

ผลของโปรแกรมสร้างเสริมพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่
การศึกษามัธยมศึกษา เขต 1 จังหวัดกรุงเทพมหานคร
EFFECT OF A CONSUMER HEALTH PROMOTING PROGRAM ON COSMETICS
USAGE BEHAVIOR AMONG STUDENTS IN SECONDARY EDUCATIONAL
SERVICE AREA OFFICE 1 BANGKOK

วิไลลักษณ์ จันทร์แสง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการสร้างเสริมสุขภาพ
คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
มิถุนายน 2559
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณา
วิทยานิพนธ์ของ วิไลลักษณ์ จันทร์แสง ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสร้างเสริมสุขภาพ คณะสาธารณสุขศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพาได้

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(อาจารย์ ดร. ปาจริย์ อับดุลลาคาซิม)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(อาจารย์ ดร. นิกา มหารัชพงศ์)


คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธาน

(ศาสตราจารย์นายแพทย์ ดร. ศาสตรี เสาวคนธ์)

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร. ปาจริย์ อับดุลลาคาซิม)


..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร. นิกา มหารัชพงศ์)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. ยูวดี รอดจากภัย)

คณะสาธารณสุขศาสตร์ อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสร้างเสริมสุขภาพ คณะสาธารณสุขศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา

..... คณบดีคณะสาธารณสุขศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ ดร. สุวรรณ ตันวัฒนกุล)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. 2559

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาให้คำปรึกษา ช่วยแนะนำ
ข้อบกพร่องต่าง ๆ รวมทั้งเป็นกำลังใจอย่างดียิ่งจาก ดร.ปจรรย์ อับดุลลาฮาซิม อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
ศาสตราจารย์นายแพทย์ ดร.ศาสตรี เสาวคนธ์ ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ดร.นิภา
มหารัชพงศ์ และ รองศาสตราจารย์ ดร.ยูวดี รอดจากภัย กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ซึ่งทำให้
ผู้วิจัยได้แนวทางในการศึกษาค้นคว้าหาความรู้และประสบการณ์อย่างกว้างขวางในการทำ
วิทยานิพนธ์ครั้งนี้ จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณกรรมการสอบปากเปล่าวิทยานิพนธ์ทุกท่านที่ได้ให้ข้อเสนอแนะใน
ทุก ๆ ด้าน เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ขึ้น ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านดังปรากฏชื่อ
ในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ที่ได้สละเวลาในการตรวจสอบแก้ไขเครื่องมือต่าง ๆ และแบบสอบถาม
รวมทั้งข้อแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการวิจัย

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาสุขศึกษา คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
ทุกท่านที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้พร้อมทั้งให้ความเมตตาแก่ผู้วิจัยด้วยดีตลอดมา

ขอขอบพระคุณผู้อำนวยการโรงเรียนราชันนทาจารย์สามเสนวิทยาลัย 2 และ โรงเรียน
ศิลาจารย์พัฒนา หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษา ตลอดจนนักเรียนทุกท่านที่
ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนางานต่อไป

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณ มารดา บิดา ที่ได้เลี้ยงดูอบรมสั่งสอนและให้กำลังใจอย่างดียิ่ง
ในการทำวิทยานิพนธ์ ตลอดจนผู้ช่วยวิจัย นางสาวปิยะธิดา พงษ์พินนา ที่คอยเป็นกำลังใจและให้
คำแนะนำช่วยเหลือด้วยดีตลอดมา รวมทั้งเพื่อน ๆ ปริญญาโท คณะสาธารณสุขศาสตร์ สาขาวิชา
การสร้างเสริมสุขภาพ รุ่นที่ 3 ทุกท่าน

วิไลลักษณ์ จันทร์แดง

55920550: สาขาวิชา: การสร้างเสริมสุขภาพ; วท.ม. (การสร้างเสริมสุขภาพ)

คำสำคัญ: ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อการป้องกันโรค/ นักเรียนมัธยมศึกษา

พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอาง/ โปรแกรมการสร้างเสริมสุขภาพผู้บริโภค

วลีลักษณะ จันทร์แพง: ผลของโปรแกรมสร้างเสริมพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 1 จังหวัดกรุงเทพมหานคร (EFFECT OF A CONSUMER HEALTH PROMOTING PROGRAM ON COSMETICS USAGE BEHAVIOR AMONG STUDENTS IN SECONDARY EDUCATIONAL SERVICE AREA OFFICE 1 BANGKOK) คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์: ปาจริย์ อับดุลลาฮาซิม, Ph.D.; นิภา มหารัชพงศ์, Ph.D. 78 หน้า. ปี พ.ศ. 2559.

การวิจัยที่ทดลองครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาผลของโปรแกรมสร้างเสริมพฤติกรรม การใช้เครื่องสำอางของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 1 จังหวัด กรุงเทพมหานคร โดยประยุกต์ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อการป้องกันโรค กลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่ม จำนวน 2 โรงเรียน โดยแบ่งเป็น โรงเรียนที่เป็นกลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุม โรงเรียนละจำนวน 35 คนเท่า ๆ กัน ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา คือ 9 สัปดาห์ โดยแบ่งเป็นระยะที่กลุ่มทดลองได้เข้าร่วมโปรแกรมฯ จำนวน 5 สัปดาห์ และระยะติดตามผลจำนวน 4 สัปดาห์ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามพัฒนาขึ้น โดยประยุกต์ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อการป้องกันโรคประกอบด้วย การรับรู้ ความรุนแรงของการใช้เครื่องสำอางอันตราย การรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อการเลือกใช้เครื่องสำอาง ความคาดหวังในความสามารถของตนเองต่อการเลือกใช้เครื่องสำอาง ความคาดหวังในผลลัพธ์ของการเลือกซื้อเครื่องสำอาง และความตั้งใจในการปฏิบัติตนเพื่อป้องกันการใช้เครื่องสำอางอันตราย การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติพรรณนา แสดงเป็นค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแตกต่างด้วยสถิติ Independent t-test และ Paired t-test

ผลการวิจัยพบว่า หลังการทดลอง กลุ่มทดลองมีคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ความรุนแรง การรับรู้โอกาสเสี่ยง การรับรู้ความสามารถของตนเองในการป้องกันเครื่องสำอางอันตราย และ ความคาดหวังผลลัพธ์ในการป้องกันเครื่องสำอางอันตราย สูงกว่าก่อนการทดลองและสูงกว่ากลุ่มเปรียบเทียบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P\text{-value} < .05$) แต่อย่างไรก็ตาม ในกลุ่มทดลองไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างก่อนและหลังการทดลองในเรื่องความตั้งใจปฏิบัติตนป้องกันเครื่องสำอางอันตราย และกลุ่มเปรียบเทียบไม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติของทุกตัวแปรภายหลังการทดลอง

การจัดโปรแกรมสร้างเสริมพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางและพฤติกรรมเสี่ยงในการเลือกซื้อเครื่องสำอางของนักเรียนสามารถเพิ่มการรับรู้ความรุนแรง การรับรู้โอกาสเสี่ยง ความคาดหวังผลลัพธ์และการรับรู้ความสามารถของตนเอง ในการป้องกันการใช้เครื่องสำอางอันตราย ซึ่งส่งผลให้นักเรียนมีพฤติกรรมการเลือกใช้เครื่องสำอางที่ปลอดภัยเพิ่มขึ้นได้

55920550: MAJOR: HEALTH PROMOTION; M.Sc. (HEALTH PROMOTION)

KEYWORDS: PROTECTION MOTIVATION THEORY/ STUDENTS LEADERS/
RISKY EFFECT OF CONSUMER BEHAVIOR/ PROMOTING PROGRAM
BEHAVIOR

WILAILAK CHANPANEG: EFFECT OF A CONSUMER HEALTH
PROMOTING PROGRAM ON COSMETICS USAGE BEHAVIOR AMONG STUDENTS
IN SECONDARY EDUCATIONAL SERVICE AREA OFFICE 1 BANGKOK.
ADVISORY COMMITTEE: PAJAREE ABDULLAKASIM, Ph.D.; NIPA MAHARACHPONG,
Ph.D. 78 P. 2016.

The purpose of this quasi-experimental study was to evaluate the effect of a consumer health promoting program on cosmetics usage behavior among students based on Protection Motivation Theory in secondary educational service area office 1 Bangkok. The samples were randomly recruited from two schools in secondary educational service area office 1 Bangkok. One school was assigned to an experimental group received the program, and the another school was assigned to a control group, 35 students of each school were randomly recruited into the study groups. The study period was nine weeks with 5 weeks for intervention period and 4 weeks for follow-up period. Data were collected using self-administered questionnaires, developed by the application of the protection motivation theory including perceived severity of harmful cosmetics usage, perceived susceptibility, self-efficacy expectation, outcome expectation of cosmetics usage, and intention to practice of harmful cosmetics usage protection. Statistical analysis was performed by using percentage, mean, standard deviation, Independent t-test, and Paired t-test.

The results revealed that, after intervention period the experimental group had significantly higher perceived severity, perceived susceptibility, self-efficacy expectation, and outcome expectation mean scores than the control group ($p < 0.05$). However, no significant differences in intention to practice of harmful cosmetics usage protection were found between the experimental and the control group. No statistical significant changes were found in the control group.

The cosmetics usage behavior promoting program had the potential to increase perceived severity, perceived susceptibility, self-efficacy expectation, and outcome expectation in preventing harmful cosmetics usage and leading to have an increasing safe cosmetics usage behavior among students.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
สมมติฐานของการวิจัย	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
พฤติกรรมวัยรุ่น.....	9
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	16
แนวคิดเกี่ยวกับเครื่องสำอาง	22
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	26
แนวคิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค	30
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	34
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	40
รูปแบบวิธีการวิจัย.....	40
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	41
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	43

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ (ต่อ)	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย (ต่อ)	
วิธีการดำเนินการวิจัย	47
การวิเคราะห์ข้อมูล	50
การพิทักษ์สิทธิตัวอย่าง	51
4 ผลการวิจัย	52
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	52
ลำดับขั้นในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	53
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	53
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	62
สรุปผล	62
อภิปรายผลการวิจัย	63
ข้อเสนอแนะ	67
บรรณานุกรม	69
ภาคผนวก	71
ภาคผนวก ก	72
ประวัติย่อของผู้วิจัย	78

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนและร้อยละและจำแนกตามลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างทดลอง	53
2	ข้อมูลอิทธิพลในการซื้อเครื่องสำอาง.....	56
3	ข้อมูลเครื่องสำอางที่นักเรียนใช้บ่อยในแต่ละสัปดาห์	58
4	เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยก่อนการทดลอง หลังการทดลอง ระหว่างกลุ่มทดลองกับกลุ่มควบคุม	59
5	เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยก่อนการทดลองของกลุ่มทดลอง	60

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
2	ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อการป้องกันโรค รูปแบบเดิม	17
3	ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อการป้องกันโรค รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา.....	20
4	ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง.....	42

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันมีการจำหน่ายเครื่องสำอางอย่างแพร่หลายและหาซื้อได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ทั้ง การซื้อเครื่องสำอางผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต การจำหน่ายตามตลาดนัด ร้านค้าต่าง ๆ ทั้งนี้สำนักงานสาธารณสุขแต่ละจังหวัดและกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ได้มีการสุ่มตรวจเครื่องสำอางตามร้านค้า เพื่อส่งตรวจวิเคราะห์หาสารห้ามใช้ และได้ดำเนินการเฝ้าระวังความปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภคโดยในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมาได้ตรวจวิเคราะห์เครื่องสำอาง รวมจำนวนทั้งสิ้น 2,412 ตัวอย่างจากการส่งตัวอย่างตรวจวิเคราะห์หาสารห้ามใช้ จำแนกได้คือ ปี พ.ศ. 2547 ได้สุ่มตรวจเครื่องสำอางจำนวน 501 ตัวอย่าง พบสารห้ามใช้จำนวน 157 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 31 ปี พ.ศ. 2548 ได้สุ่มตรวจเครื่องสำอางจำนวน 317 ตัวอย่าง พบสารห้ามใช้จำนวน 72 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 23 ปี พ.ศ. 2549 ได้สุ่มตรวจเครื่องสำอางจำนวน 405 ตัวอย่าง พบสารห้ามใช้จำนวน 92 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 23 ปี พ.ศ. 2550 ได้สุ่มตรวจเครื่องสำอางจำนวน 531 ตัวอย่าง พบสารห้ามใช้จำนวน 146 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 28 และในปี พ.ศ. 2551 ได้สุ่มตรวจเครื่องสำอางจำนวน 658 ตัวอย่าง พบสารห้ามใช้จำนวน 134 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 20.4 ซึ่งสารที่ตรวจพบส่วนใหญ่เป็นสารอันตรายที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ประกาศห้ามผสมในเครื่องสำอาง โดยปรอท มีผลทำให้เกิดอาการแพ้ ผื่นแดง ผิวน้ำดำ ผิบบางลง เกิดพิษสะสมของปรอท ทำให้ทางเดินปัสสาวะอักเสบ และไตอักเสบ, ไฮโดรควิโนน ทำให้เกิดระคายเคือง เกิดจุดด่างขาวที่หน้า ผิวน้ำดำเป็นฝ้าถาวร รักษาไม่หาย, กรดเรติโนอิก (กรดวิตามินเอ) ทำให้หน้าแดง แสบร้อนรุนแรง เกิดการอักเสบ ผิวน้ำลอกอย่างรุนแรง และเป็นอันตรายต่อทารกในครรภ์ (กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค, 2555)

จากการสำรวจปัญหาพิษภัยจากเครื่องสำอางถือเป็นภัยที่ใกล้ตัว เนื่องจากเรามีความจำเป็นที่จะต้องใช้เครื่องสำอางในทุก ๆ วัน ตั้งแต่ตื่นนอนจนกระทั่งเข้านอน ซึ่ง จากรายงานการสรุปสถิติโรคของสถาบันโรคผิวหนังเห็นได้ชัดว่า จำนวนผู้ป่วยที่เข้ารับบริการประเภทรักษาผิวหนัง และอาการแพ้เครื่องสำอางเพิ่มจำนวนขึ้น ปี 2553 จำนวน 14,466 ราย ปี 2554 จำนวน 14,965 ในปี 2555 จำนวน 13,721 ราย (สถาบันโรคผิวหนัง, 2555) ถึงแม้เครื่องสำอางเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพประเภทหนึ่งที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของเราอยู่เสมอ แต่บางครั้งผู้บริโภคใช้เครื่องสำอางแล้ว อาจเกิดอาการข้างเคียงอันไม่พึงประสงค์ได้ อันเนื่องมาจากอันตรายจาก

ตัวผลิตภัณฑ์ เช่นเครื่องสำอางที่เสื่อมสภาพ หรือล้าสมัยผสมสารห้ามใช้ การใช้ที่ผิดวิธีและตัวผู้บริโภคเองที่อาจจะแพ้สารเคมีบางอย่างได้ง่ายเป็นต้น จากข้อมูลการวิจัยของ Environmental Working Group (EWG) ได้ทำการรวบรวมวัยรุ่นอเมริกันอายุ 14-19 ปี จำนวน 20 คนมาตรวจเลือดและปัสสาวะ พบว่าเด็กวัยรุ่นมีสารเคมีในร่างกายถึง 16 ชนิดและทุกคนล้วนมีสารกันเสียชนิดอ็อกซิเจนพาราเบน (Paraben) อยู่ในตัว ส่งผลให้ร่างกายอ่อนแอ ภูมิคุ้มกันลดลง ฮอร์โมนทำงานบกพร่อง เมื่อใช้เป็นประจำจะสะสมก่อให้เกิดมะเร็งเต้านมในอนาคต (Environmental Working Group, 2554)

ในปัจจุบันผู้หญิงไทยให้ความสำคัญต่อรูปลักษณ์มากขึ้นกว่าในอดีต ทั้งด้านการแต่งกายและความงาม เครื่องสำอางจึงเป็นส่วนสำคัญในชีวิตประจำวันในทุกกลุ่มอายุนับตั้งแต่กลุ่มวัยรุ่นนักศึกษาไปจนถึงวัยทำงาน สนับสนุนให้ตลอดเครื่องสำอางเติบโตอย่างรวดเร็วในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจึงเป็นได้หลายอย่าง ซึ่งกลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เป็นประชาชนผู้บริโภคกลุ่มหนึ่งที่มีความสำคัญเนื่องจากวัยรุ่น (Adolescence) เป็นวัยที่มีพัฒนาการปรับเปลี่ยนจากวัยเด็กเข้าสู่วัยผู้ใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายมาก วัยรุ่นจะหันมาสนใจในรูปร่างหน้าตาของตนเองมากขึ้น บางคนใช้เวลาอยู่กับกระจกนาน ๆ ส่องดูใบหน้าและรูปร่างของตน จะมีความกังวลกับการเปลี่ยนแปลงของร่างกาย (ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2538) เด็กวัยนี้การมีเพื่อนเป็นสิ่งสำคัญมาก การมีเพื่อนส่งเสริมให้เด็กมีความรู้สึกมั่นใจ เข้มแข็ง มีพลังอำนาจ มีพวก การยอมรับของเพื่อนและคลุกคลีในหมู่เพื่อนจึงเสริมความภาคภูมิใจและเอกลักษณ์ หรือภาพจน์ต่อตนเอง (วันเพ็ญ บุญประกอบ, 2545) จะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายและจิตใจ ส่งผลให้วัยนี้เริ่มที่จะใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง เพื่อที่จะเสริมบุคลิกภาพ และสร้างความมั่นใจให้กับตนเอง และเนื่องจากเป็นวัยศึกษาเรียนรู้ และสามารถในการถ่ายทอดความรู้ให้กับบุคคลรอบข้างได้

จากการศึกษางานวิจัย พบว่ายังไม่มียานวิจัยที่จัดทำโปรแกรมสร้างเสริมพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางของนักเรียน ดังนั้นผู้วิจัย จึงมีความสนใจที่จะศึกษาผลของโปรแกรมสร้างเสริมพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางของนักเรียนในเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานครว่ามีพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอย่างไร และจัดโปรแกรมสร้างเสริมพฤติกรรมการเลือกใช้เครื่องสำอางและเสริมสร้างการเรียนรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง แก่แก่นนำนักเรียนให้สามารถเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางได้อย่างเหมาะสม คุ่มค่า และตลอดจนสามารถให้คำปรึกษาแก่บุคคลใกล้ชิดได้ระดับหนึ่งได้ รวมถึงสามารถป้องกันตนเองและบุคคลใกล้ชิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัยต่อการบริโภคได้

จากการทบทวนวรรณกรรมการศึกษาวิจัยที่ผ่านมา พบว่า สถานการณ์ของการใช้เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของสารอันตรายเพิ่มมากขึ้น จากการลงสำรวจสารต้องห้ามในเครื่องสำอางของสำนักงานสาธารณสุขแต่ละจังหวัด และกรมวิทยาศาสตร์ พบเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของสารต้องห้ามเพิ่มมากขึ้นทุกปี และสถิติของสถาบันโรคผิวหนังพบสถิติของผู้ป่วยที่เข้ารับการรักษาประเภทผิวหนังเพิ่มมากขึ้น ในกลุ่มเยาวชน มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษา จึงจำเป็นที่จะต้องทำการศึกษาค้นคว้าถึงแนวทางในการป้องกันโรค ในการเลือกใช้เครื่องสำอาง และเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องแก้ปัญหา ด้วยการสร้างการรับรู้ให้มีเหตุผล เกิดความตระหนักในตนเองที่จะตั้งใจปฏิบัติป้องกันการเลือกใช้เครื่องสำอางอันตราย มีทัศนคติในตนเองที่จะไม่ละเลยปัญหานี้ และยังเป็น การป้องกันการในเครื่องสำอางอันตรายในกลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาไม่ให้ถูกลามส่งผลกระทบต่อหลายด้าน ทั้งด้านสุขภาพ ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ ดังนั้น ผู้ศึกษาวิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาผลของการจัดโปรแกรมสร้างเสริมพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางของนักเรียน ในเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์ทั่วไป

เพื่อศึกษาผลของ โปรแกรมสร้างเสริมพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางของนักเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 1 จังหวัดกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์เฉพาะ

1. เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้การประเมินอันตราย การรับรู้การประเมินการเผชิญปัญหา และความตั้งใจปฏิบัติตน ของแกนนำนักเรียน ภายในกลุ่มทดลอง ก่อนและหลังการทดลอง
2. เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้การประเมินอันตราย การรับรู้การประเมินการเผชิญปัญหา และความตั้งใจปฏิบัติตน ของแกนนำนักเรียน ระหว่างกลุ่มทดลองกับกลุ่มควบคุม ก่อนและหลังการทดลอง

สมมติฐานของการวิจัย

1. กลุ่มทดลองมีการรับรู้การประเมินอันตราย การรับรู้การประเมินการเผชิญปัญหา และความตั้งใจปฏิบัติตนของแกนนำนักเรียน หลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลอง
2. กลุ่มทดลองมีการรับรู้การประเมินอันตราย การรับรู้การประเมินการเผชิญปัญหา และความตั้งใจปฏิบัติตนของแกนนำนักเรียน หลังการทดลองสูงกว่ากลุ่มเปรียบเทียบ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้เครื่องสำอาง สรุปได้ว่า จะมีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้เครื่องสำอางได้นั้น ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรคเชื่อว่า บุคคลจะมีแรงจูงใจที่จะมีพฤติกรรม ถ้าได้รับรู้ว่ากำลังมีอันตรายต่อสุขภาพโดยรับรู้ถึงความรุนแรงและโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดโรค และการรับรู้ความสามารถของตนเองในพฤติกรรมต่าง ๆ ด้วยวิธีการของตนเองและคาดหวังในผลของการตอบสนองต่อพฤติกรรมนั้น ๆ จะส่งผลทำให้เกิดพฤติกรรมที่ถูกต้องและการใช้สื่อหลายชนิดมาเป็นแนวทางในการให้สุขศึกษาร่วมกับการอภิปรายกลุ่มจึงเป็นการรวมแนวคิดประสบการณ์ของบุคคลหลาย ๆ บุคคลมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน มีกิจกรรมร่วมกันทำให้เกิดประโยชน์ในการมีพฤติกรรมหลาย ๆ ด้านและอิทธิพลกลุ่มมีส่วนช่วยให้สมาชิกเกิดการยอมรับสมัครใจในการเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพที่ถาวรต่อไป (ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2526, หน้า 147) ดังนั้นการจัดโปรแกรมสร้างเสริมพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางของนักเรียน ในเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรคมานำใช้ในการวิจัย จัดกิจกรรมให้สุขศึกษาในลักษณะเป็นชุดการสอน ร่วมกับการใช้วิธีการฝึกอบรมแบบกลุ่ม ซึ่งชุดการสอน ประกอบด้วยแผนการสอน แผนพับ ตัวอย่างเครื่องสำอางอันตราย ส่วนประกอบในการเลือกซื้อเครื่องสำอาง การฝึกโดยการใช้ชุดทดสอบสารต้องห้ามในเครื่องสำอาง สื่อซีดีรอม ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ดังแผนภาพที่ 1

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

การดำเนินการตามกิจกรรมโปรแกรมแกนนำ
สุขภาพ

- กิจกรรมการสร้างการรับรู้ความรุนแรง
ความรู้โอกาสเสี่ยงต่อการใช้เครื่องสำอาง
อันตราย
- กิจกรรมสร้างความคาดหวังในการป้องกัน
และความคาดหวังในประสิทธิผลของการ
ป้องกันโรค
- กิจกรรมการสร้างแรงจูงใจในการเป็น
แกนนำการป้องกันโรค

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

1. การรับรู้การประเมินอันตราย
 - การรับรู้ความรุนแรงของการใช้
เครื่องสำอางอันตราย
 - การรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อพฤติกรรม
การใช้เครื่องสำอางอันตราย
2. การรับรู้การประเมินการเผชิญ
ปัญหา
 - ความคาดหวังประสิทธิผลของ
การตอบสนอง
 - ความคาดหวังในความสามารถของ
ตนเองต่อการเลือกใช้เครื่องสำอาง
3. ความตั้งใจในการปฏิบัติตนเพื่อ
ป้องกันการใช้เครื่องสำอางอันตราย
 - ทักษะคิด

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ นักเรียน โรงเรียน
ราชันนทาจารย์ สามเสนวิทยาลัย 2 ระดับชั้น มัธยมศึกษาปีที่ 5 เป็นกลุ่มทดลอง และ โรงเรียน
ศิลาจารพิพัฒน์ เป็นกลุ่มเปรียบเทียบ

2. ระยะเวลาทดลอง ระหว่าง เดือน พฤษภาคม 2558 ถึง เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2558
รวมระยะเวลาการศึกษา ทั้งสิ้น 5 สัปดาห์

3. พื้นที่ดำเนินการ โรงเรียนที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง เป็นโรงเรียนมัธยมศึกษาในพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร เพราะเป็นพื้นที่ที่ได้จากการสุ่มตัวอย่าง แบบอย่างง่าย (Simple random sampling) โดยการจับฉลาก

4. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

4.1 ตัวแปรอิสระ คือ การดำเนินงานฝึกรวม โดยใช้วิธีการฝึกรวมแบบกลุ่ม ร่วมกับทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อการป้องกันโรค เพื่อป้องกันการใช้เครื่องสำอางอันตราย ประกอบด้วย

4.1.1 การฝึกรวมแบบกลุ่ม

4.1.2 ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อการป้องกันโรค

4.2 ตัวแปรตาม ประกอบด้วย 3 ด้าน

4.2.1 การรับรู้การประเมินอันตราย

4.2.2 การรับรู้การประเมินการเผชิญปัญหา

4.2.3 ความตั้งใจปฏิบัติตน

นิยามศัพท์เฉพาะ

โปรแกรมสร้างเสริมพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอาง หมายถึง การจัดกิจกรรม หรือ ประสิทธิภาพการเรียนรู้ เรื่องเครื่องสำอาง โดยการประยุกต์ใช้ การอบรมแบบกลุ่ม ร่วมกับทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อการป้องกันโรค

นักเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 1 จังหวัด กรุงเทพมหานคร หมายถึง นักเรียนที่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาในเขตพื้นที่ เขตการปกครอง บางชื่อ โดยกลุ่มทดลองคือ นักเรียนโรงเรียนราชชนนิตาจารย์ สามเสนวิทยาลัย 2 และกลุ่มควบคุม คือ โรงเรียนศิลาจารพิพัฒน์

ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อการป้องกันโรค หมายถึง การประยุกต์ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อการป้องกันโรค โดยประกอบด้วย

การประเมินอันตรายต่อสุขภาพ (Threat appraisal) ประกอบด้วย

1. การรับรู้ความรุนแรงต่อการเกิดโรค (Noxiousness)

2. การรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อการเกิดโรค (Perceived probability)

การประเมินการเผชิญปัญหา (Coping appraisal) ประกอบด้วย

1. ความคาดหวังในความสามารถของตนเองต่อการป้องกันโรค (Self efficacy)

2. ความคาดหวังในประสิทธิผลของการตอบสนองต่อการป้องกันโรค

(Response efficacy)

ตัวแปรที่นำมาใช้จัดกิจกรรม หรือ ประสพการณ์การเรียนรู้เรื่องเครื่องสำอางมีดังนี้

1. การรับรู้การประเมินอันตราย หมายถึง ลักษณะของการรับรู้ ที่ประกอบด้วย การรับรู้ ความรุนแรงของเครื่องสำอางอันตราย และ การรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางอันตราย

2. การรับรู้ความรุนแรงของเครื่องสำอางอันตราย หมายถึง ผลของความรุนแรงของการเลือกใช้เครื่องสำอางอันตราย และประเมินผลที่ตามมาได้ในความรุนแรงของเครื่องสำอางอันตราย ที่มีต่อร่างกายซึ่งก่อให้เกิดการแพ้ และมีผลต่อการสูญเสียค่าใช้จ่าย การเสียเวลาในการเรียน

3. การรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางอันตราย หมายถึง การรับรู้โอกาสเสี่ยงของตนเองในการเลือกเครื่องสำอางอันตราย

4. การรับรู้ การประเมินการเผชิญปัญหา หมายถึง ลักษณะของความคาดหวัง ประกอบด้วย ความคาดหวังประสิทธิผลของการตอบสนองในการป้องกันการเลือกใช้เครื่องสำอางอันตราย และความคาดหวังในความสามารถของตนเองในการป้องกันโรคต่อการเลือกใช้เครื่องสำอางอันตราย

5. ความคาดหวังประสิทธิผลของการตอบสนองในการป้องกันการเลือกใช้เครื่องสำอางอันตราย หมายถึง ความเชื่อของแกนนำนักเรียนที่เป็นกลุ่มทดลองและกลุ่มเปรียบเทียบ ว่าการมีพฤติกรรมป้องกันการเลือกใช้เครื่องสำอางอันตรายจะช่วยป้องกันตนเองไม่ให้เกิดโรค

6. ความคาดหวังในความสามารถของตนเองในการป้องกันโรคต่อการเลือกใช้เครื่องสำอางอันตราย หมายถึง ความเชื่อของแกนนำนักเรียนที่เป็นกลุ่มทดลองและกลุ่มเปรียบเทียบ มีความคาดหวังในความสามารถของตนเองที่มีต่อทางเลือกในการมีพฤติกรรมป้องกันการเลือกใช้เครื่องสำอางอันตราย

7. ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้เฉพาะภายนอกผิวหนังประเภท แต่งหน้า (Make up) เพื่อแต่งแต้มให้เกิดสีสันสะดุดตา ได้แก่ อายแชร์โด้ว์ มาสคาร่า บร็ชออน แป้ง แต่งหน้า และ ประเภทบำรุงรักษาผิวพรรณ (Skin care) ได้แก่ ครีมโลชั่นสำหรับบำรุงผิว สำหรับทำความสะอาดผิว และสำหรับป้องกันแสงแดด เท่านั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อความสวยงาม หรือส่งเสริมให้เกิดความสวยงาม และเพื่อปกป้อง หรือส่งเสริมให้มีสุขภาพที่ดี โดยไม่มีผลต่อโครงสร้างของร่างกาย

8. ความตั้งใจในการปฏิบัติตนเพื่อป้องกันการเลือกใช้เครื่องสำอางอันตราย หมายถึง การบอกถึงการปฏิบัติตัวเพื่อป้องกันการเลือกใช้เครื่องสำอางอันตราย เป็นการศึกษาถึง ทศนคติในการเลือกเครื่องสำอาง พฤติกรรมที่นักเรียนในการคัดกรองเครื่องสำอางเบื้องต้นได้อย่างปลอดภัย และบทบาทของแกนนำในการช่วยเหลือผู้อื่นได้

- ทักษะคติในการเลือกเครื่องสำอาง หมายถึง การรับรู้ถึงผลเสียของการใช้เครื่องสำอางอันตราย ความรู้สึกถึงความไม่ปลอดภัยในการใช้เครื่องสำอางอันตราย ความเชื่อที่สามารถคัดกรองและเลือกเครื่องสำอางได้อย่างปลอดภัย
- การคัดกรองเครื่องสำอางเบื้องต้นได้อย่างปลอดภัย หมายถึง สามารถเลือกเครื่องสำอาง คุณภาพเครื่องสำอางได้ การตรวจสอบเครื่องสำอางได้โดยใช้เครื่องทดสอบของกรมวิทยาศาสตร์ และถ้าสงสัยว่าเครื่องสำอางมีส่วนผสมของสารอันตรายที่ห้ามใช้ สามารถส่งต่อ และสามารถร้องเรียนสิทธิได้
- บทบาทของแกนนำ ในการถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่น หมายถึง นักเรียนที่มีความสนใจเรื่องสุขภาพ เป็นแกนนำสุขภาพในโรงเรียน ที่ได้รับการพัฒนาให้มีความรู้ ความเข้าใจเรื่องเครื่องสำอาง มีทัศนคติและคุณลักษณะที่เหมาะสมในการเป็นผู้นำ เป็นแบบอย่างที่ดีแก่นักเรียนในโรงเรียนราชภัฏนครราชสีมา 2 สามารถจัดกิจกรรมสอนน้อง สอนเพื่อน และจัดกิจกรรมรณรงค์เพื่อการเป็นแกนนำในสถานศึกษาได้

บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาผลของโปรแกรมสุขศึกษาคุ้มครองผู้บริโภคที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางของแกนนำนักเรียน โรงเรียนราชภัฏสวนสุนันทาวิทยาลัย ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. พฤติกรรมวัยรุ่น
2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 2.1 ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรค (แบบเดิม)
 - 2.2 ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรค (รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา)
3. แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง
 - 3.1 ความหมายเครื่องสำอาง
 - 3.2 ประเภทเครื่องสำอาง
4. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
 - 4.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
 - 4.2 แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการ
5. แนวคิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พฤติกรรมวัยรุ่น

วัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ สังคมปัจจุบันเป็นยุคข่าวสารไร้พรมแดน ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ความรู้สึกนึกคิดของวัยรุ่นมากขึ้น ด้วย ในระยะวัยรุ่นเป็นระยะหัวเลี้ยวหัวต่อของชีวิต เป็นวัยวิกฤต (Critical period) หรือวัยพายุ (Storm and stress) เนื่องจากมีการปรับเปลี่ยนการดำเนินชีวิตอย่างมาก มีปัญหาและมีความยากลำบากในการปรับตัว

วัยรุ่น (Adolescence) เป็นวัยที่มีพัฒนาการปรับเปลี่ยนจากวัยเด็กเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ เริ่มตั้งแต่วัยประมาณ 12 หรือ 13 ปี จนกระทั่งถึงอายุประมาณ 20 ปี มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย เป็นสัญญาณสำคัญที่บ่งบอกถึงการพ้นระยะการเป็นเด็ก คือการเปลี่ยนแปลงร่างกายภายนอกและการมีวุฒิภาวะทางเพศ เช่น ความสูง น้ำหนัก การเริ่มมีลักษณะทางเพศ ได้แก่ การมีหนวดอกในวัยรุ่น

หญิง การมีหนดและการเปลี่ยนแปลงของเสียงในวัยรุ่นชาย ขณะเดียวกันก็มีการเปลี่ยนแปลงใน พัฒนาการด้านอื่น ๆ ด้วย เช่น ความสนใจในเพศตรงข้าม การเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์และสังคม เป็นต้น (Papalia & Olds, 1995; ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2538) มีการแบ่งระยะของวัยรุ่น ออกเป็น 3 ระยะดังนี้ (Cole อ้างถึงใน สุชา จันทน์เอม, 2536)

วัยรุ่นตอนต้น (Early adolescence) เด็กหญิงมีอายุระหว่าง 13-15 ปี เด็กชายมีอายุระหว่าง 15-17 ปี

วัยรุ่นตอนกลาง (Middle adolescence) เด็กหญิงมีอายุระหว่าง 15-18 ปี เด็กชายมีอายุระหว่าง 17-19 ปี

วัยรุ่นตอนปลาย (Late adolescence) เด็กหญิงมีอายุระหว่าง 18-21 ปี เด็กชายมีอายุระหว่าง 19-21 ปี

ในการเรียนการสอนนี้จะไม่แบ่งวัยรุ่นออกเป็น 3 ระยะ ดังกล่าวข้างต้นเนื่องจาก พัฒนาการในวัยรุ่นมีการเปลี่ยนแปลงเหลื่อมล้ำกันค่อนข้างมาก การเปลี่ยนแปลงอาจไม่เป็นไปตาม อายุที่กำหนดไว้ จึงจะบรรยายเป็นภาพรวมตามลักษณะพัฒนาการ

พัฒนาการทางด้านร่างกาย

Secondary sex characteristic (ลักษณะทางเพศหรือลักษณะทุติยภูมิทางเพศ) คือ ลักษณะ ที่แบ่งแยกความเป็นชายหนุ่ม ความเป็นหญิงสาวที่เพิ่งเริ่มเจริญเติบโตเต็มที่ในวัยแรกเริ่ม การเจริญเติบโตของลักษณะทางเพศมีพัฒนาการ 3 ขั้นตอน ได้แก่ (ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2538)

1. Pre-pubescence เป็นระยะลักษณะทางเพศส่วนต่าง ๆ เริ่มพัฒนา เช่น สะโพกเริ่ม ขยาย เต้านมของเด็กหญิงเริ่มเจริญ เสียงของเด็กชายเริ่มแตกพร่า แต่อวัยวะสืบพันธุ์ (Productive organs) ยังไม่เริ่มทำหน้าที่

2. Pubescence เป็นระยะที่ลักษณะทางเพศส่วนต่าง ๆ ยังคงมีการเจริญต่อไป อวัยวะ สืบพันธุ์เริ่มทำหน้าที่แต่ยังไม่สมบูรณ์ เด็กหญิงเริ่มมีประจำเดือน เด็กชายเริ่มสามารถผลิตเซลล์ สืบพันธุ์ได้

3. Post-pubescence หรือ Puberty เป็นระยะที่ลักษณะทางเพศทุกส่วนเจริญเติบโตเต็มที่ อวัยวะสืบพันธุ์ทำหน้าที่ได้ มีวุฒิภาวะทางเพศสามารถมีบุตรได้ จึงถือเป็นระยะที่เด็กย่างเข้าสู่วัยรุ่น ที่แท้จริง

การเริ่มเข้าสู่ระยะต่าง ๆ ข้างต้น อายุของเด็กแต่ละคนจะไม่เท่ากัน ในบางคนอาจเริ่มเข้าสู่ วัยรุ่นในระยะ Puberty ก่อนข้างเร็ว ในบางคนมีพัฒนาการค่อนข้างช้าได้ การเปลี่ยนแปลงที่ เกิดขึ้นมีผลมาจากการทำงานของระบบต่อมไร้ท่อซึ่งผลิตฮอร์โมนหลายชนิดที่เกี่ยวข้องกับ การเปลี่ยนแปลงของร่างกายในวัยรุ่นคือ Growth hormone หรือ Somatotrophic hormone มีหน้าที่

ควบคุมการเจริญเติบโตของ ร่างกาย Gonadotrophic hormone

ปัญหาความเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย

ปัญหาการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายของวัยรุ่น มี 2 ประการดังนี้

การเติบโตทางกายไม่สมวัย เช่น ตัวเล็กกว่าปกติ ตัวสูงใหญ่กว่าปกติ หรืออ้วนเกินไป

ความผิดปกติทางพัฒนาการระบบสืบพันธุ์ ได้แก่ วัยรุ่นที่มีพัฒนาการทางเพศช้า (Delayed puberty)

หรือมีพัฒนาการทางเพศเร็วก่อนวัย (Precocious puberty) เช่น ภาวะ premature thelarche หรือ

ภาวะ premature pubasche เป็นต้น

สรุปได้ว่าปัญหาความเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายที่สำคัญคือรูปร่างที่มีลักษณะไม่พึงประสงค์ เช่น รูปร่างอ้วนเกินไป ผอมเกินไป มีพัฒนาการทางเพศไม่เป็นไปตามวัยหรือที่วัยรุ่นคิดว่าตัวเองไม่เหมือนเพื่อน เด็กวัยรุ่นที่มีความคิดวิตกกังวลในเรื่องรูปร่างลักษณะอย่างมาก ปัญหาความเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายนี้เป็นปัญหาที่ละเอียดอ่อนมากเป็นพิเศษสำหรับเด็กวัยรุ่น เนื่องจากเป็นระยะเวลาที่เด็กกำลังแสวงหาความภาคภูมิใจในตนเอง ความชื่นชอบจากเพื่อน จากสังคม จากเพศตรงข้าม ปัญหาในเรื่องนี้จึงเป็นเรื่องที่ก่อให้เกิดผลกระทบทางอารมณ์และจิตใจของวัยรุ่นอย่างมาก

พัฒนาการทางอารมณ์

ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของฟรอยด์ วัยรุ่นอยู่ในขั้นพอใจในการรักเพศตรงข้าม

(Genital stage) ความพึงพอใจและความสุขต่าง ๆ เป็นแรงขับมาจากวุฒิภาวะทางเพศ เริ่มสนใจเพศ

ตรงข้าม มีแรงจูงใจที่จะรักผู้อื่น ต้องการอิสระจากพ่อแม่มากขึ้น เด็กชายจะเลียนแบบพ่อ เด็กหญิง

จะเลียนแบบแม่ (ทิพย์ภา เศรษฐ์เขาวลิต, 2541) อารมณ์ของวัยรุ่นเป็นอารมณ์ที่เปลี่ยนแปลงง่าย

อ่อนไหวง่าย เข้าอารมณ์ มีอารมณ์รุนแรง การควบคุมอารมณ์ยังไม่สู้ดี บางครั้งเก็บกด บางคราว

มั่นใจสูง บางครั้งพลุ่พล่าน ลักษณะอารมณ์เหล่านี้เรียกกันว่า พายุบุแคม (Storm and stress)

(สุชา จันทน์เอม, 2536; ศรีเรือน แก้วกั้งวาล, 2538) เพราะลักษณะอารมณ์แบบนี้จึงมีความคิดเห็น

ขัดแย้งกับผู้ใหญ่ได้ง่าย ทำให้วัยรุ่นจึงคิดว่าผู้ที่เข้าใจตนเองดีที่สุดคือเพื่อนในวัยเดียวกัน เนื่องจากมี

ความคิดเห็นที่เป็นไปทางเดียวกัน ขอบรับกันและกัน การเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์ที่เกิดขึ้นนี้มีผล

มาจากหลายปัจจัยประกอบกัน เช่น การปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย การปรับ

พฤติกรรมแสดงออกจากการเป็นเด็ก เข้าสู่การเรียนรู้บทบาทของการเป็นผู้ใหญ่ สังคมที่มี

การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เป็นต้น

ปัญหาทางอารมณ์

การเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายมีผลกระทบต่ออารมณ์ของเด็กวัยรุ่นอย่างมาก เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วประกอบกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมและภาวะเศรษฐกิจใน

ปัจจุบันทำให้พ่อแม่ผู้ปกครองมีภารกิจอื่น ๆ ค่อนข้างมากจนลืมไปว่าบุตรหลานกำลังเริ่มเข้าสู่วัยรุ่น ทำให้ไม่มีการเตรียมตัวมาก่อนล่วงหน้า เด็กบางคนมีพัฒนาการทางเพศเร็วก่อนวัย หรือบางคนอาจช้ากว่าวัย ความคิดของเด็กเองที่คิดว่าตัวเองมีความแตกต่างจากเพื่อน มีปมด้อยเรื่องรูปร่างหน้าตา ทำให้เด็กยอมรับตัวเองไม่ได้ ส่งผลเกิดปัญหาทางด้านอารมณ์ มีภาวะเครียด เกิดพฤติกรรมซึมเศร้า และอาจก่อให้เกิดปัญหาอื่น ๆ ตามมาได้เช่น ปัญหาการฆ่าตัวตายในวัยรุ่น เป็นต้น

การส่งเสริมวุฒิภาวะทางอารมณ์ ทำได้โดยที่ผู้ปกครองต้องให้เวลาและมีความอดทน เพื่อที่จะทำความเข้าใจวัยรุ่น เป็นตัวอย่างของผู้ที่มีอารมณ์มั่นคง แนะนำและส่งเสริมให้เด็กเรียนรู้การควบคุมอารมณ์ และแนะนำวิธีระบายความเครียดที่เหมาะสม

พัฒนาการทางความคิดสติปัญญา

เด็กวัยรุ่นมีการเจริญเติบโตของสมองอย่างเต็มที่ พัฒนาการทางด้านความคิดสติปัญญา เป็นไปอย่างรวดเร็วสามารถเข้าใจเรื่องที่เป็นนามธรรมได้ มีความคิดกว้างไกล พยายามแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ มีจินตนาการมาก มีความเชื่อมั่นในความคิดของตนเองอย่างมาก

พัฒนาการทางความคิดตามแนวคิดของเพียเจท์ (Piaget, 1958 cited in Lefrancois, 1996) เด็กวัยรุ่นพัฒนาความคิดจากความคิดแบบรูปธรรม (Concrete) มาจากวัยเด็กมาสู่กระบวนการพัฒนาความคิดแบบเป็นเหตุผล เป็นรูปแบบชัดเจน (Cognitive thought phase หรือ Formal operation period) ซึ่งมีลักษณะเด่นคือ สามารถคิดอย่างมีเหตุผล โดยไม่ใช้วัตถุเป็นสื่อ มีการคิดแบบใช้ตรรกะจากเงื่อนไขที่กำหนด การคิดแบบใช้เหตุผลเชิงสัดส่วน การคิดแบบแยกตัวแปรเพื่อสรุปผล การคิดแบบใช้เหตุผลสรุปเป็นองค์รวม คาดการณ์อนาคตได้โดยมองย้อนอดีต (ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2538; ทิพย์ภา เศษฐ์ชาวลิต, 2541)

ความคิดแบบตัวเองเป็นศูนย์กลางในวัยรุ่น (Adolescent egocentrism) ก็จะคิดว่าพฤติกรรมของตนถูกเฝ้ามองจากบุคคลอื่น ให้ความใส่ใจอย่างมากต่อคำวิพากษ์วิจารณ์ของบุคคลอื่น (The imagination audience) โดยเฉพาะในเรื่องการแต่งกาย ทรงผม และรูปร่างของตน วัยรุ่นมักคาดหวังว่าสิ่งที่ตนแสดงออกว่าสนใจ ชอบ บุคคลอื่นจะต้องรู้สึกเช่นนั้นด้วย และวัยรุ่นมีความคิดฝัน มีจินตนาการว่าตนเป็นคนเก่ง (Hero) และมีโลกส่วนตัว (The personal fable)

ปัญหาด้านความคิดสติปัญญา

ในวัยรุ่นช่วงอายุประมาณ 12-13 ปี เด็กอาจต้องมีการเปลี่ยนย้ายห้องเรียนหรือเปลี่ยนโรงเรียนจากระดับประถมศึกษาเป็นระดับชั้นมัธยมศึกษา พบว่าในวัยรุ่นหญิงมีปัญหาเรื่องการปรับตัวมากกว่าในวัยรุ่นชายเนื่องจากเด็กหญิงเข้าสู่การเป็นวัยรุ่นเร็วกว่าเด็กชาย ทำให้มีการติดกับกลุ่มเพื่อนเดิมมากกว่า ส่งผลให้วัยรุ่นหญิงมีความเครียด มีความเปราะบางเกี่ยวกับสัมพันธภาพระหว่างเพื่อนมากกว่าวัยรุ่นชาย ทำให้มีผลกระทบต่อการเรียนได้ (Papalia & Olds, 1995) วัยรุ่น

ช่วงอายุประมาณ 17-19 ปี เป็นช่วงปรับเปลี่ยนการเรียนในระดับมัธยมศึกษาสู่การเรียนระดับอุดมศึกษา วัยรุ่นทั้งหญิงและชายมักมีปัญหาเรื่องการปรับตัวเรื่องการเรียน เรื่องเพื่อนเพศเดียวกันและเพื่อนต่างเพศ และการใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย ทำให้มีความเครียดส่งผลให้การเรียนตกต่ำลงได้ และในวัยรุ่นบางกลุ่มมีพฤติกรรมชอบฝ่าฝืนกฎระเบียบ ไม่ทำตามกฎเกณฑ์ของสังคม ไม่ชอบเข้าเรียน ชอบก่อความวุ่นวาย อาจเนื่องจากเด็กอาจมีปัญหาเรื่องสัมพันธ์ภาพในครอบครัวหรืออิทธิพลกลุ่มเพื่อน ส่งผลให้การเรียนตกต่ำลงได้เช่นกันและอาจทำให้เกิดการสูญเสียความภาคภูมิใจในตนเอง มีปัญหาทางอารมณ์ตามมาเช่น อับอายเพื่อนฝูง ครู อาจารย์ และถูกแรงกดดันจากพ่อแม่อีกด้วย (ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2538)

พัฒนาการทางสังคม

ทฤษฎีพัฒนาบุคลิกภาพของอีริคสัน วัยรุ่นอยู่ในขั้นพัฒนาการขั้นที่ 5 คือ ความมีเอกลักษณ์ประจำตัวหรือความสับสนในบทบาทของตนเอง (Identity vs. identity diffusion) เป็นวัยที่พัฒนาเอกลักษณ์ของตนเอง มีจุดมุ่งหมายในชีวิตของตนเอง สังคมของเด็กคือกลุ่มเพื่อน จะยึดแบบจากกลุ่มเพื่อนและบุคคลที่ตรงกับอุดมคติ อาจเกิดความขัดแย้งด้านสัมพันธ์ภาพกับผู้ใหญ่ และเกิดความสับสนทางจิตใจ หากไม่สามารถแก้ไขความสับสนนี้ได้ เด็กจะเป็นคนที่มีบุคลิกภาพสับสน ไม่มั่นคง

ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน วัยรุ่นมีความต้องการในการที่จะเป็นที่ยอมรับของเพื่อนและสังคมรอบ ๆ ตัว มีการรวมกลุ่มเพื่อนรุ่นเดียวกัน ซึ่งส่วนใหญ่มีความคิดหรือทำอะไรคล้าย ๆ กัน ช่วยเหลือกัน มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกันเมื่ออยู่ในกลุ่ม กลุ่มเพื่อนนี้จะมีอิทธิพลมากต่อทัศนคติ ความสนใจ และพฤติกรรมการแสดงออกของวัยรุ่น วัยรุ่นมักมีความคิดว่าคุณค่าของคนอื่น ๆ ไม่มีความสำคัญเท่ากับความเห็นของกลุ่ม และมีความต้องการให้ผู้ใหญ่ยอมรับกลุ่มเพื่อนของตนด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนต่างเพศ เมื่อเด็กอายุประมาณ 13-14 ปี เด็กหญิงเริ่มสนใจเด็กชายและพยายามที่จะเรียกร้องความสนใจจากเด็กชาย แต่เด็กชายยังไม่มีความรู้สึกนี้ เมื่อเด็กชายอายุประมาณ 14-16 ปี จะเริ่มสนใจเพศตรงข้ามและบางคนเริ่มแยกตัวไปสนิทสนมกับเพศตรงข้าม วัยรุ่นหญิงจะพิถีพิถันเรื่องการแต่งกายอย่างมาก เอาใจใส่เรื่องรูปร่างความสวยงามของหน้าตา เช่นเดียวกับวัยรุ่นชายก็มีพฤติกรรมที่มุ่งให้วัยรุ่นหญิงสนใจตนเอง เช่น แฉวหรือหยอกล้อวัยรุ่นหญิง ในวัยรุ่นที่มีรูปร่างหน้าตาสวย เป็นที่ยอมรับของกลุ่มเพื่อนมักจะไม่มีปัญหา แต่ในวัยรุ่นที่มีความคิดว่าตนเองแตกต่างจากเพื่อน มีปมด้อยเรื่องรูปร่างหน้าตา มักจะต้องแสดงพฤติกรรมอื่นให้เป็นที่น่าสนใจของเพศตรงข้ามเมื่อวัยรุ่นชายและหญิงมีความสนใจซึ่งกันและกัน ทั้งสองฝ่ายเริ่มให้ความสำคัญต่อการแสดงออกของบทบาททางเพศ ความสนใจและความสนิทสนมกับเพื่อนต่างเพศ

นี้อาจยั่งยืนไปจนกระทั่งมีการแต่งงานเกิดขึ้นในวัยผู้ใหญ่ต่อไป

ปัญหาทางด้านสังคมของวัยรุ่น

ปัญหาการขัดแย้งในครอบครัว วัยรุ่นคิดว่าผู้ใหญ่มีความคิดเห็นแตกต่างจากตนเองโดยเป็นความคิดเห็นที่ไม่เข้ากับยุคสมัยของตน วัยรุ่นยอมรับไม่ได้ที่ผู้ใหญ่ดำเนินสิ่งที่ตนและกลุ่มเพื่อนคิดว่าถูกต้อง และจากการที่วัยรุ่นมักมีอารมณ์รุนแรง มีพฤติกรรมก้าวร้าว ทำให้เกิดความขัดแย้งกับบุคคลในครอบครัวอย่างมาก วัยรุ่นจึงมักอยู่กับกลุ่มเพื่อนซึ่งวัยรุ่นคิดว่ามีความเข้าใจซึ่งกันและกันอย่างมาก มีความสุขเมื่อได้อยู่ด้วยกัน ไม่ชอบอยู่บ้านเนื่องจากบุคคลในครอบครัวไม่เข้าใจ

ปัญหาการตั้งครรภ์ในวัยรุ่น จากความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนต่างเพศวัยรุ่นที่มีความสนใจซึ่งกันและกันอาจมีประสบการณ์การมีเพศสัมพันธ์โดยไม่มีการป้องกันทำให้เกิดปัญหาการตั้งครรภ์ในวัยรุ่นซึ่งยังไม่มีความพร้อมในการเลี้ยงดูบุตรที่จะเกิดมาเนื่องจากยังอยู่ในวัยเรียน จึงทำให้เกิดปัญหาการทำแท้งผิดกฎหมายเกิดขึ้น และส่งผลให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพของหญิงวัยรุ่นได้ ถึงแม้ไม่มีการทำแท้งเกิดขึ้น วัยรุ่นหญิงก็ได้รับผลกระทบทางด้านจิตใจอย่างสูงเนื่องจากการกระทำที่สังคมไม่ยอมรับและทำให้วัยรุ่นหญิงไม่สามารถศึกษาอย่างต่อเนื่องต่อไปได้

ปัญหาโรคทางเพศสัมพันธ์ เช่นเดียวกับกับปัญหาการตั้งครรภ์ในวัยรุ่น การมีประสบการณ์การมีเพศสัมพันธ์โดยไม่มีความรู้ในการป้องกันตนเองจากการตั้งครรภ์หรือการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ ทำให้วัยรุ่นชายและหญิงมีโอกาสเป็นโรคได้ เช่น โรคหนองในแท้ หนองในเทียม โรคซิฟิลิส หรือการติดเชื้อ H.I.V เป็นต้น ปัญหาโสเภณีเด็กวัยรุ่น วัยรุ่นบางคนหรือบางกลุ่มมีความต้องการทางด้านวัตถุหรือเงิน อาจด้วยความต้องการที่จะต้องเหมือนเพื่อน ถึงแม้ฐานะทางเศรษฐกิจทางครอบครัวไม่เอื้ออำนวย มีความต้องการสารเสพติด การเป็นวัยรุ่นขาดรัก การประชดชีวิต ทำให้ต้องกลายเป็นหญิงหรือชายอาชีพพิเศษได้

ปัญหาการใช้สารเสพติด จากการที่วัยรุ่นมีความขัดแย้งกับบุคคลในครอบครัว อิทธิพลของกลุ่มเพื่อน ความอยากลอง อยากเท่ หรืออยากที่จะปฏิบัติตามผู้ใหญ่ที่ตนนิยมชมชอบ ฯลฯ ส่งผลให้วัยรุ่นมีการใช้สารเสพติด เช่น บุหรี่ สุรา จนกระทั่งกลายเป็นการใช้สารเสพติดที่มีอันตรายต่อตนเองอย่างมากและผิดกฎหมายอย่างเฮโรอีนได้ ในโลกของวัยรุ่นปัจจุบันนิยมการจัดการสังสรรค์ในกลุ่มเพื่อนและมีการใช้สารเสพติด เช่น ยาไอ ทำให้ขาดการควบคุมตนเอง เกิดปัญหาการมีเพศสัมพันธ์โดยไม่มีการคาดคิดมาก่อนหรือไม่มีการป้องกัน ซึ่งส่งผลให้เกิดปัญหาการตั้งครรภ์ที่ไม่พึงประสงค์ การติดโรคทางเพศสัมพันธ์ การเป็นหญิงชายอาชีพพิเศษ หรือปัญหาอาชญากรรมตามมาได้

สถาบันครอบครัว

สถาบันครอบครัวมีบทบาทในการประทับประคอง สนับสนุนให้มีการเจริญเติบโตทั้งทางด้านร่างกาย และจิตใจ ปัจจัยของสถาบันครอบครัวที่มีอิทธิพลต่อพัฒนาการวัยรุ่นคือ ให้การดูแลพัฒนาการทางด้านร่างกาย ให้วัยรุ่นได้รับอาหารที่เป็นประโยชน์ มีการพักผ่อนนอนหลับตามความต้องการของร่างกาย มีการออกกำลังกายที่เหมาะสม และได้ประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ที่เด็กสนใจ ด้านจิตใจ สภาพแวดล้อมในครอบครัวมีผลโดยตรงต่อพัฒนาการด้านต่าง ๆ ของวัยรุ่น บิดา มารดา และผู้ปกครองที่มีบุตรหลานซึ่งกำลังมีการเจริญเติบโตเข้าสู่วัยรุ่น ควรให้ความสนใจเข้าใจการเปลี่ยนแปลง และแบ่งเวลาให้กับเด็กมากขึ้น สัมพันธภาพที่ดีในครอบครัวจะเป็นพื้นฐานที่ดีในการส่งเสริมให้วัยรุ่นสามารถใช้ชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุข

สถานศึกษา

โรงเรียนหรือสถานศึกษา ครูอาจารย์มีบทบาทสำคัญในการสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดีและเหมาะสมในการมีสังคมร่วมกันของวัยรุ่น การส่งเสริมความรักในหมู่คณะ การเลือกคบเพื่อนที่ดี การเคารพในกฎเกณฑ์ของสังคม รู้จักการให้อภัย การควบคุมอารมณ์รุนแรงด้วยวิธีที่เหมาะสม รวมทั้งการให้ความรู้เรื่องเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง ๆ ที่เกิดขึ้นกับวัยรุ่น ทำให้เด็กมีความเข้าใจเกี่ยวกับตนเองอย่างถูกต้อง

สถาบันในชุมชน

ชุมชนมีบทบาทในการเป็นแหล่งประโยชน์ที่ดีของวัยรุ่น เช่น สถาบันศาสนาสามารถลดลดอารมณ์ที่รุนแรงและแปรปรวนง่ายของวัยรุ่น โดยครอบครัว โรงเรียน และวัดควรจัดให้มีกิจกรรมร่วมกันเพื่อช่วยเหลือและส่งเสริมให้วัยรุ่นได้มีกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การอุปสมบทหมู่ การเรียนพุทธศาสนาในวัดสำหรับศาสนาพุทธ หรือการเรียนพระคัมภีร์ในศาสนาคริสต์และอิสลาม เป็นต้น ในโรงพยาบาล การจัดกิจกรรมโดยการให้นักเรียนได้เข้าไปสังเกตการทำงานในลักษณะการช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ การได้มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือ จะส่งเสริมให้วัยรุ่นได้รู้จักการช่วยเหลือบุคคลอื่นที่มีความเดือดร้อนได้ รวมทั้งอาจทำให้วัยรุ่นชายได้ตระหนักเห็นความรุนแรงที่เกิดขึ้นจากการขับขีรถที่ไม่ปลอดภัยและการแก้ปัญหาโดยใช้ความรุนแรง เป็นต้น

สื่อสารมวลชน

บทบาทของสื่อมวลชนในโลกปัจจุบันมีมากมาย การเลือกสื่อที่เหมาะสมสำหรับวัยรุ่น ควรได้มีการพิจารณาอย่างดี การสร้างภาพยนตร์ที่มีความรุนแรง ภาพยนตร์ที่มีการใช้สิ่งเสียดสีของบุคคลที่อยู่ในความสนใจของวัยรุ่น ภาพยนตร์หรือเพลงที่มีการยั่วยั่วทางกามารมณ์ ท่าเต้นต่าง ๆ ที่มีลักษณะล่อแหลม ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ผู้ผลิตสื่อควรให้ความสำคัญและตระหนักถึงวัยรุ่นที่ดูสื่อเหล่านี้ว่า จะเป็นการส่งเสริมพฤติกรรมในทางที่ไม่เหมาะสมด้วย สื่อสารมวลชนยังสามารถจัดกิจกรรมที่

ผ่อนคลายความเครียดได้ เช่น มีการจัดกิจกรรมที่สนุกสนานส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมของสมาชิกในครอบครัว การทำกิจกรรมเหล่านี้จะส่งเสริมให้เกิดความรัก ความเอาใจใส่ดูแลกันในครอบครัว เป็นการส่งเสริมสัมพันธ์ภาพอันดีในครอบครัวต่อไป

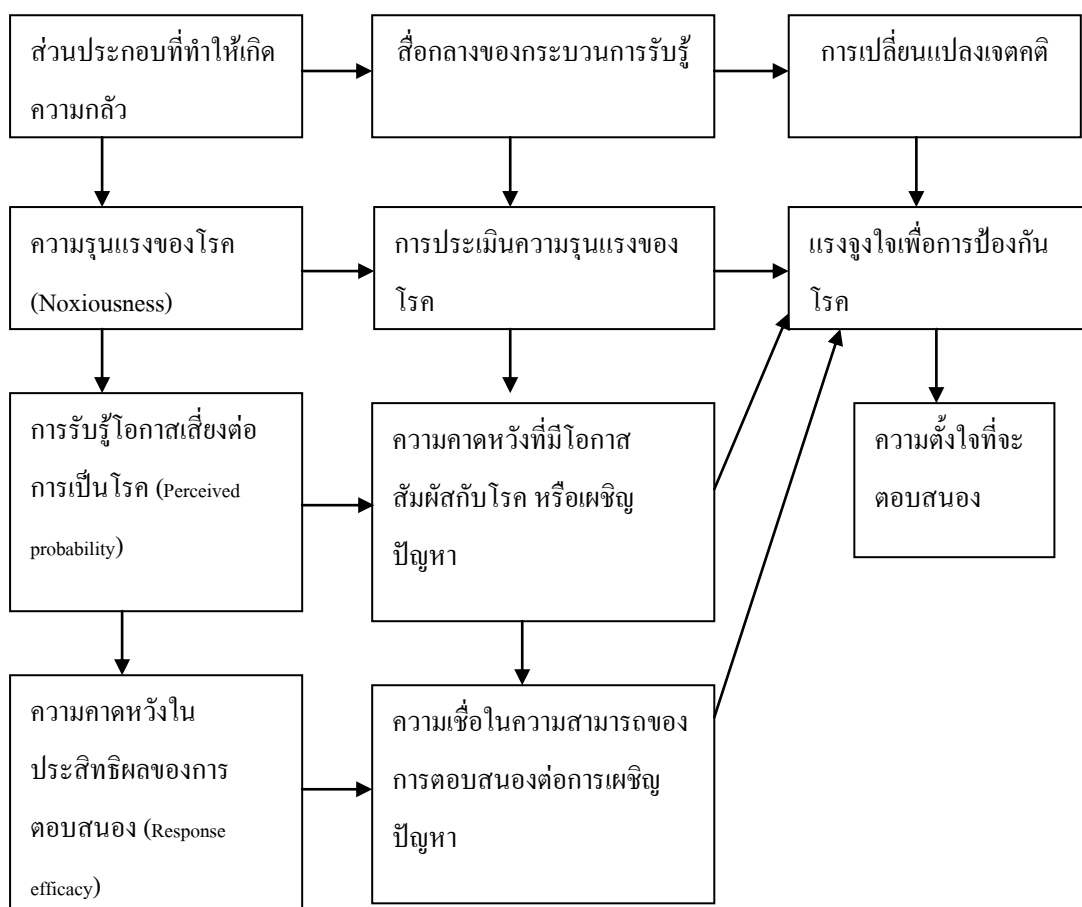
สรุป

วัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านการเจริญเติบโตทางร่างกายอย่างรวดเร็ว มีการเจริญเติบโตของสมองอย่างเต็มที่ มีวุฒิภาวะทางเพศ มีพลังในตัวเองมาก มีอารมณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รักกลุ่มเพื่อน สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ ทำให้กลุ่มวัยรุ่น มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ที่จะใช้เครื่องสำอาง จึงจำเป็นที่จะต้องทำการศึกษาค้นคว้าถึงแนวทางในการป้องกันโรค ในการเลือกใช้เครื่องสำอาง และเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องแก้ปัญหา ด้วยการสร้างการรับรู้อย่างมีเหตุผล เกิดความตระหนักในตนเองที่จะตั้งใจปฏิบัติป้องกันการเลือกใช้เครื่องสำอางอันตราย มีทัศนคติในตนเองที่จะไม่ละเลยปัญหานี้ และยังเป็นการป้องกันการในเครื่องสำอางอันตรายในกลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาไม่ให้ถูกลามส่งผลกระทบต่อหลายด้าน ทั้งด้านสุขภาพ ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรค (รูปแบบเดิม)

ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรค (The Protection Motivation Theory) เกิดขึ้นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1975 โดย Rogers Ronald W. ต่อมาได้มีการปรับปรุงใหม่นำมาใช้ในปี ค.ศ. 1983 เริ่มจากการกระตุ้นด้วยความกลัวมาใช้ โดยเน้นความสำคัญร่วมกันระหว่างแบบแผนความเชื่อด้านสุขภาพ (Health believe model) และทฤษฎีความคาดหวังในความสามารถของตนเอง (Self Efficacy Theory) คือ การรวมปัจจัยที่ทำให้เกิดการรับรู้ในภาพรวมของบุคคลซึ่งการรับรู้จะเป็นตัวเชื่อมโยงนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรคนี้ เน้นเกี่ยวกับการประเมินการรับรู้ด้านข้อมูลข่าวสารในการเผยแพร่สื่อสารการรับรู้ที่เกิดจากสื่อกลางที่ทำให้เกิดความกลัว ขึ้นอยู่กับจำนวนของสื่อที่มากกระตุ้นและในการตรวจสอบการประเมินการรับรู้ (Rogers, 1975, p. 99) ได้กำหนดตัวแปรที่ทำให้บุคคลเกิดความกลัว 3 ตัวแปร คือ การรับรู้ความรุนแรงของโรค (Noxiousness) การรับรู้โอกาสเสี่ยงของการเป็นโรค (Perceived probability) และความคาดหวังในประสิทธิผลของการตอบสนอง (Response efficacy) ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรครูปแบบเดิม (Rogers, 1975, p. 99)

การรับรู้ความรุนแรงของโรค (Noxiousness)

สามารถพัฒนาได้จากการรู้ว่าถ้ากระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมบางอย่าง จะทำให้บุคคลได้รับผลร้ายแรง โดยใช้สื่อที่สำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารที่คุกคามต่อสุขภาพลักษณะข้อความที่ปรากฏ เช่น มีอันตรายถึงชีวิต ข้อมูลที่ทำให้เกิดความกลัวสูงจะส่งผลให้บุคคลเปลี่ยนเจตคติและพฤติกรรมได้มากกว่าข้อมูลที่ทำให้กลัวเพียงเล็กน้อย (Mackey, 1992, pp. 26-27) อย่างไรก็ตาม ข้อมูลที่ทำให้เกิดความกลัวสูงอาจไม่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมโดยตรง หากใช้การกระตุ้นหรือปลุกเร้าร่วมกับการชูงู อาจส่งผลให้ข้อมูลนั้นมีลักษณะโดดเด่นขึ้น กระบวนการรับรู้ของบุคคลต่อข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นจะทำให้บุคคลรับรู้ความรุนแรงของการเป็นโรคดีกว่าการกระตุ้นตามปกติ และทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมซึ่งในการตรวจสอบองค์ประกอบเกี่ยวกับผลที่เกิดการรับรู้ถึงอันตราย ในระดับสูง ๆ พบว่า มีผลต่อความตั้งใจที่จะงดการมีพฤติกรรมเสี่ยง

1. การรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อการเป็นโรค (Perceived probability)

ใช้การสื่อสารโดยการชูที่คุกคามต่อสุขภาพ ซึ่งจะทำให้บุคคลเชื่อว่าตนเองอยู่ในภาวะเสี่ยง และการรับรู้โอกาสเสี่ยงของการเป็นโรคนั้นขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของแต่ละบุคคลว่าถ้าไม่ปฏิบัติตนเพื่อหลีกเลี่ยงอันตรายที่เกิดขึ้นจะทำให้ตนมีโอกาสดต่อการเป็นโรคได้ การตรวจสอบการรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อการเป็นโรคสามารถทำได้ดีเช่นเดียวกับการรับรู้ความรุนแรงของโรคโดยใช้แบบสอบถามให้ตอบคำถามในกลุ่มเสี่ยงต่อการเป็นโรคสูง และกลุ่มเสี่ยงต่อการเป็นโรคต่ำ การให้บุคคลปฏิบัติตามคำแนะนำอาจใช้เงื่อนไขความเสี่ยงต่อการเป็นโรคสูงร่วมกับผลที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติตามคำแนะนำ แต่เงื่อนไขดังกล่าวยังเป็นสิ่งที่ต้องค้นหาคำตอบกันอีกต่อไปว่าความเสี่ยงต่อการเป็นโรคสูงจะส่งผลต่อความตั้งใจของบุคคลในการปฏิบัติตนเพื่อลดพฤติกรรมเสี่ยงนั้นหรือไม่

2. ความคาดหวังในประสิทธิผลของการตอบสนอง (Response efficacy)

กระทำได้โดยการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการปฏิบัติตนเพื่อลดโอกาสเสี่ยงต่อการเป็นโรค ซึ่งเป็นการสื่อสารที่ทำให้บุคคลเกิดความกลัวเกี่ยวกับสุขภาพ โดยการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของการปรับและลดพฤติกรรมที่ไม่ถูกต้อง จากผลการวิจัยที่ผ่านมา พบว่า การเพิ่มความคาดหวังในผลที่เกิดขึ้นร่วมกับความตั้งใจที่จะทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม (Mackey, 1992, pp. 31-32) ในกรณีที่บุคคลรู้ว่าตนเองกำลังเสี่ยงต่อการเป็นโรค แต่เมื่อบุคคลนั้นถูกคุกคามอย่างรุนแรง และไม่มีวิธีใดจะลดความคุกคามนั้นลงได้ อาจทำให้บุคคลขาดที่พึ่ง การสอนที่มีความเฉพาะเจาะจงเพื่อให้บุคคลนั้นปฏิบัติตามคำแนะนำจะช่วยให้เกิดความตั้งใจที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอย่างจริงจัง และการสอนที่มีความจำเพาะเจาะจงจะมีรายละเอียดเพื่อกระตุ้นเตือนความรู้สึกรู้สึก หรือการรับรู้ต่อความสามารถของตนเองให้ปฏิบัติตามมากขึ้น

ซึ่งต่อมา Maddux และ Rogers ได้เพิ่มตัวแปรอีกหนึ่งตัว คือความคาดหวังในความสามารถของตนเอง (Self Efficacy Theory) ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ทฤษฎีความคาดหวังในความสามารถของตนเองของ Bandura (Mackey, 1992, p. 33) โดยเชื่อว่ากระบวนการเปลี่ยนแปลงทางจิตวิทยาขึ้นอยู่กับความคาดหวังในความสามารถของตนเองที่มีต่อทางเลือกนั้น ๆ ซึ่งการสร้าง ความคาดหวังในความสามารถของตนเองที่เลือกทางเลือกลงกล่าวกระทำได้หลายวิธี ในการตรวจสอบองค์ประกอบความคาดหวังในความสามารถของตนเอง พบว่า ความคาดหวังในความสามารถของตนเองเป็นตัวทำนายที่มีผลสูงสุดต่อความตั้งใจที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมทางสุขภาพ

2. ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรค (รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา)

จากวิวัฒนาการของทฤษฎีแรงจูงใจของ Rogers (สุภัทรา สมบัติ, 2543, หน้า 46) ได้พยายามปรับปรุงโดยนำตัวแปรทั้ง 4 ตัว คือการรับรู้ความรุนแรงของโรค การรับรู้โอกาสเสี่ยงของ

การเกิดโรค ความคาดหวังในความสามารถของตนเอง และความคาดหวังในประสิทธิผลของการตอบสนองมาสรุปเป็นกระบวนการรับรู้ 2 แบบ คือ

2.1 การประเมินอันตรายต่อสุขภาพ (Threat appraisal) ประกอบด้วย

2.1.1 การรับรู้ความรุนแรงต่อการเกิดโรค (Noxiousness)

2.1.2 การรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อการเกิดโรค (Perceived probability)

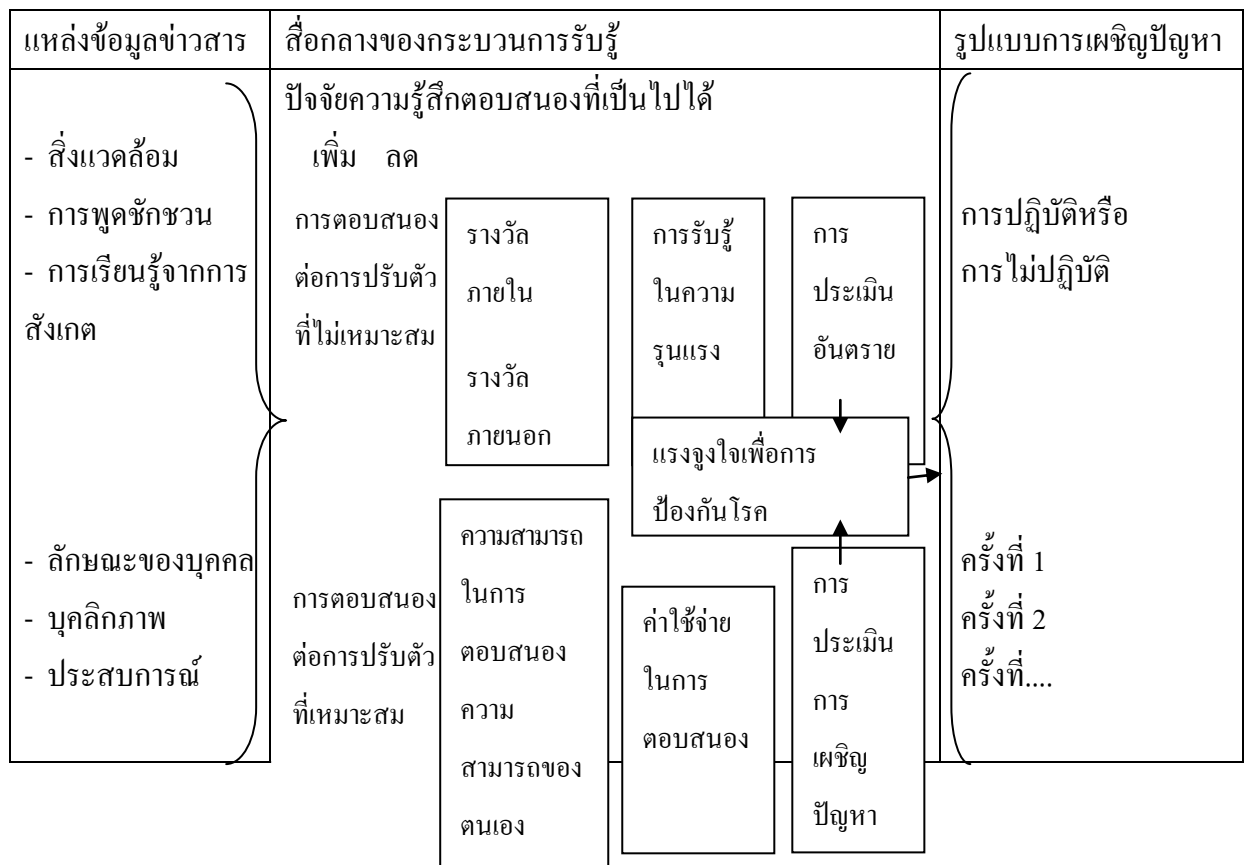
2.2 การประเมินการเผชิญปัญหา (Coping appraisal) ประกอบด้วย

2.2.1 ความคาดหวังในความสามารถของตนเองต่อการป้องกันโรค (Self efficacy)

2.2.2 ความคาดหวังในประสิทธิผลของการตอบสนองต่อการป้องกันโรค

(Response efficacy)

กระบวนการเรียนรู้ดังกล่าวเกิดจากอิทธิพลของแหล่งข้อมูลข่าวสาร คือ สิ่งแวดล้อม การพูดคุยชวน การเรียนรู้จากการสังเกต และลักษณะบุคลิกภาพ หรือประสบการณ์ที่บุคคลได้รับ ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อการป้องกันโรครูปแบบที่ได้รับการพัฒนา (Rogers, 1986, p. 155)

3. การประเมินอันตรายต่อสุขภาพ

การประกอบด้วยการรับรู้ สองลักษณะ คือ การรับรู้ความรุนแรงต่อการเกิดโรค (Noxiousness) และการรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อการเกิดโรค (Perceived probability) ซึ่งการรับรู้จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ 2 แบบ ได้แก่ มีความตั้งใจที่จะปฏิบัติสม่ำเสมอ และมีการแก้ปัญหาอย่างมีเหตุผล เช่น การรัดเข็มขัดนิรภัยทุกครั้ง การเลิกสูบบุหรี่ เป็นต้น

อย่างไรก็ตามปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่พึงประสงค์ก็คือ ความพึงพอใจในตนเอง (Intrinsic rewards) และความพึงพอใจภายนอก (Extrinsic rewards)

4. การประเมินการเผชิญปัญหา

ประกอบด้วยความคาดหวังสองลักษณะคือ คาดหวังในความสามารถของตนเองต่อการป้องกันโรค (Self efficacy) และความคาดหวังในประสิทธิผลของการตอบสนองต่อการป้องกันโรค

(Response efficacy) ในการที่จะหลีกเลี่ยงอันตรายให้สำเร็จได้นั้น ปัจจัยที่สำคัญในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่พึงประสงค์ ต้องทำให้ความคาดหวังในประสิทธิผลของการตอบสนองเพิ่มขึ้น คือ ค่าใช้จ่าย ความไม่สะดวก ความยากลำบากเหล่านี้ต้องลดลง การรวมกันของกระบวนการประเมินอันตรายต่อสุขภาพและการประเมินเผชิญปัญหาจะเกิดตัวแปรแทรกซ้อนขึ้นมา คือ แรงจูงใจที่จะทำพฤติกรรม ซึ่งในการวัดแรงจูงใจนี้วิธีการตามทฤษฎีของ Fishbein ก็คือ ความตั้งใจใฝ่พฤติกรรม (Ajzen & Fishbein, 1980, p. 116) และความตั้งใจนั้นจะเป็นเครื่องทำนายอย่างแม่นยำถ้าได้รับการวัดในระดับความเฉพาะเจาะจงที่เดียว ความตั้งใจนั้นมันคงและพฤติกรรมนั้นอยู่ภายใต้การควบคุมของจิตใจ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความคาดหวังในผลลัพธ์ของการตอบสนอง และการรับรู้ความคาดหวังในความสามารถของตนเองเป็นสิ่งสำคัญมากต่อความตั้งใจ ซึ่งความตั้งใจที่จะแก้ปัญหาถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องพยายามสร้างให้เกิดขึ้น และรักษาความตั้งใจนั้นให้มั่นคงปฏิสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อการเกิดโรค และการรับรู้ความคาดหวังในผลลัพธ์ของการตอบสนองก็มีความสำคัญเช่นกัน กล่าวคือถ้าการรับรู้ถึงโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดโรคสูงและการรับรู้ความคาดหวังในผลลัพธ์ของการตอบสนองสูงด้วยก็จะมีผลเพิ่มความตั้งใจ ในทางกลับกันถ้าการรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อการเกิดโรคสูง แต่การรับรู้ความคาดหวังในผลลัพธ์ของการตอบสนองต่ำก็จะลดความตั้งใจลง บุคคลจะรู้สึกว่าจะไม่สามารถป้องกันตนเองได้ในสองกรณี คือ ถ้าผลลัพธ์ของการตอบสนองต่อการเผชิญปัญหาที่มีอยู่ ไม่มีประสิทธิภาพ และถ้าเขาเชื่อว่าตนเองไม่มีความสามารถที่จะตอบสนองต่อการเผชิญปัญหาได้ ดังนั้นการรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อการเกิดโรคต่ำ ก็จะต้องเพิ่มการรับรู้ความคาดหวังในผลลัพธ์ของการตอบสนองและความคาดหวังในความสามารถของตนเองให้สูงจึงจะเพิ่มความตั้งใจขึ้นได้ อย่างไรก็ตามความตั้งใจจะสูงที่สุดเมื่อบุคคลมีทั้งการรับรู้ถึงโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดโรคสูง การรับรู้ความคาดหวังในความสามารถของตนเอง และการรับรู้ความคาดหวังในผลลัพธ์ของการตอบสนองสูงด้วย

จากทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อการป้องกันโรคที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยพอสรุปได้ว่า แรงจูงใจเพื่อการป้องกันโรคของ Ronald W. Rogers หมายถึง การรวมปัจจัยที่ก่อให้เกิดการรับรู้ซึ่งจะเชื่อมโยงทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนด้านพฤติกรรมเน้นการรับรู้ด้านข้อมูลข่าวสาร ซึ่งจะเป็นสื่อกลางทำให้เกิดความกลัว ประกอบด้วยการประเมินสองลักษณะคือ การประเมินสองลักษณะคือ การประเมินอันตรายต่อสุขภาพ ได้แก่ การรับรู้ความรุนแรงต่อการเกิดโรค การรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อการเกิดโรค และการประเมินการเผชิญปัญหาซึ่งได้แก่ ความคาดหวังในความสามารถของตนเองต่อการป้องกันโรค ความคาดหวังในประสิทธิผลของการตอบสนองต่อการป้องกันโรค และมีความเชื่อว่าแรงจูงใจเพื่อการป้องกันโรคนั้นจะทำได้ดีที่สุดเมื่อ

1. บุคคลเห็นว่าอันตรายต่อสุขภาพนั้นรุนแรง
2. บุคคลมีความรู้สึกไม่มั่นคงหรือเสี่ยงต่ออันตรายนั้น
3. เชื่อว่าการตอบสนองโดยการปรับตัวเป็นวิธีการที่ดีที่สุดที่กำจัดอันตรายนั้น
4. บุคคลมีความเชื่อมั่นในตนเองว่าจะสามารถปรับตัวตอบสนองหรือปรับเปลี่ยนพฤติกรรมนั้นได้อย่างสมบูรณ์
5. ผลดีจากการตอบสนองด้วยการปรับตัวแบบที่ไม่พึงประสงค์นั้นมีน้อย
6. อุปสรรคเกี่ยวกับการปรับตัวหรือการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมนั้นต่ำ

สรุป

ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรคมักมีความเชื่อว่า แรงจูงใจเพื่อการป้องกันโรคจะทำได้ดีที่สุดเมื่อ บุคคลเห็นว่าอันตรายต่อสุขภาพนั้นรุนแรง บุคคลมีความรู้สึกไม่มั่นคงหรือเสี่ยงต่ออันตรายนั้น เชื่อว่าการตอบสนองโดยการปรับตัวเป็นวิธีการที่ดีที่สุดที่จะกำจัดอันตรายนั้น บุคคลมีความเชื่อมั่นในตนเองว่าจะสามารถปรับตัวตอบสนอง หรือปรับเปลี่ยน พฤติกรรมนั้นได้อย่างสมบูรณ์ ผลจากการปรับตัวที่ไม่พึงประสงค์นั้นมีน้อย อุปสรรคเกี่ยวกับการปรับตัวหรือปรับเปลี่ยนพฤติกรรมนั้นต่ำ ซึ่งงานวิจัยนี้ได้มีการนำทฤษฎีนี้ไปประยุกต์ใช้เพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพในกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ บนพื้นฐานความเชื่อที่ว่าหากบุคคลมีความเชื่อในความรุนแรงของโรคและปัญหาสุขภาพ อันตรายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับสุขภาพ เชื่อในโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดโรคและปัญหาสุขภาพ เชื่อในผลลัพธ์ของพฤติกรรมและความสามารถของตนเองที่จะทำพฤติกรรมนั้น จะมีผลต่อความตั้งใจและมีอิทธิพลที่จะทำให้บุคคลเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพที่เหมาะสมที่สุดในที่สุด

แนวคิดเกี่ยวกับเครื่องสำอาง

1. ความหมายของเครื่องสำอาง

พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 (รวมกฎหมายอาหารและยา, 2548, หน้า 183-184) ได้บัญญัติความหมายของเครื่องสำอางไว้ในมาตรา 4 ดังนี้

1. วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ทา ถู นวด โขย ฟั่น หยอด ใส่ อบ หรือกระทำด้วยวิธีอื่นใดต่อส่วนหนึ่งส่วนใดของร่างกายเพื่อความสะอาด ความสวยงาม หรือส่งเสริมให้เกิดความสวยงาม และรวมตลอดทั้งเครื่องประพินผิวต่าง ๆ ด้วย แต่ไม่รวมถึงเครื่องประดับและเครื่องแต่งตัวซึ่งเป็นอุปกรณ์ภายนอกร่างกาย
2. วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอางโดยเฉพาะ หรือ
3. วัตถุอื่นที่กำหนดโดยกฎกระทรวงให้เป็นเครื่องสำอาง

ซึ่งอาจสรุปได้ง่าย ๆ ว่า

1. เครื่องสำอางเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้เฉพาะกับผิวหนังนอกเท่านั้น เช่น ผิวหนัง ริมฝีปาก และในช่องปาก เส้นผม เล็บ รวมทั้งอวัยวะเพศส่วนนอก
2. ใช้เพื่อความสะอาดในชีวิตประจำวัน เช่น ขจัดคราบเหงื่อไคล สิ่งสกปรกที่ผิวหนัง เส้นผม
3. ใช้เพื่อระงับกลิ่นกาย แต่งกลิ่นหอม
4. ใช้เพื่อปกป้องหรือส่งเสริมให้มีสุขภาพที่ดี ปรับแต่งให้แลดูดี โดยที่ไม่สามารถไปมีผลต่อโครงสร้างหรือการทำหน้าที่ใด ๆ ของร่างกายมนุษย์

การบริโภคเครื่องสำอาง

1. ผู้บริโภคเลือกใช้อุปกรณ์ในชีวิตประจำวัน ใช้กันทุกเพศ ทุกวัย
2. ผู้บริโภคมักหวังผลแต่ด้านดี ใช้ตามความพึงพอใจ ไม่ค่อยคำนึงถึงอาการข้างเคียงอันไม่พึงประสงค์ที่อาจเกิดขึ้นได้

ฉลากและภาชนะบรรจุมักจะสวยงาม ดึงดูดความสนใจ

1. จำหน่ายและส่งเสริมการขายได้โดยอิสระ
2. ไม่ต้องขออนุญาตก่อนทำการโฆษณา จึงมักพบว่ามีโฆษณาเกินความจริงหรือทำให้เข้าใจผิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

2. ประเภทของเครื่องสำอาง

จากการวิเคราะห์ความเสี่ยงและประเมินความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแล้ว ได้จัดแบ่งเครื่องสำอางออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. เครื่องสำอางควบคุมพิเศษ เป็นเครื่องสำอางที่มีความเสี่ยงสูงต่อการเกิดอันตรายกับผู้บริโภค เนื่องจากพิษภัยหรืออันตรายของเคมีภัณฑ์ที่เป็นส่วนผสม การกำกับดูแลจึงเข้มงวดที่สุด ด้วยการให้ต้องมาขึ้นทะเบียนตำรับ เมื่อได้รับใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับเครื่องสำอางควบคุมพิเศษเรียบร้อยแล้ว จึงจะผลิตหรือนำเข้ามาจำหน่ายได้

เครื่องสำอางที่จัดเป็นเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ ได้แก่ เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของสารควบคุมพิเศษตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขที่ออกตามความใน พระราชบัญญัติ

เครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 ตัวอย่างเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ ได้แก่

- 1.1 ยาสีฟัน น้ำยาบ้วนปาก ไหมขัดฟันที่มีส่วนผสมของฟลูออไรด์
- 1.2 น้ำยาบ้วนปากที่มีส่วนผสมของ เซทิลไพรดีเนียมคลอไรด์
- 1.3 ผลิตภัณฑ์คัดผม ยืดผม
- 1.4 ผลิตภัณฑ์ข้อมผมชนิดถาวร

1.5 ผลิตภัณฑ์ฟอกสีผม

1.6 ผลิตภัณฑ์แต่งผมดำที่มีส่วนผสมของเลดแอซีเตต หรือซิลเวอร์ไนเตรด

1.7 ผลิตภัณฑ์กำจัดขน หรือทำให้ขนร่วง

1.8 ผลิตภัณฑ์ประเภทฟอกสีฟัน (ไม่รวมถึงผลิตภัณฑ์ยาสีฟันและน้ำยาบ้วนปาก)

1.9 ผลิตภัณฑ์ชุดทำเล็บเทียม

2. เครื่องสำอางควบคุม เป็นเครื่องสำอางกลุ่มที่อาจมีผลกระทบ หรือมีความเสี่ยงต่อการเกิดอันตรายบ้าง แต่น้อยกว่าเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ การกำกับดูแลจึงไม่เข้มงวดเท่าเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ ผู้ประกอบธุรกิจเพียงมาแจ้งรายละเอียดต่อหน่วยงานรัฐ ภายในเวลาไม่น้อยกว่า 15 วัน ก่อนผลิตหรือนำเข้ามาจำหน่ายในราชอาณาจักร

การกำหนดเครื่องสำอางควบคุม มี 2 ลักษณะ คือ

1. กำหนดให้เครื่องสำอาง 4 ประเภทเป็นเครื่องสำอางควบคุม ได้แก่

1.1 ฟ้อนามัย ทั้งชนิดแผ่น และชนิดสอด

1.2 ผ้าเย็บหรือกระดาษเย็บในภาชนะบรรจุที่ปิด

1.3 แป้งฝุ่นโรยตัว

1.4 แป้งน้ำ

2. กำหนดสารควบคุม ดังนั้นเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของสารควบคุมจะจัดเป็นเครื่องสำอางควบคุม ได้แก่

2.1 สารป้องกันแสงแดด จำนวน 19 ชนิด ที่ปรากฏตามบัญชีแนบท้าย ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2536) เรื่องผลิตภัณฑ์ที่มีสารป้องกันแสงแดด และประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 35 (พ.ศ. 2545) เรื่อง ผลิตภัณฑ์ที่มีสารป้องกันแสงแดด (ฉบับที่ 2)

2.2 สารจัดรังแค (ซิงก์ไพริไทโอน และไพรอกโทน โอลามีน ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 19 (พ.ศ. 2537) เรื่องกำหนดเครื่องสำอางที่มีสารซิงก์ไพริไทโอนและไพรอกโทน โอลามีน เป็นเครื่องสำอางควบคุม

2.3 สารจัดรังแค (คลิมบาโซล) ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 26 พ.ศ. 2539 เรื่องผลิตภัณฑ์ที่มีสารคลิมบาโซล

3. เครื่องสำอางทั่วไป เป็นเครื่องสำอางที่ไม่มีส่วนผสมของสารควบคุมพิเศษ หรือสารควบคุม ดังนั้น เครื่องสำอางทั่วไปจะไม่มีเลขทะเบียนในกรอบ อย. แต่มีข้อกำหนดในการผลิต หรือนำเข้า ดังนี้

3.1 เครื่องสำอางที่ผลิตในประเทศ สามารถผลิตได้โดยไม่ต้องมาแจ้งกับ อย. เพียงแต่จัดทำฉลากภาษาไทยให้มีข้อความอันจำเป็นครบถ้วนชัดเจน (ส่วนข้อความอื่น ๆ บนฉลากต้องเป็นความจริง และมีเอกสารหลักฐานพร้อมที่จะพิสูจน์ได้)

3.2 เครื่องสำอางที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ต้องส่งมอบหลักฐานประกอบการนำเข้า และจัดทำฉลากภาษาไทยให้มีข้อความอันจำเป็นให้ครบถ้วนภายใน 30 วัน หลังจากได้รับการตรวจปล่อยให้นำเข้า ฯ (ส่วนข้อความอื่น ๆ บนฉลากต้องเป็นความจริง และมีเอกสารหลักฐานพร้อมที่จะพิสูจน์ได้) ตัวอย่างเครื่องสำอางทั่วไป ได้แก่ แชมพูสระผม หรือครีมนวดผมที่ไม่มีสารขจัดรังแค โลชั่น ครีมบำรุงผิว आयเซโดว์ आयไลเนอร์ ดินสอเขียนคิ้ว บลัชออนแต่งแก้ม ลิปสติก ครีมรองพื้น แป้งทาหน้า สบู่ก้อน สบู่เหลว โฟม น้ำมันทาผิว เครื่องสำอางระงับกลิ่นกาย สีทาเล็บ มูส หรือ เยลแต่งผม เป็นต้น

สรุป

เครื่องสำอางถึงแม้จะเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดอันตรายค่อนข้างต่ำ แต่บางครั้งผู้บริโภคใช้เครื่องสำอางแล้ว อาจเกิดอาการข้างเคียงอันไม่พึงประสงค์ได้ ส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นบริเวณ ที่สัมผัสกับเครื่องสำอางโดยตรง อาจเกิดอาการ ได้ตั้งแต่ ระยะเวลาเพียง คั้น แสบ ร้อน บวมแดง เป็นผื่น ผิวแห้งแตก ลอก ลมพิษ หรือมีอาการรุนแรงถึงขั้นเป็นแผลพุพอง น้ำเหลือง แต่บางครั้งอาจพบความผิดปกติในบริเวณที่ไม่ได้สัมผัสกับเครื่องสำอางโดยตรงก็ได้ สาเหตุของการเกิดอาการข้างเคียงอันไม่พึงประสงค์ได้แก่

1. อันตรายจากตัวผลิตภัณฑ์ เช่น เป็นเครื่องสำอางที่เก่า เสื่อมสภาพแล้ว เป็นเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัย มีการลักลอบผสมสารห้ามใช้ จะสังเกตได้ว่ามักจะแสดงฉลากภาษาไทยไม่ครบถ้วน โดยเฉพาะไม่แสดงแหล่งผลิต หรือวัน เดือน ปี ที่ผลิต สูตร ส่วนประกอบ หรือกรรมวิธีการผลิตที่ไม่เหมาะสม

2. การใช้ผิดวิธี

3. ตัวผู้บริโภคเอง ซึ่งอาจเกิดจากสาเหตุ การระคายเคือง การแพ้ ซึ่งตัวอย่างของการแพ้หรือระคายเคืองที่เกิดจากเครื่องสำอาง เช่น เครื่องสำอางทาฝ้าที่ลักลอบใส่สารห้ามใช้ เช่น ไฮโดรควิโนน ใช้แล้วเกิดอาการแพ้ ระคายเคือง อักเสบหน้าแดง กรดวิตามิน เอ ทำให้หน้าแดง ผิวหน้าลอก

ดังนั้นก่อนใช้เครื่องสำอางควรอ่านวิธีใช้ที่ฉลากให้เข้าใจ และปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ใช้ให้ถูกคน ถูกเวลา ในปริมาณที่เหมาะสม โดยเฉพาะถ้าเป็นเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ หรือเครื่องสำอางควบคุม มักมีคำเตือนและข้อควรระวัง รวมทั้งการทดสอบการแพ้ก่อนใช้ จึงต้องใช้ความระมัดระวังเป็นพิเศษ เนื่องจากเครื่องสำอางเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเลือกซื้อใช้ด้วยตนเอง

และใช้ตามความพึงพอใจ ส่วนใหญ่มิได้ระมัดระวังการใช้กันมากนัก จึงพบว่ามีผู้ประกอบการกิจ
บางรายไม่คำนึงถึงอันตรายที่จะเกิดกับผู้บริโภค โดยนำสารห้ามใช้มาผสมในเครื่องสำอาง
โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่อ้างว่าขจัดฝ้า ทำให้หน้าขาวที่มีส่วนผสมของไฮโดรควิโนน หรือปรอท
แอมโมเนีย หรือกรดวิตามินเอ พบรายงานอาการไม่พึงประสงค์จากการใช้ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ มีตั้งแต่
อาการเฉียบพลันทันที เช่นกรดวิตามินเอ จะมีผลให้แสบ ร้อน แดง คัน ผิวดอก สำหรับการเกิดพิษ
ในระยะยาว เช่น ไฮโดรควิโนนทำให้เซลล์สร้างเม็ดสีตาย เกิดผิวเป็นด่างขาว หรือเป็นฝ้าถาวร ส่วน
กรณีที่มีสารปรอทแอมโมเนีย จะได้รับพิษสะสมจากปรอท ซึ่งจะไปทำลายไต และอาจทำให้เกิด
มะเร็งที่ผิวหนังได้

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ผู้บริโภค (Consumer) หมายถึง บุคคลหนึ่งหรือหลายคนที่แสดงออกซึ่งสิทธิที่จะต้อง
การและบริโภคผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายในตลาด (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2541, หน้า 5-50)

จากความหมายของผู้บริโภคจึงอาจกล่าวได้ว่า ทุกคนคือผู้บริโภคและทุกคนไม่จำเป็นต้อง
ต้องการผลิตภัณฑ์เหมือน ๆ กัน ผู้บริโภคอาจต้องการผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่มีขายในตลาด แต่ผู้บริโภค
จะได้รับความพอใจก็ต่อเมื่อกิจการได้ตระหนักถึงความต้องการและผลิตภัณฑ์นั้นออกจำหน่าย
ผู้บริโภคอาจซื้อผลิตภัณฑ์ที่จะตอบสนองความต้องการของตัวเอง ครอบครัวหรือซื้อสินค้าเพื่อ
สร้างความพอใจให้กับกลุ่มสังคมที่ตนอาศัยอยู่

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลต้องเอาใจใส่ในเมื่อ
ได้ทำการเลือก การซื้อและการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความพอใจและความต้องการกิจกรรม
เหล่านี้เกี่ยวข้องกับกระบวนการภายในจิตใจและอารมณ์

พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสภาวะแวดล้อมภายนอกซึ่ง
องค์ประกอบ 2 ชนิดใหญ่ของสภาวะแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค ได้แก่ กลุ่มบุคคลใน
สังคม และกิจการ ปฏิสัมพันธ์จากสภาวะแวดล้อมอาจจะเกิดขึ้นโดยตรงหรือโดยอ้อมก็ได้ ถ้าเกิดขึ้น
โดยตรง ได้แก่ การโฆษณา หรือเกิดโดยอ้อม ได้แก่ การที่ผู้ร่วมงานของผู้บริโภคแนะนำสินค้า
ให้กับผู้บริโภค ในทางกลับกัน ผู้บริโภคเองก็มีอิทธิพลต่อกลุ่มสังคมและกิจการ เช่น การที่
ผู้บริโภคซื้อสินค้าน้อยเกินไป กิจการจำเป็นต้องปรับปรุงสินค้าและบริการเสียใหม่ นอกจากนี้
สภาพการแข่งขันก็มีอิทธิพลทำให้กิจการมีอิทธิพลระหว่างกันเองด้วย

ในฐานะผู้ซื้ออาจกล่าวได้ว่า เป้าหมายของการซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค ก็คือ
การได้รับความพอใจในสินค้าหรือบริการที่ซื้อมา โดยผู้บริโภคจำเป็นต้องกำหนดรูปแบบการ

ตัดสินใจให้ได้ว่าซื้อหรือไม่ (Whether) ถ้าต้องการซื้อ ซื้ออะไร (What) ซื้อเมื่อใด (When) ซื้อที่ไหน (Where) และซื้ออย่างไร (How to purchase)

ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค สามารถแบ่งได้ 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ

1. ปัจจัยภายในบุคคล (Basic determinant) ได้แก่ ความต้องการจิตใจ บุคลิกภาพ การเรียนรู้ การรับรู้ และทัศนคติ
2. ปัจจัยภายนอก (Environment determinant) ได้แก่ เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ธุรกิจ กลุ่มอ้างอิง และครอบครัว

จากแนวคิดดังกล่าว สรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อและใช้สินค้าและบริการนั้น ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจและความต้องการในสินค้าและบริการนั้น ๆ

2. แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการ

ความต้องการ หมายถึง สิ่งจำเป็นสำหรับมนุษย์เพื่อให้มนุษย์ได้มีการปฏิบัติการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ความต้องการมีลักษณะที่สำคัญ 5 ประการ คือ

1. ความต้องการเป็นรากฐานการกระทำของมนุษย์
2. ความต้องการไม่ใช่ความบกพร่อง
3. มนุษย์แต่ละบุคคลมีอัตราการตระหนักถึงความต้องการต่างกัน
4. ความต้องการเป็นสิ่งที่แปรเปลี่ยนได้
5. ความต้องการสามารถเปลี่ยนเป็นความปรารถนา

โครงสร้างความต้องการของผู้บริโภค (Structure of Consumer Needs)

1. ความต้องการด้านพื้นฐาน (Basic needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานซึ่งต้องได้รับการตอบสนองในเวลาอันควร มิฉะนั้นคนนั้นอาจตายได้ เช่น ความหิวกระหาย การพักผ่อนนอนหลับ ความอบอุ่น การขับถ่ายของเสียออกจากร่างกาย เป็นต้น

2. ความต้องการด้านจิตใจและอารมณ์ (Psychological or Emotional needs) เป็นความต้องการที่จะเติมแต่งชีวิตให้มีมาตรฐานการครองชีพที่สูงขึ้น เป็นความกดดันทั้งทางบวกและลบ และยังเป็นสัญลักษณ์ให้มีการตอบสนองความรู้สึกซึ่งเกิดจากผลกระทบของสภาวะแวดล้อมภายนอก ประสบการณ์และสถานภาพทางจิตใจ

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of needs) (พรทิพย์ สัมปัตตะวานิช, 2546, หน้า 38-40)

ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีแรงจูงใจที่พยายามจะจัดกลุ่มความต้องการของมนุษย์เพื่ออธิบายในลักษณะของความเป็นสากลทั่วไปของมนุษย์ เป็นทฤษฎีที่นิยมใช้ในวงการตลาดและการโฆษณาที่จะค้นหาความต้องการของมนุษย์ผู้บริโภคเป้าหมาย มาสโลว์ได้แบ่งความต้องการของมนุษย์

ออกเป็น 5 ลำดับชั้น โดยมีเงื่อนไขอยู่ 4 ข้อด้วยกัน คือ

1. มนุษย์ทุกคนมีชุดของความต้องการที่เหมือนกัน โดยเป็นความต้องการที่มีมาตั้งแต่เกิดและความต้องการที่ได้มาจากการติดต่อกับสังคม
2. ความต้องการบางตัวเป็นความต้องการพื้นฐาน หรือสำคัญมากกว่าตัวอื่น ๆ
3. ยิ่งความต้องการนั้นเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานเท่าไร ยิ่งต้องได้รับการตอบสนองก่อนที่ความต้องการอื่น ๆ ที่เป็นความต้องการลำดับต่อไปจะถูกกระตุ้นขึ้นมา
4. ทันทีที่ความต้องการขั้นพื้นฐานได้รับการตอบสนอง ความต้องการลำดับถัดมาก็จะมีความสำคัญขึ้นมา

ลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์ 5 ลำดับชั้น โดยเรียงลำดับตั้งแต่ขั้นพื้นฐานที่สุดจนถึงขั้นสูงสุด มีดังต่อไปนี้

1. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการลำดับขั้นพื้นฐานที่สุดซึ่งเป็นการจำเป็นต่อร่างกายเพื่อดำรงชีวิตในสังคม และมีสุขภาพที่ดี เช่น ความต้องการอากาศ อาหาร น้ำ อุณหภูมิที่เหมาะสม การกำจัดของเสียจากร่างกาย เป็นต้น เป็นลำดับขั้นที่ต้องได้รับการตอบสนองก่อนที่จะเกิดความต้องการลำดับที่สูงกว่าตามมา
2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) คือความต้องการความปลอดภัยทั้งทางกายและความมั่นคงทางใจ เช่น ความคุ้นเคย ความสามารถทำนายได้ การอยู่ในสถานที่ปลอดภัย หรือสถานที่ที่คุ้นเคย ความต้องการการป้องกันคุ้มครอง ความมั่นคงในชีวิต เป็นต้น
3. ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (The need of love and belonging) รวมถึงการเข้าเป็นสมาชิกในกลุ่ม และการอยู่ร่วมกับผู้อื่น เพื่อไม่ให้รู้สึกโดดเดี่ยวและท้อแท้
4. ความต้องการความภาคภูมิใจ (Esteem needs) หรือความต้องการการยอมรับนับถือจากผู้อื่น รวมหมายถึงความต้องการประสบความสำเร็จ ชื่อเสียง สถานภาพในสังคมและความมั่นใจในตัวเองถือเป็นความต้องการที่เกี่ยวข้องกัน ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง จะเห็นได้ว่าความต้องการลำดับขั้นนี้สามารถเกิดขึ้นได้ทั้งภายในและภายนอกบุคคล เช่น ความรู้สึกในความสามารถ ความสำเร็จของตนเอง เป็นความต้องการที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล แต่การเป็นที่ยอมรับนับถือจากผู้อื่น หรือการมีชื่อเสียงที่ผู้อื่นกล่าวถึงจะเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นจากภายนอก
5. ความต้องการความสนใจ (Self-actualization needs) เป็นความต้องการลำดับสูงสุดของมนุษย์ เป็นความต้องการสมบูรณ์ในชีวิตเท่าที่บุคคลนี้จะเป็นได้ ความต้องการนี้สามารถแสดงออกมาได้แตกต่างกัน เช่น นักธุรกิจต้องการมีบริษัทที่เป็นผู้นำทางการตลาดในอุตสาหกรรมนั้น ๆ นักกีฬาต้องการได้เหรียญทองโอลิมปิก เป็นต้น ความต้องการในลำดับขั้นนี้จะจูงใจให้เกิดพฤติกรรมได้ โดยสิ่งที่มาสโลว์เรียกว่า คุณค่าสูงสุดที่สุด ของชีวิต ซึ่งหมายรวมถึง ความจริง ความ

สวยงาม การดำรงชีวิตอยู่ คุณความดี ความยุติธรรม และความสามัคคี

ทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์ สะท้อนถึงแรงจูงใจที่อยู่เบื้องหลังการเกิดพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า/ บริการ ดังนั้นนักโฆษณาจะทำการประเมินสินค้าและกลุ่มเป้าหมายว่า สินค้าชนิดนี้สามารถตอบสนองความต้องการให้กับกลุ่มเป้าหมายได้ในลำดับชั้นใด เพื่อนำมาวางแผนงานโฆษณาเพื่อชักจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจซื้อสินค้าชนิดนี้ เนื่องจากสินค้าสามารถตอบสนองความต้องการในลำดับชั้นนั้นได้ดีกว่า เร็วกว่าและยังตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากกว่าสินค้าชนิดอื่น อย่างไรก็ตามสินค้าชนิดหนึ่งอาจตอบสนองความต้องการได้มากกว่า 1 ลำดับชั้น เช่น บ้านตอบสนองความต้องการความมั่นคงปลอดภัย หรืออาจตอบสนองความต้องการความภาคภูมิใจก็ได้ เช่น เคียวกับอาหาร สามารถตอบสนองความต้องการในลำดับพื้นฐานที่สุดคือปกป้องร่างกาย และยังสามารถตอบสนองความต้องการความรักและการเป็นหนึ่งในกลุ่มเพื่อน ได้อีกด้วย

เมื่อกล่าวถึงความต้องการ 5 ชั้นของมาสโลว์แล้ว ยังมีความต้องการอีก 2 ชั้นที่ไม่สามารถจัดลำดับได้แต่รู้ว่ามิอยู่ในตัวมนุษย์แน่ ๆ คือ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2541, หน้า 53-54)

1. ความอยากรู้อยากเห็น (Need to know) มนุษย์มีความสนใจใฝ่รู้อยู่ในตัวเอง เพราะความอยากรู้อยากเห็นนี้เองที่ทำให้มนุษย์เสียเงินไปแล้วมากต่อมาก เช่น ความต้องการอยากรู้ทำให้คนซื้อหนังสือพิมพ์มากขึ้น อยากเรียนหนังสือมากขึ้น อยากฟังรายการวิทยุ ดูโทรทัศน์มากขึ้น เป็นต้น

2. ความต้องการสุนทรียภาพ (Esthetic needs) หมายถึง ความต้องการสวยงาม สบายหู สบายตา เช่น ถ้าหากผู้บริโภคไม่ต้องการสิ่งเหล่านี้ การใส่เสื้อผ้าดิบก็ได้ โต๊ะนักเรียนไม่ต้องทาสีเคลือบเงาก็ได้ นั่งได้ เขียนได้เหมือนกัน แต่มนุษย์มีความต้องการสุนทรียภาพจะมีผลต่อเรื่องของการใช้ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น เครื่องสำอาง การบรรจุภัณฑ์สินค้า เป็นต้น

เพราะฉะนั้น ความต้องการ 2 ชั้นสุดท้ายที่มาสโลว์เชื่อว่ามิแน่ ๆ แต่ไม่แน่ใจว่าอยู่ตรงไหน เพราะกิจการสามารถนำเอาผลิตภัณฑ์มาตอบสนองความต้องการทั้ง 2 ชั้นนี้ได้

จากแนวคิดดังกล่าว สรุปได้ว่า พฤติกรรมในการเลือกซื้อหรือใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภคเป็นผลมาจากความต้องการของผู้บริโภค หากสินค้าและบริการใดที่ตอบสนองความต้องการได้มากกว่าก็จะถูกเลือกซื้อและใช้มากขึ้นตามไปด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุข (คปส.) เป็นงานชิ้นหนึ่งในกลวิธีที่จะนำไปสู่เป้าหมายให้ประชาชนมีสุขภาพดี การบรรลุเป้าหมายดังกล่าวจำเป็นต้องมีองค์การที่จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นเสมือนผู้รับผิดชอบหรือกำกับดูแล เพื่อให้งานบรรลุสู่เป้าหมายตามที่ต้องการ

องค์การที่ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุข ก็คือ องค์การอันเกิดจากสมาชิกตั้งแต่สองคนขึ้นไปมาร่วมกับดำเนินงานภารกิจโดยมีการจัดองค์การที่เหมาะสม กลมกลืนเป็นการรวมพลังของสมาชิก โดยมีระบบระเบียบ เช่น การจัดสายการบังคับบัญชา การประสานงาน การสื่อสาร และมีโครงสร้างที่เหมาะสม เพื่อให้สามารถบริหารงานบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านสาธารณสุข ซึ่งมีทั้งองค์การที่ดำเนินการ คปส.ที่อยู่ในภาครัฐและองค์การเอกชนเพื่อสาธารณประโยชน์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุข

ความสำคัญขององค์การที่ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุข การให้บริการด้านสุขภาพอนามัยแก่ประชาชนเพื่อจะมีสุขภาพดีทั้งกายและใจ สามารถดำรงชีวิตได้อย่างปกติสุขในสังคม เป็นหน้าที่หลักที่สำคัญประการหนึ่งของรัฐ การดำเนินงานที่ผ่านมาในระยะแรกจะเน้นหนักในด้านการศึกษาพยาบาล โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับโรคไม่ติดต่อต่าง ๆ ต่อมาแนวโน้มของโลกได้เปลี่ยนแปลงไป โรคไม่ติดต่อและโรคที่เกิดจากความทันสมัยกลายเป็นโรคในกลุ่มอันดับแรก ๆ ของสาเหตุการป่วยและตายของประเทศ อันเนื่องมาจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมรวมทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

นอกจากความสำคัญในแง่สุขภาพอนามัยแล้ว หากพิจารณาความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจและสังคมและด้านการปกครองก็ยิ่งเห็นความสำคัญของกรมการพัฒนาระเทศซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

ในด้านเศรษฐกิจและสังคมนั้น มีผู้มองว่าการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นวิวัฒนาการของการพัฒนาสังคมจากสังคมเกษตรกรรมมาเป็นสังคมอุตสาหกรรม ทำให้มีการนำเอาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตทางอุตสาหกรรมเป็นอย่างมาก ก่อให้เกิดภาวะการแข่งขันทางธุรกิจอย่างรุนแรง ทั้งนี้โดยมีเป้าหมายอยู่ที่กำไรสูงสุด ดังนั้นสังคมจึงถูกแปรเปลี่ยนไปเป็นสังคมบริโภค โดยสามารถแบ่งคนในสังคมออกเป็น 3 ภาค คือ ภาคผู้ผลิต ภาคผู้บริโภค และภาครัฐ ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการส่งเสริมการผลิต ควบคุมดูแลการผลิตและให้การคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้สังคมบริโภคมีความสมดุล ไม่เกิดภาวะที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเอาเปรียบอีกฝ่ายหนึ่งจึงมีความจำเป็นจะต้องมีการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้น เพื่อมิให้ผู้บริโภคเสียเปรียบผู้ประกอบการหรือเป็นเหยื่อของการโฆษณา และเพื่อให้ผู้บริโภคได้ซื้อสินค้าหรือบริการที่ปลอดภัย มีมาตรฐาน ไม่เป็นอันตรายต่อทั้ง

ตนเอง ครอบครัว ชุมชนและสังคม รวมทั้งเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

ส่วนทางด้าน การปกครอง ความคิดที่สนับสนุนให้รัฐเข้ามารับผิดชอบงานด้าน สาธารณสุขนั้นต้องอยู่บนความเชื่อในปรัชญาพื้นฐานว่า ผู้บริโภคหรือประชาชนทั่วประเทศนั้น เป็นบุคคลที่มีคุณค่าอย่างสูง สมควรที่รัฐบาลจะต้องดูแลเอาใจใส่ดูแลให้ประชาชนทุกคนมีโอกาส บริโภคผลิตภัณฑ์และบริการด้านสาธารณสุขที่มีคุณภาพ และปลอดภัย เพื่อให้ทุกคนในสังคมได้มีชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดี เป็นกำลังสำคัญในการสร้างความเจริญเติบโตให้กับประเทศชาติ เครื่องชี้ ความจริงของสังคมได้แก่ การที่รัฐทำงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากความสำเร็จที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าปัญหาอันตรายที่เกิดจากการใช้และ บริโภคอาหาร ยาและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง เป็นปัญหาทางด้านสาธารณสุขที่ส่งผลต่อสภาพ เศรษฐกิจ สังคม และการเมือง การปกครอง ควรจะต้องเร่งดำเนินการป้องกันและแก้ไข ในประเทศ ที่พัฒนาแล้วทุกชาติ งานคุ้มครองผู้บริโภคจึงเน้นงานหลักที่สำคัญงานหนึ่งที่รัฐบาลให้ความสำคัญ และให้ความสนใจอย่างมาก อาจกล่าวได้ว่าเมื่อมีการพัฒนาประเทศมากขึ้น มาตรการคุ้มครอง ผู้บริโภคจำเป็นต้องรัดกุมและเป็นระบบยิ่งขึ้น เพื่อปกป้องคุ้มครองสวัสดิภาพ สุขภาพและความ ปลอดภัยให้แก่ประชาชน จากโรคและอันตรายที่อาจจะเกิดขึ้นเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสังคม และสิ่งแวดล้อม จากความสำคัญดังกล่าวองค์กรที่ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขจึง กำเนิดขึ้นมาเพื่อปกป้องคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพและมีความ ปลอดภัย นอกจากนี้ยังขยายไปถึงความเป็นธรรม และสมประโยชน์ในการบริโภคอีกด้วย

การคุ้มครองผู้บริโภคเป็นภารกิจที่สำคัญของรัฐในการบำบัดทุกข์ บำรุงสุขให้แก่ ประชาชน เพื่อให้ประชาชนได้บริโภคผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความปลอดภัย เป็นธรรม ประหยัด และสมประโยชน์ รัฐจึงได้กำหนดให้มีองค์การหรือหน่วยงานขึ้นเพื่อรับผิดชอบดำเนินการ คุ้มครองผู้บริโภคดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมที่ผ่านมา ทำให้ปัญหา ที่เกี่ยวกับการบริโภคหรือบริโภคที่มีความสำคัญและความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น ขณะเดียวกันก็ได้เกิด ความสนใจ ตระหนักของประชาชนบางกลุ่ม ซึ่งรวมตัวกันในลักษณะเป็นองค์กรเอกชนเพื่อ สาธารณประโยชน์ที่มีส่วนร่วมในการดำเนินการคุ้มครองและพิทักษ์ประโยชน์ให้แก่ผู้บริโภค แม้ จะมีจำนวนไม่มากนักแต่ก็ช่วยเสริมให้การดำเนินงานของรัฐได้เป็นอย่างดี จะเห็นได้ว่าองค์กรที่ ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในปัจจุบันนอกจากหน่วยงานภาครัฐแล้วยังมีองค์กร เอกชนจำนวนหนึ่งที่เกิดขึ้นมาเพื่อมีส่วนร่วมในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ

หน่วยงานของรัฐที่ดูแลเรื่องนี้ในภาพรวมคือ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สังกัด กระทรวงสาธารณสุข และกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ (รวมถึงศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์) เป็น

องค์การที่รับผิดชอบหลัก ทำหน้าที่ทั้งในส่วนที่ดำเนินการเอง ประสานการดำเนินงาน และเป็นผู้กำกับดูแล รวมทั้งนิเทศงาน และประสานงานกับหน่วยงานปฏิบัติในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น

ในส่วนภูมิภาคอีก 75 จังหวัด มีหน่วยงานของรับที่ดูแลเรื่องนี้คือ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด (มีกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข ดูแลในภาพรวมของจังหวัด) สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ สถานีอนามัย โรงพยาบาลศูนย์ โรงพยาบาลทั่วไป โรงพยาบาลชุมชน พระราชบัญญัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ 8 ฉบับได้แก่

1. พระราชกำหนดป้องกันการใช้สารระเหย พ.ศ. 2533 (กฤษฎีกา)
2. พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 (กฤษฎีกา)
3. พระราชบัญญัติวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท พ.ศ. 2518 (กฤษฎีกา)
4. พระราชบัญญัติวัตถุอันตราย พ.ศ. 2535 (กฤษฎีกา)
5. พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 (กฤษฎีกา)
6. พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 (กฤษฎีกา)
7. พระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ พ.ศ. 2522 (กฤษฎีกา)
8. พระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ. 2531 (กฤษฎีกา)

สิทธิผู้บริโภค

ผู้บริโภค “Consumer” หมายความว่า ผู้ที่ซื้อของมาใช้ ผู้กิน ผู้เสพ ผู้ใช้สอย ผู้นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์

การคุ้มครองผู้บริโภค “Consumer Protection” หมายความว่า การป้องกัน ปกป้อง ระวัง ดูแล พิทักษ์รักษา ให้อาร์กษา กันไว้ไม่ให้ ผู้ที่ซื้อของมาใช้ ผู้กิน ผู้เสพ ผู้ใช้สอย ผู้นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์เกิดภัยอันตราย บาดเจ็บ หรือเกิดความเสียหาย

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดย (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ได้บัญญัติสิทธิผู้บริโภคที่จะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย 5 ประการดังนี้

1. สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับการโฆษณาหรือการแสดงฉลากตามความเป็นจริงและปราศจากพินัยแก่ผู้บริโภคตลอดถึงสิทธิที่จะได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอย่างถูกต้องและเพียงพอที่จะไม่หลงผิดในการซื้อสินค้าและบริการโดยไม่เป็นธรรม
2. สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะเลือกซื้อสินค้าหรือรับบริการด้วยความสมัครใจของผู้บริโภค และปราศจากการชักจูงอันไม่เป็นธรรม
3. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับสินค้าหรือบริการที่ปลอดภัย มีสภาพและคุณภาพได้มาตรฐานเหมาะสมแก่การใช้ไม่ก่อให้เกิด

อันตรายต่อชีวิต ร่างกายหรือทรัพย์สิน ในกรณีใช้ตามคำแนะนำหรือระมัดระวังตามสภาพของสินค้าหรือบริการนั้นแล้ว

4. สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับข้อสัญญาโดยไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ

5. สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองและชดเชยค่าเสียหาย เมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคตามข้อ 1, 2, 3 และ 4 ดังกล่าว สิทธิของผู้บริโภคทั้ง 5 ประการ ตามที่กฎหมายบัญญัติไว้จะได้รับผลเต็มที่ต่อเมื่อผู้บริโภคได้ปฏิบัติตามคำแนะนำดังต่อไปนี้

ข้อความปฏิบัติก่อนเข้าทำการซื้อสินค้าและบริการ

1. ผู้บริโภคควรใช้ความระมัดระวังตามสมควร ในการซื้อสินค้าและรับบริการเป็นต้นว่า ตรวจสอบการแสดงฉลาก ปริมาณ และราคา ยุติธรรมหรือไม่ อย่าเชื่อถือข้อความโฆษณาโดยไม่พิจารณาให้รอบคอบและหาข้อมูลเพิ่มเติม เกี่ยวกับคุณภาพ แหล่งกำเนิด และลักษณะของสินค้าว่าเป็นความจริงตามที่ได้โฆษณาไว้หรือไม่ ถ้ามีข้อสงสัยหรือไม่แน่ใจ ควรพิจารณาให้ดีเสียก่อน

2. การเข้าทำสัญญาผูกพันกันตามกฎหมายโดยการลงลายมือชื่อนั้น ผู้บริโภคต้องตรวจสอบความชัดเจนของภาษาที่ใช้ว่ารัดกุมและให้สิทธิแก่ผู้บริโภคครบถ้วนหรือไม่ตามที่ได้เจรจากันไว้และสัญญามีเงื่อนไขข้อใดบ้างที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค ถ้าสงสัยในข้อกฎหมายใดหรือไม่แน่ใจในความชัดเจนของสัญญาก็ควรปรึกษาผู้ที่มีความรู้ให้แน่ชัดเสียก่อน

3. ข้อตกลงต่าง ๆ ที่ต้องการให้มีผลบังคับ ควรทำเป็นหนังสือและลงลายมือชื่อผู้ประกอบธุรกิจด้วย

ข้อควรปฏิบัติหลังทำสัญญาแล้ว

1. ผู้บริโภคมีหน้าที่ในการเก็บรักษาพยานหลักฐานต่าง ๆ ที่แสดงถึงการละเมิดสิทธิผู้บริโภคไว้ เพื่อทำการเรียกร้องตามสิทธิของตน พยานหลักฐานดังกล่าวอาจจะเป็นสินค้าที่แสดงให้เห็นว่ามีปริมาณหรือคุณภาพไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่ระบุไว้ในฉลาก มีความสกปรกหรือเป็นพิษอาจเกิดอันตรายจากการใช้สินค้าหรือบริการนั้นได้ ควรจดจำสถานที่ซื้อสินค้าหรือรับบริการนั้นไว้ เพื่อประกอบการร้องเรียนด้วย

2. ในกรณีที่มีการทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรกับผู้ประกอบธุรกิจ ต้องเก็บเอกสารสัญญาต่าง ๆ รวมทั้งเอกสารโฆษณาและใบเสร็จรับเงินไว้ด้วย

3. เมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ผู้บริโภคมีหน้าที่ในการดำเนินการร้องเรียนตามสิทธิของตนตามที่กล่าวมาแล้ว (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, 2541, หน้า 8-10)

ในการศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดมาเป็นพื้นฐานในการกำหนดตัวแปรความรู้ของนักเรียนมัธยมศึกษา โดยในการศึกษาจะได้ศึกษาถึง ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ คือ เครื่องสำอางที่ใช้ภายนอก บริเวณผิวหนัง ความรู้เกี่ยวกับหน่วยงานที่รับผิดชอบในการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพ ความรู้เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภค เพื่อมาทำเป็น โปรแกรมสร้างเสริมพฤติกรรมกรการใช้เครื่องสำอางของนักเรียนในเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร

จากแนวคิดดังกล่าว สรุปได้ว่า ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับความคุ้มครองจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่เหมาะสม โดยที่องค์กรของรัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะต้องดำเนินการในการคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรมจากการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง พร้อมทั้งควบคุมกำกับ ดูแล ให้ผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค ทั้งนี้หากผู้บริโภคเกิดความเสียหายจากการบริโภคผลิตภัณฑ์อันเนื่องมาจากความบกพร่องของผู้ผลิต ผู้บริโภคก็มีสิทธิในการเรียกร้องให้ผู้ผลิตชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นได้และเป็นการเสริมสร้างการเรียนรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง แก่นักเรียนให้สามารถเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางได้อย่างเหมาะสมคุ้มค่า และตลอดจนสามารถให้คำปรึกษาแก่บุคคลใกล้ชิดได้ระดับหนึ่งได้ รวมถึงสามารถป้องกันตนเองและบุคคลใกล้ชิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัยต่อการบริโภคได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยของสุพัฒนา คำสะอาด (2550) ซึ่งศึกษาพฤติกรรมกรใช้เครื่องสำอางบำรุงผิวหนังของนักศึกษาชาย มหาวิทยาลัยขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พักอาศัยที่หอพักเอกชน/ บ้านเช่า มีค่าที่พิกเฉลี่ย 1,989.69 บาทมีรถจักรยานยนต์เป็นพาหนะ ใช้เครื่องสำอางประเภทโฟม/ เจลทำความสะอาดผิวหนัง ขนาดบรรจุปานกลาง จำนวน 2 ซินโดยใช้ทุกวัน มีระยะเวลาในการใช้เครื่องสำอางบำรุงผิวหนัง 4 อาทิตย์ต่อซิน เวลาในการแต่งหน้าโดยเฉลี่ย 5.18 นาที เหตุผลอันดับที่ 1 ในการรักษาผิวหนัง เพื่อรักษาผิวหนัง เหตุผลอันดับที่ 2 และ 3 เพื่อเสริมบุคลิกภาพ เลือกซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหนังที่ซูปเปอร์มาร์เก็ต/ร้านสะดวกซื้อ เป็นจำนวนเงินที่ซื้อแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย 211.67 บาท สื่ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้เครื่องสำอางบำรุงผิวหนัง อันดับที่ 1 โฆษณาทางทีวี อันดับที่ 2 และ 3 นิตยสาร และโบรชัวร์สินค้า และมีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนในการซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหนังโดยเฉลี่ย 298.05 จากการทดสอบสมมติฐานพบว่าทุกกลุ่มสาขา และชั้นปีไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้เครื่องสำอางบำรุงผิวหนัง ($P < 0.05$) นักศึกษากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนักศึกษาที่พึงประสงค์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

จากการศึกษางานวิจัยของรุ่งนภา กงวงษ์ และวิบูลย์ วัฒนนามกุล (2554) ซึ่งศึกษาพฤติกรรมการใช้ “เครื่องสำอางอันตราย” ของวัยรุ่นหญิง จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่าวัยรุ่นหญิงให้ความสำคัญในการใช้เครื่องสำอางทาหน้า โดยปัจจัยที่ให้ความสำคัญมากที่สุดในการเลือกซื้อได้แก่ การรับรองมาตรฐานจาก ออย. ยี่ห้อน่าเชื่อถือและทดลอง ใช้แล้วได้ผล และเน้นสรรพคุณบำรุงผิว, ป้องกันแดดและทำให้หน้าขาวตามลำดับ ซึ่งมีความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอางทาหน้าอยู่ในระดับต่ำ และยังพบว่าพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมในเรื่องซื้อเครื่องสำอางยี่ห้อดังนำมาลดราคาตามตลาดนัด, ใช้เครื่องสำอางร่วมกับผู้อื่นและไม่ทดสอบการแพ้เมื่อใช้เครื่องสำอางชนิดนั้นเป็นครั้งแรก อาการแพ้ที่พบบ่อยคือผื่นแดงและคัน และสาเหตุที่ใช้เครื่องสำอางอันตรายเนื่องจากอยากสวย และผู้หญิงสวยในมุมมองของวัยรุ่นหญิง คือ 1) ผิวพรรณดี:ผิวขาวเนียนสม่ำเสมอ ไม่มีสิว หน้ากระຈ้างใส ไม่ดำ ไม่เป็นฝ้า ไม่มีรอยเหี่ยวย่น 2) รูปร่างหน้าตาดี:รูปร่างสัดส่วนดี ไม่อ้วน เซ็กซี่ หน้าตาดี 3) บุคลิกภาพดี:การแต่งกายดี แต่งเครื่องท่างนกระทั่งทรงผมต้องดูดี 4) ลักษณะการพูดจาดี:พูดจาไพเราะ ยิ้มง่าย ไม่หยิ่ง 5) นิสัย:นิสัยน่ารัก มีจิตใจดี กิิดดี 6) ความรู้ ความสามารถ:เรียนเก่ง ปัญญาดี “สวยฉลาด” 7) สุขภาพดี

จากการศึกษางานวิจัยของชมมากร คำดี (2550) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางบำรุงผิวของผู้ชายวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา และ รายได้ต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ เครื่องสำอางบำรุงผิวของผู้ชายวัยทำงานด้านความกังวลกับลักษณะปัญหาของผิว อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยจูงใจมีผลต่อพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางบำรุงผิวของผู้ชายวัยทำงาน ด้านคุณสมบัติของ เครื่องสำอางบำรุงผิวที่ต้องการให้มี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ลักษณะของบุคลิกภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางบำรุงผิวของผู้ชายวัยทำงาน ด้าน ปัญหาของผิวที่เป็นกังวลมากที่สุด และสิ่งที่คำนึงถึงเป็นอันดับแรกในการเลือกใช้เครื่องสำอางบำรุงผิว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มอ้างอิง มีผลต่อพฤติกรรมใช้เครื่องสำอางบำรุงผิวของผู้ชายวัยทำงาน ด้านปัญหาของผิวที่เป็นกังวลมากที่สุด คุณสมบัติของเครื่องสำอางที่ต้องการให้มี และสิ่งที่คำนึงถึงเป็นอันดับแรกในการเลือกใช้ เครื่องสำอาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการศึกษางานวิจัยของลลิตา ขำแสง (2554) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางบำรุงผิวของผู้ชายวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นผู้มีอายุ 20-27 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 7,401-14,800 บาท 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวของผู้ชายได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการโฆษณา

ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านส่งเสริมการขาย โดยรวมมีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับดี ส่วน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานขาย โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก 3) ปัจจัยด้านจิตวิทยา (ปัจจัยภายใน) ด้านบุคลิกภาพ และด้านภาพลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อผลิตภัณฑ์ดูแล ผิวของผู้ชาย โดยรวมมีระดับความเป็นจริง อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า บุคลิกภาพแบบเปิดเผย บุคลิกภาพแบบเปิดรับสิ่งใหม่ และภาพลักษณ์ อยู่ในระดับดี และบุคลิกภาพ แบบอารมณ์ไม่มั่นคง อยู่ในระดับปานกลาง 4) ปัจจัยด้านสังคม (ปัจจัยภายนอก) ด้านกลุ่มอ้างอิง และด้านครอบครัว ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวของผู้ชาย มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับดี 5) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ นิยมใช้ครีมบำรุงผิวหน้า/ ผิวกาย โดย ประโยชน์หลักที่สำคัญ คือ เพื่อบำรุงผิวพรรณ ตราสินค้าที่นิยมใช้มากที่สุดคือ นีเวีย มีราคาซื้อ สูงสุด 1,001.43 บาท/ ชิ้น โดยมีค่าใช้จ่าย 2,214.89 บาท/ ครั้ง ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ประมาณ 4 ครั้ง/ 6 เดือน จะซื้อผลิตภัณฑ์เมื่อ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้

จากการศึกษางานวิจัยของบพิตร นันทคุปต์ธำรง (2551) ซึ่งศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อ พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางสำหรับผิวหน้าของนักเรียนหญิง ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนแห่งหนึ่งในอำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ปกครองของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกร-รับจ้าง 2 มีรายได้จากผู้ปกครองในแต่ละเดือนอยู่ในช่วง 200-400 บาทต่อ เดือน 3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีคะแนนเฉลี่ยความรู้ในการเลือกใช้เครื่องสำอางอยู่ในระดับปาน กลาง 4 ส่วนใหญ่ซื้อเครื่องสำอางใช้ด้วยตนเอง เหตุผลในการใช้เครื่องสำอาง พบว่าอันดับหนึ่งคือ เพื่อรักษาผิว รongลงมา คือ ต้องการให้หน้าขาวใส สิ่งแรกที่กลุ่มตัวอย่างปฏิบัติเมื่อมีปัญหาผิวหน้า คือ ปรึกษาเพื่อน รongลงมาคือปรึกษาแพทย์ เครื่องสำอางที่ใช้ประจำวันมากที่สุด คือ แป้งทาหน้า สิ่งที่พิจารณาเวลาเลือกซื้อเครื่องสำอางมากที่สุด คือ ด้านรูปลักษณะของตัวผลิตภัณฑ์ รongลงมาคือ ด้านสถานที่ 5 กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมระดับมากเกี่ยวกับการเลือกซื้อเครื่องสำอางตามโฆษณา ซื้อ ตามเพื่อนแนะนำ 6 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางของกลุ่มตัวอย่างอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ คือ ปัจจัยด้านบุคคลที่ซื้อเครื่องสำอาง ปัจจัยด้านแหล่งที่นิยมซื้อเครื่องสำอาง ปัจจัยด้าน เหตุผลในการใช้เครื่องสำอาง ปัจจัยด้านการได้รับข้อมูลจากครู ปัจจัยด้านการได้รับข้อมูลจากสื่อ วิทยุกระจายเสียง

จากการศึกษางานวิจัยของกชพรรณ วิลาวรรณ (2554) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือก ซื้อเครื่องสำอางประเภทเกาหลี ประเภทผลิตภัณฑ์ บำรุงผิวหน้า (Skin care) สำหรับผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอางจากประเทศเกาหลี ประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร 2) ปัจจัยด้านพฤติกรรมการ

ตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศ เกาหลี ประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า สิ่งที
 คำนึงถึงในการเลือกซื้อ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอาง ประเทศเกาหลี ประเภท
 บำรุงผิวหน้า อย่างมีนัยสำคัญ 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์,
 ด้านราคา, ด้านสถานที่ให้บริการ, ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ไม่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการ
 ตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอาง ประเทศเกาหลี ประเภทบำรุงผิวหน้า อย่างมีนัยสำคัญ

จากการศึกษางานวิจัยของ ณรงค์ศักดิ์ สิงห์ไพบุลย์พร และคณะ (2553) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่
 มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับผิวของ นักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
 วิทยาเขต หาดใหญ่ ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษามีเหตุผลที่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์สำหรับผิวเพื่อการ
 รักษาผิว และป้องกันการเกิดสิว โดยมีโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์
 และมีเพื่อนเป็นบุคคลที่ให้คำแนะนำในการซื้อ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับ
 ผิวคือ ราคาของผลิตภัณฑ์, ผลิตภัณฑ์ และค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับผิวของ
 นักศึกษา

จากการศึกษางานวิจัยของอังคณา กล่องชู (2554) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ
 เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้หญิง
 จะให้ความสนใจในเรื่องผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมากกว่าผู้ชาย ช่วงอายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 20-22 ปี
 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 6,001 ขึ้นไป รายได้มาจากผู้ปกครอง นักศึกษาส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่
 หอพักบริเวณรอบ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องสำอางส่วนใหญ่อยู่ในช่วง
 401 ขึ้นไป โดยเครื่องสำอางที่ใช้ได้แก่ แชมพู ผลิตภัณฑ์บำรุงผม โทเนอร์ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการ
 เลือกซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศแบ่งออกเป็น 2 แบบคือ 2.1) ใช้ในชีวิตประจำวัน เพราะ
 เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ซื้อนั้นราคาแพงกว่าสินค้าที่ผลิตภายในประเทศ จึงจำเป็นต้องมีคุณภาพ
 ตามที่ผู้บริโภคต้องการ ปัจจัยรองลงมาคือ เครื่องสำอางได้รับการรับรองความปลอดภัยจาก
 หน่วยงานรัฐ เพิ่มความมั่นใจในผลิตภัณฑ์นั้น ไม่มีอันตรายและผลข้างเคียงภายหลัง 2.2) ใช้เพื่อ
 เสริมความงามเพราะเนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ซื้อนั้นราคาแพงกว่าสินค้าที่ผลิตภายในประเทศ จึงจำเป็นต้องมีคุณภาพ
 ตามที่ผู้บริโภคต้องการ ปัจจัยรองลงมาคือ เครื่องสำอางได้รับการรับรองความ
 ปลอดภัยจากหน่วยงานรัฐ เพิ่มความมั่นใจในผลิตภัณฑ์นั้น ไม่มีอันตรายและผลข้างเคียงภายหลัง
 และในด้านการลดราคาและของแถม บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม มีส่วนทำให้เกิดการซื้อเครื่องสำอาง
 นำเข้าจากต่างประเทศ

จากการศึกษางานวิจัยของพรชนัน สุขเจริญชัยกิจ (2552) ซึ่งศึกษาการเลือกเครื่องสำอาง
 ทาผิว ทำให้หน้าขาว ของวัยรุ่น ตรีศึกษา อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ผลการศึกษาพบว่า
 การศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เพศหญิง อายุเฉลี่ย 16 ปี ได้รับข่าวสารหรือโฆษณา

เครื่องสำอางจากโทรทัศน์และจากเพื่อน ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การใช้เครื่องสำอาง ชื่อเครื่องสำอางราคาไม่เกิน 100 บาท จากร้านค้าทั่วไปห้างสรรพสินค้า เคยประสบปัญหาจากการใช้เครื่องสำอาง ให้ความสำคัญกับภาชนะบรรจุ ปัจจัยด้านเพศและประเภทของสถานศึกษามีความสัมพันธ์กับประสบการณ์ใช้เครื่องสำอางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการศึกษางานวิจัยของ Kristina Holmqvist, Ann Frisén (2010) ซึ่งศึกษามุมมองวัยรุ่นต้องการความสมบูรณ์แบบ Perfect ในรูปร่าง ในเรื่องอุดมคติมุมมองของวัยรุ่น ผลการศึกษาพบว่าในเรื่องอุดมคติมุมมองของวัยรุ่น อายุ 14 ปี จำนวน 29 คน ผลของการศึกษา วัยรุ่นที่ต้องการความสมบูรณ์แบบในรูปร่างหน้าตา โดยมีอิทธิพลมาจากการถ่ายทอดความคิดบุคลิกภาพจากการรับรู้จากสื่อ คนรอบข้าง คารา ทำให้วัยรุ่นมีความคิดเกี่ยวกับความงามต้องการที่จะทำให้เกิดความดึงดูดใจ ทำให้วัยรุ่นต้องการความสมบูรณ์แบบในรูปร่าง

จากการศึกษางานวิจัยทางเภสัชวิทยา (2009) ซึ่งศึกษา อาการไม่พึงประสงค์ที่เกิดจากเครื่องสำอางและอุปกรณ์อาบน้ำ ผลการศึกษาพบว่า เรื่องเกี่ยวกับปฏิกิริยาทางผิวหนังที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งสิ้นจากรายงานเหตุการณ์ (95.7%) กลุ่มตัวอย่าง (N = 45) รายงานโดยแพทย์ผิวหนังได้รับการวินิจฉัยว่าเป็นโรคผิวหนังอักเสบติดต่อแพ้ (ACD) และ 18 เป็นโรคผิวหนังอักเสบติดต่อระคายเคือง (ICD) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหนัง (19.7%) ตามด้วยผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกาย (16.9%), น้ำหอม (12.7%) และผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพตา (11.3%) เป็นเครื่องสำอางส่วนใหญ่สงสัยว่าจะเป็นผู้รับผิดชอบสำหรับเหตุการณ์ที่สังเกตได้ เว็บไซท์ร่างกายถูกต้องกันไบหน้า (N = 37) รวมทั้ง periorbital และพื้นที่ perioral หน้าผากเยื่อเมือกตาและริมฝีปากตามร่างกายทั้งหมด (N = 9)

จากการศึกษาวิจัยของ Environmental Working Group (EWG) (2554) ได้ทำการรวบรวมเอาสาววัยรุ่นอเมริกันอายุ 14-19 ปี จำนวน 20 คนมาตรวจเลือดและปัสสาวะ พบว่าเด็กวัยรุ่นมีสารเคมีในร่างกายถึง 16 ชนิดและทุกคนล้วนมีสารกันเสียชนิดพาราเบน (Paraben) อยู่ในตัว ส่งผลให้ร่างกายอ่อนแอ ภูมิคุ้มกันลดลง ฮอร์โมนทำงานบกพร่อง เมื่อใช้เป็นประจำก็จะสะสมก่อให้เกิดมะเร็งเต้านมในอนาคต

จากการศึกษาของมหาวิทยาลัย University of Rochester reported ในเดือนสิงหาคม 2005 พบว่า สารเคมีที่พบในผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลและสินค้าอุปโภคบริโภคอื่นมีผลทำให้การพัฒนาของวัยระสับพันซ์ของเด็กทารกเพศชายทำงานผิดปกติ (Swan, 2005) รวมไปถึงการศึกษาที่ได้แสดงให้เห็นว่าระบบฮอร์โมนของสัตว์ได้มีการปรับเปลี่ยนไปเกิดจากสารเคมีที่ได้จากผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลที่ล้างลงที่ระบายน้ำและลงไปใ้ในแม่น้ำ (Niehs, 2010)

จากการศึกษาวิจัยของ อรนรร ธรรมวิจิตรกุล (2554) ซึ่งได้ศึกษา การประยุกต์ทฤษฎีแรงจูงใจในการป้องกันโรคโดยแกนนำกลุ่มเพื่อน เพื่อป้องกันพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศของนักเรียน

หญิง ผลการศึกษาพบว่า หลังการทดลอง กลุ่มทดลองมีคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ความรุนแรง การรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อการมีพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศ ความคาดหวังถึงผลและการรับรู้ความสามารถของตนเองในการป้องกันพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศ สูงกว่าก่อนการทดลองและสูงกว่ากลุ่มเปรียบเทียบ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาผลของโปรแกรมสร้างเสริมพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางของนักเรียนในเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอาง ซึ่งลักษณะของงานวิจัยเป็นการวิจัยแบบกึ่งทดลอง (Quasi-experimental research) ทำการศึกษากับแก่นนำนักเรียน โรงเรียนราชันนทจารย์ สามเสน วิทยาลัย 2 โดยการฝึกรวมแบบกลุ่มร่วมกับทฤษฎีแรงจูงใจต่อการป้องกันโรค ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. วิธีการดำเนินการวิจัย
5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในงานวิจัย
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
7. การพิทักษ์สิทธิ์กลุ่มตัวอย่าง

รูปแบบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi-experimental research) แบบศึกษาสองกลุ่มวัด 2 ครั้ง (The Pretest-posttest Design with Non-equivalent Groups) (ธวัชชัย วรพงศธร, 2543) เลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่กำหนด โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุม

กลุ่มทดลอง	O1	_____	X1	_____	X2	_____	X3	_____	O3
ลำดับที่	1		2		3		4		5
กลุ่มเปรียบเทียบ	O2	_____							O4

O1, O2 หมายถึง การเก็บข้อมูลก่อนการทดลอง

O3, O4 หมายถึง การเก็บข้อมูลหลังการทดลอง

X1 หมายถึง การสร้างแรงกระตุ้น ให้รับรู้ความรุนแรง และโอกาสเสี่ยงต่อการเลือกใช้เครื่องสำอางอันตรายในกลุ่ม

X2 หมายถึง การสร้างแรงจูงใจ ให้รับรู้ความคาดหวังที่เป็นปัญหาของตนเอง และความคาดหวังที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมในกลุ่ม

X3 หมายถึง การสร้างการมีเหตุผล ที่ตั้งใจเพื่อการป้องกันโรคในกลุ่ม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักเรียน โรงเรียนราชันนทาจารย์สามเสนวิทยาลัย 2 ปีการศึกษา 2557 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 1 จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวนนักเรียนทั้งหมด 744 คน (ฝ่ายทะเบียน, 2557)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เป็นกลุ่มทดลอง มัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนราชันนทาจารย์สามเสนวิทยาลัย 2 ปีการศึกษา 2557 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 1 จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งใช้วิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง

โดยมีคุณสมบัติ ดังนี้

1. เป็นนักเรียนที่อยู่ในเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 1 จังหวัดกรุงเทพมหานคร เขตบางซื่อ และกำลังศึกษาอยู่โรงเรียนราชันนทาจารย์ สามเสนวิทยาลัย 2
2. เป็นผู้มีความสนใจในการเป็นแกนนำสุขภาพในโรงเรียน
3. เป็นผู้ที่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ครบตามระยะเวลา
4. ให้ความร่วมมือในการวิจัย และผู้ปกครองอนุญาตให้เข้าร่วมการวิจัย

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้มาตามขั้นตอนดังนี้

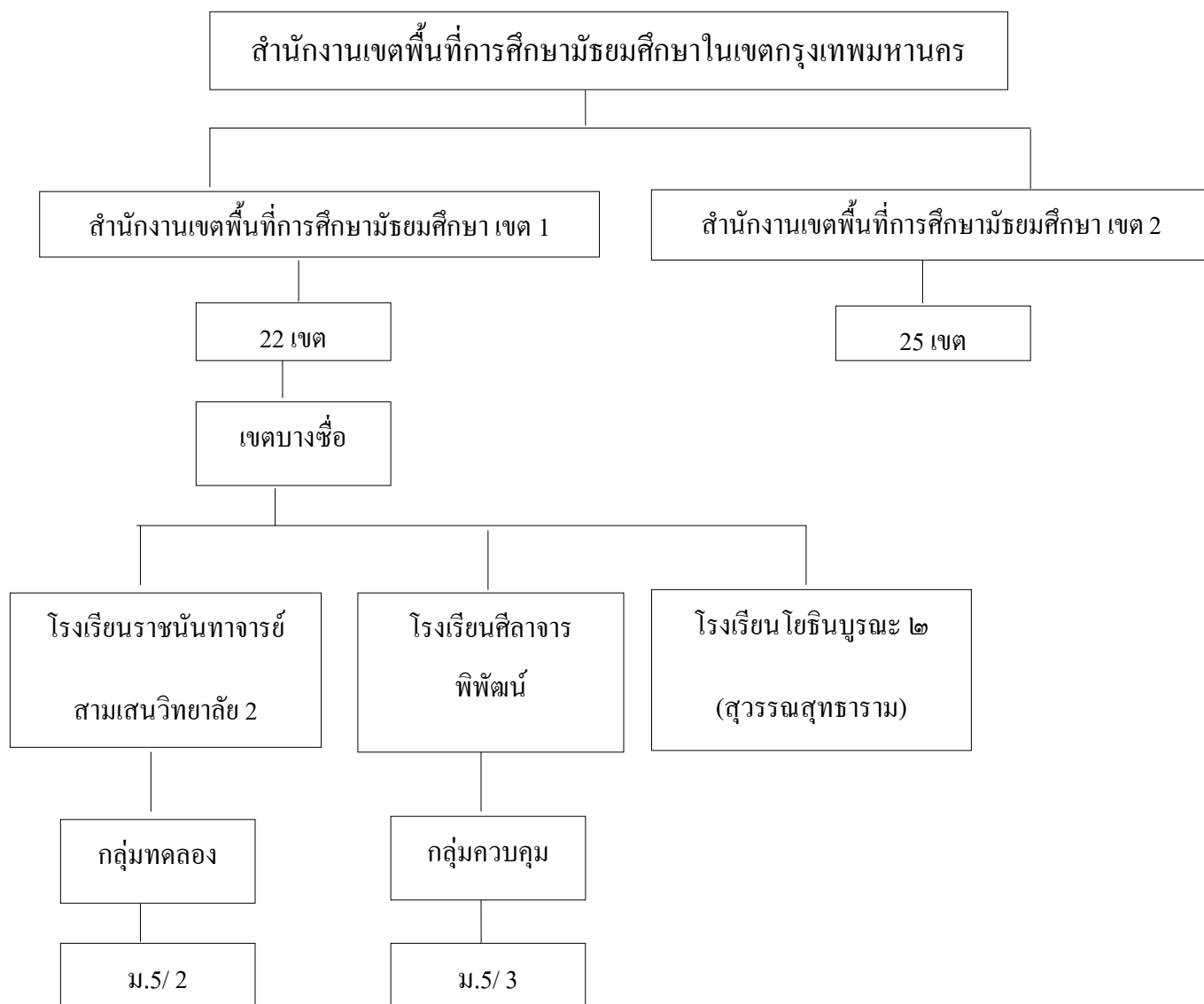
1. ผู้ทำการวิจัยทำการสุ่มเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร สุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multis-Stage Sampling) โดยเริ่มจากสุ่มเลือกเขตพื้นที่การศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร 1 เขต จากการสุ่มแบบแบ่งกลุ่มและสุ่มแบบเลือกเขต โดยการจับฉลากเพื่อกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ผลการจับฉลากได้ เขตพื้นที่ 1 และทำการจับฉลากเลือกเขตพื้นที่การศึกษา โดยผลการจับฉลากได้เขตการปกครองบางซื่อ มี 3 โรงเรียนในพื้นที่ความรับผิดชอบ คือ โรงเรียนราชันนทาจารย์ สามเสนวิทยาลัย 2 โรงเรียนศิลาจารพิพัฒน์ และโรงเรียนโยธินบูรณะ 2 (สุวรรณสุทธาราม) ซึ่งโรงเรียน 3 แห่งนี้มีบริบทและสิ่งแวดล้อมใกล้เคียงกัน อยู่ในเขตพื้นที่ และมี

จำนวนห้องเรียนใกล้เคียงกัน

2. หลักจากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลากโรงเรียนเพื่อให้เป็นกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ผลการจับฉลากได้โรงเรียนราชันนทการย์ สามเสนวิทยาลัย 2 เป็นกลุ่มทดลอง และ โรงเรียนศิลาจารพิพัฒน์ เป็นกลุ่มควบคุม

3. หลักจากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลากคัดเลือกระดับชั้น ได้เป็นระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5

4. ทำการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลากเลือกห้อง ในการจับฉลากครั้งนี้ได้เป็นห้องมัธยมศึกษาปีที่ 5/2 จำนวน 40 คน เป็นกลุ่มทดลอง และห้องเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5/3 เป็นกลุ่มควบคุม ซึ่งการสุ่มตัวอย่างมีขั้นตอนสรุปดังแผนภาพ ดังนี้



ภาพที่ 4 ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการทดลองแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ เครื่องมือที่ใช้ในการทดลองและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนในการสร้างและทดสอบคุณภาพดังนี้

1. เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง

แผนการสอนสุขศึกษาตามขั้นตอนของทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อการป้องกันโรค

(The Protection Motivation Theory) ร่วมกับการใช้กระบวนการกลุ่ม ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง จำนวน 1 ชุด ประกอบด้วย แผนการจัดการเรียนรู้ และสื่อการเรียนต่าง ๆ เช่น บทความข่าวการแพ้ เครื่องสำอาง ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับ สาเหตุ การแพ้ อาการ การดูแลรักษา และการควบคุมป้องกันตนเอง พร้อมด้วยวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น ชุดทดสอบเครื่องสำอางชุดทดสอบของกรมวิทยาศาสตร์ ตัวอย่างเครื่องสำอางที่ประกอบด้วยฉลากเครื่องสำอาง โดยผู้วิจัยใช้แทนเป็น เครื่องสำอาง ABCD เพื่อทดสอบการเลือกเครื่องสำอางได้เอง โดยใช้เทคนิคการคัดกรองเบื้องต้นในการเลือกเครื่องสำอาง

1.1 ศึกษา แนวคิด ทฤษฎี จากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิธีสอนตามขั้นตอนของทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อการป้องกันโรค (The Protection Motivation Theory) ศึกษาเนื้อหาความรู้เรื่องเครื่องสำอาง เครื่องสำอางคืออะไร อันตรายจากเครื่องสำอาง

1.2 สร้างแผนการจัดการเรียนรู้ตามขั้นตอนของทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อการป้องกันโรค (The Protection Motivation Theory) 5 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 2 คาบเรียน (60 นาที)

1.3 จัดเตรียมสื่อและอุปกรณ์ ได้แก่ วัสดุทัศนเรื่องเครื่องสำอาง เครื่องสำอางอันตราย และตัวอย่างบุคคลที่ใช้เครื่องสำอางอันตราย ตัวอย่างการสาธิตเพื่อประกอบแผนการสอน

1.4 จัดทำแผ่นพับความรู้เรื่องเครื่องสำอาง เครื่องสำอางอันตราย และฉลากเครื่องสำอางและการเลือกซื้อ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) รวมถึงอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบการทดลอง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย

แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลเกี่ยวกับ เพศ อายุ การเลือกซื้อเครื่องสำอาง ทั้งหมด 28 ข้อประกอบไปด้วย

1. ข้อมูลทั่วไป
2. ข้อมูลการเลือกซื้อเครื่องสำอาง

3. ข้อมูลอิทธิพลที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอางของนักเรียน

4. ข้อมูลเครื่องสำอางที่นักเรียนใช้บ่อยในแต่ละสัปดาห์

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ความรุนแรงของการใช้เครื่องสำอางอันตราย และการรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางอันตราย ตามแนวคิดการพัฒนาทฤษฎีของโรเจอร์

ในส่วนนี้ ลักษณะคำถามทั้งด้านบวกและด้านลบตามแบบวัดเจตคติของลิเคิร์ต (Likert scale) มี 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยให้คะแนนดังนี้

ข้อความที่เป็นเชิงบวก (Positive statement)

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้คะแนน 5
เห็นด้วย	ให้คะแนน 4
ไม่แน่ใจ	ให้คะแนน 3
ไม่เห็นด้วย	ให้คะแนน 2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้คะแนน 1

ข้อความที่เป็นเชิงลบ (Negative statement)

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้คะแนน 1
เห็นด้วย	ให้คะแนน 2
ไม่แน่ใจ	ให้คะแนน 3
ไม่เห็นด้วย	ให้คะแนน 4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้คะแนน 5

แบ่งการรับรู้การประเมินอันตราย ออกเป็น 5 ระดับ โดยการแบ่งช่วงค่าเฉลี่ย

(Daniel & Best, 1995, p. 19) คือ

$$\text{ช่วงค่าเฉลี่ย} = \frac{\text{คะแนนมาก} - \text{คะแนนน้อย}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับการรับรู้
4.24-5.00	มากที่สุด
3.43-4.23	มาก
2.62-3.42	ปานกลาง
1.81-2.61	น้อย
1.00-1.80	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลความคาดหวังในความสามารถของตนเองต่อการเลือกใช้เครื่องสำอางและความคาดหวังในผลลัพธ์ ตามแนวความคิดการพัฒนาทฤษฎีของ โรเจอร์

ในส่วนนี้ ลักษณะคำถามทั้งด้านบวกและด้านลบตามแบบวัดเจตคติของลิเคิร์ต (Likert scale) มี 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

แบ่งการรับรู้การประเมินอันตราย ออกเป็น 5 ระดับ โดยการแบ่งช่วงค่าเฉลี่ย (Daniel & Best, 1995, p. 19) คือ

$$\text{ช่วงค่าเฉลี่ย} = \frac{\text{คะแนนมาก} - \text{คะแนนน้อย}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับการรับรู้
4.24-5.00	มากที่สุด
3.43-4.23	มาก
2.62-3.42	ปานกลาง
1.81-2.61	น้อย
1.00-1.80	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถาม ความตั้งใจในการปฏิบัติตนเพื่อป้องกันการใช้เครื่องสำอางอันตราย หลังการทดลอง โดยการตอบแบบสอบถามแต่ละข้อจะมี 5 ตัวเลือก แปลตามความหมายตามระดับความตั้งใจในการปฏิบัติตน คือ ตั้งใจปฏิบัติทุกครั้ง ตั้งใจปฏิบัติสม่ำเสมอ ตั้งใจปฏิบัติบางครั้ง ตั้งใจปฏิบัตินาน ๆ ครั้ง ไม่ตั้งใจปฏิบัติเลย โดยให้ผู้ตอบเลือกเพียง 1 ตัวเลือก โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ข้อความที่เป็นเชิงบวก (Positive Statement)	ให้คะแนน
ตั้งใจปฏิบัติทุกครั้ง (ทุกครั้งหรือทุกครั้งใน 1 สัปดาห์)	ให้คะแนน 5
ตั้งใจปฏิบัติสม่ำเสมอ (บ่อยครั้งแต่ไม่ทุกครั้งหรือ 5-6 ครั้งใน 1 สัปดาห์)	ให้คะแนน 4
ตั้งใจปฏิบัติบางครั้ง (3-4 ครั้งใน 1 สัปดาห์)	ให้คะแนน 3
ตั้งใจปฏิบัตินาน ๆ ครั้ง (1-2 ครั้งใน 1 สัปดาห์)	ให้คะแนน 2
ไม่ตั้งใจปฏิบัติเลย	ให้คะแนน 1

ลักษณะคำถามทั้งด้านบวกตามแบบวัดเจตคติของลิเคิร์ต (Likert scale) โดยแบ่ง การรับรู้ของความตั้งใจในการปฏิบัติตนป้องกันการเลือกเครื่องสำอางอันตราย ออกเป็น 5 ระดับ คือ

ความตั้งใจมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยการแบ่งช่วงค่าเฉลี่ย (Daniel & Best, 1995, p. 19) คือ

$$\text{ช่วงค่าเฉลี่ย} = \frac{\text{คะแนนมาก} - \text{คะแนนน้อย}}{5 - 1} = 0.80$$

จำนวนชั้น	5
ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความตั้งใจ
4.24-5.00	มากที่สุด
3.43-4.23	มาก
2.62-3.42	ปานกลาง
1.81-2.61	น้อย
1.00-1.80	น้อยที่สุด

การสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับการรับรู้ความรุนแรงของเครื่องสำอางอันตราย การรับรู้โอกาสเสี่ยงของการเกิดโรค ความคาดหวังในการป้องกันตนเองจากเครื่องสำอางอันตราย ความคาดหวังในประสิทธิผลของการตอบสนองพฤติกรรม การเลือกซื้อเครื่องสำอาง พฤติกรรม การเลือกซื้อเครื่องสำอาง

2. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเครื่องสำอาง และทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อการป้องกันโรค (The Protection Motivation Theory)

3. จัดทำแบบสอบถามและแผนการสอนนำแบบสอบถามและแผนการสอนไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบเนื้อหาให้ตรงกับทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

4. นำแบบสอบถามและแผนการสอนมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ ของผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและนำไปทดสอบกับนักเรียน

5. นำเครื่องมือไปทดลอง กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะเดียวกันกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 30 คน

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เมื่อสร้างเสร็จแล้วนำไปเสนอคณะกรรมการ และกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ตรวจสอบความชัดเจนทางภาษา และความถูกต้องตรงตามเนื้อหา แล้วนำไปปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ

2. นำแบบสอบถามที่ผ่านความเห็นชอบไปให้ผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 3 ท่าน ได้แก่

- 2.1 ดร.บุบผา รักษานาม ตำแหน่ง อาจารย์เภสัชกรชำนาญการ วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัด ตรัง
- 2.2 นางนันทพร ภูมมา ตำแหน่ง ครูชำนาญการพิเศษ หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ สุขศึกษาและพลศึกษา โรงเรียนราชันนทาจารย์สามเสนวิทยาลัย 2
- 2.3 ดร.วันเพ็ญ ทรงคำ ตำแหน่ง อาจารย์คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อตรวจสอบแก้ไขให้แบบสอบถามมีความถูกต้องชัดเจน ครอบคลุม มีความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) รูปแบบสอบถาม ความเหมาะสมด้านภาษา ความสมบูรณ์ของคำชี้แจง และความเหมาะสมของใช้เวลาในการตอบ เมื่อรับเครื่องมือกลับคืนมาจากผู้เชี่ยวชาญ หากพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นไม่ตรงกัน ผู้วิจัยเลือกใช้ความเห็นที่สอดคล้องกันจาก 2 ใน 3 ท่าน แล้วปรับปรุงให้มีความสมบูรณ์ แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง เพื่อแก้ไขให้มีความถูกต้อง และมีความครอบคลุมเนื้อหามากขึ้น

3. นำแบบสอบถาม ที่ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญและให้ปรับปรุงแก้ไขเสร็จเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ กับแก่นำนักเรียนของ โรงเรียน โยธินบูรณะ 2 (สุวรรณสุทธาราม) จำนวน 30 คน ซึ่งมีลักษณะเงื่อนไขใกล้เคียง และคล้ายคลึงกับพื้นที่ทำการวิจัย

4. นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้ไปวิเคราะห์ เพื่อหาคุณภาพเครื่องมือ และใช้ประกอบการพิจารณาปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือก่อนนำไปใช้จริง โดยวิเคราะห์คุณภาพแบบสอบถาม ด้วยการหาค่าความเที่ยงของข้อมูล (Reliability) ด้วยการทดสอบนักเรียนมัธยมศึกษา จำนวน 30 คน ของโรงเรียน โยธินบูรณะ 2 (สุวรรณสุทธาราม) นำข้อมูลที่ได้ในแบบ Rating Scale หรือ Liker Sale หาโดยวิธีสถิติสัมประสิทธิ์แอลฟา ของ ครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient) การรับรู้ความรุนแรงและโอกาสเสี่ยง มีค่าความเที่ยง เท่ากับ 0.81 ความคาดหวังในประสิทธิผลและความสามารถของตนเอง มีค่าความเที่ยง เท่ากับ 0.72 และความตั้งใจในการปฏิบัติ มีค่าความเที่ยง เท่ากับ 0.70

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ขั้นเตรียมการ

1.1 ผู้วิจัยทำหนังสือผ่านถึงโรงเรียนราชันนทาจารย์ สามเสนวิทยาลัย 2 เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัยและขออนุญาตดำเนินการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล

1.2 ภายหลังได้รับอนุญาตแล้ว ผู้วิจัยเข้าพบผู้อำนวยการ โรงเรียนราชันนทาจารย์ สามเสนวิทยาลัย 2 เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย ขั้นตอนการวิจัย และขอความร่วมมือใน

การดำเนินกิจกรรมและเก็บรวบรวมข้อมูลเมื่อได้รับอนุญาต ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยด้วยตนเอง

1.3 ประสานงานกับอาจารย์และครูอนามัยโรงเรียนที่เป็นผู้ช่วยผู้วิจัยในโรงเรียนกลุ่มแกนนำ เพื่อชี้แจงการเตรียมนักเรียนและทำการนัดหมายนักเรียน เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยแก่นักเรียน และประเมินขั้นของพฤติกรรมของนักเรียนกลุ่มเป้าหมายในสัปดาห์ที่ 1 ของการดำเนินการวิจัย

2. ขั้นตอนการ

กลุ่มทดลอง ดำเนินการตามกิจกรรม โปรแกรมแกนนำสุขภาพ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นระยะเวลา 5 สัปดาห์

สัปดาห์ที่ 1 เก็บข้อมูลก่อนการทดลอง โดยมีกิจกรรมดังนี้

1.1 ทดสอบก่อนการทดลอง โดยการนำแบบทดสอบและแบบสอบถามให้นักเรียนกลุ่มทดลองสอบแบบสอบถาม

1.2 ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษาและขั้นตอนการวิจัย และกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้วิจัยและกลุ่มทดลอง

สัปดาห์ที่ 2 กิจกรรมการสร้างการรับรู้ความรุนแรงการรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อการใช้เครื่องสำอางอันตราย โดยมีกิจกรรมดังนี้

2.1 ให้ความรู้เรื่องเครื่องสำอาง การกำเนิดและวิวัฒนาการของเครื่องสำอาง ในรูปแบบการบรรยายประกอบสื่อการสอน ประเภทเครื่องสำอางและส่วนประกอบของเครื่องสำอาง โดยใช้ภาพประกอบการบรรยาย และการถามตอบ

2.2 เครื่องสำอางอันตราย สารต้องห้ามใช้ในเครื่องสำอางและผลกระทบจากการใช้เครื่องสำอางอันตราย ในรูปแบบการบรรยายประกอบสื่อ ทัศนศึกษาที่มีให้เห็นในสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์

2.3 การให้ความรู้เรื่องฉลากเครื่องสำอางและความสำคัญของการอ่านฉลากเครื่องสำอางที่ถูกต้อง ในรูปแบบการบรรยายประกอบสื่อ

2.4 แจกแผ่นพับฉลากเครื่องสำอาง ตัวอย่างเครื่องสำอาง

2.5 แจกใบความรู้

2.6 อภิปรายและซักถาม

สัปดาห์ที่ 3 กิจกรรมสร้างความคาดหวังในการป้องกันและความคาดหวังในประสิทธิผลของการป้องกันโรค โดยมีกิจกรรมดังนี้

3.1 สารประกอบสำคัญของเครื่องสำอาง การเก็บรักษา

- \ 3.2 ความจำเป็น หรือ ความเหมาะสมในการเลือกใช้เครื่องสำอาง ประโยชน์ ราคา
สรรพคุณ ความสำคัญเชิงพื้นที่
- 3.3 ลักษณะของเครื่องสำอางที่ผิดกฎหมาย (สารห้ามใช้ 3 ชนิด, ไม่แสดงวัน เดือน ปี
ที่ผลิต)
- 3.4 อันตรายจากการใช้เครื่องสำอางที่มีสารต้องห้าม และผลข้างเคียง
- 3.5 การควบคุมเบื้องต้นจากการใช้เครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบของสารที่ห้ามใช้
ผลข้างเคียง
- 3.6 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องสำอาง บทลงโทษตามกฎหมาย
- 3.7 ลักษณะของเครื่องสำอางเลียนแบบ เครื่องสำอางปลอม
- 3.8 การใช้ชุดทดสอบสารต้องห้ามในเครื่องสำอาง การแปรผล
- 3.9 กิจกรรมตลาดนัดเครื่องสำอาง การคัดกรองเครื่องสำอางเบื้องต้น (เครื่องสำอาง
อันตรายและเครื่องสำอางที่ไม่อันตราย A B C D)
- 3.10 กิจกรรมการทดสอบสารต้องห้ามในเครื่องสำอาง ชุดทดสอบของกรม
วิทยาศาสตร์ โดยใช้วิธีการสาริต
- 3.11 อภิปรายและซักถาม
- สัปดาห์ที่ 4 กิจกรรมการสร้างแรงจูงใจในการเป็นแกนนำการป้องกันโรค
- 4.1 สอนเทคนิคการสอน การถ่ายทอดความรู้
- 4.2 สอนการทำสื่อการสอน (บอร์ดความรู้)
- 4.3 แบ่งกลุ่มทำบอร์ดความรู้ตามเนื้อหาที่แบ่งให้
- สัปดาห์ที่ 5 เก็บข้อมูลหลังการทดลอง
- กลุ่มควบคุม** ดำเนินการตามกิจกรรมการเรียนการสอนตามปกติ เป็นระยะเวลาจำนวน 4
สัปดาห์
- สัปดาห์ที่ 1** การเก็บข้อมูลก่อนการทดลอง โดยมีกิจกรรมดังนี้
- ประเมินก่อนการทดลองโดยการนำแบบสอบถามให้นักเรียนกลุ่มควบคุมตอบ
แบบสอบถามในเรื่องการรับรู้ความรุนแรงต่อการเกิดโรคในการใช้เครื่องสำอางอันตราย การรับรู้
โอกาสเสี่ยงต่อการใช้เครื่องสำอางอันตราย ความคาดหวังในความสามารถของตนเองต่อการ
ป้องกันโรคต่อการใช้เครื่องสำอางอันตราย ความคาดหวังในประสิทธิผลของการตอบสนองต่อการ
ป้องกันโรคต่อการใช้เครื่องสำอางอันตราย พฤติกรรมการป้องกันโรคต่อการใช้เครื่องสำอาง
อันตราย

สัปดาห์ที่ 2-สัปดาห์ที่ 4 กิจกรรมการเรียนรู้การสอนตามปกติ

สัปดาห์ที่ 5 เก็บข้อมูลหลังทดลองในกลุ่มควบคุมเกี่ยวกับการรับรู้ความรุนแรงต่อการเกิดโรคในการใช้เครื่องสำอางอันตราย การรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อการใช้เครื่องสำอางอันตราย ความคาดหวังในความสามารถของตนเองต่อการป้องกันโรคต่อการใช้เครื่องสำอางอันตราย ความคาดหวังในประสิทธิผลของการตอบสนองต่อการป้องกันโรคต่อการใช้เครื่องสำอางอันตราย พฤติกรรมการป้องกันโรคต่อการใช้เครื่องสำอางอันตราย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาวิจัย จะดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นตอนเตรียมการ ผู้ศึกษาวิจัยได้เตรียมแบบสอบถาม ที่ผ่านการตรวจสอบความตรงและความเที่ยงเรียบร้อยแล้ว เพื่อนำไปเก็บข้อมูลในกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา
2. ขั้นตอนการดำเนินการ ผู้ศึกษาวิจัย นำแบบสอบถามไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่จริง คือ โรงเรียนราชันนันทาจารย์ สามเสนวิทยาลัย 2 เป็นกลุ่มทดลอง และโรงเรียนศิลาจารพิพัฒน์ เป็นกลุ่มเปรียบเทียบ
3. ขั้นตอนการเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามถามเกี่ยวกับ ข้อมูลทั่วไป การรับรู้ความรุนแรง การรับรู้โอกาสเสี่ยง ความคาดหวังในความสามารถของตนเองและความคาดหวังในผลลัพธ์ของการป้องกันโรค และความตั้งใจในการปฏิบัติเพื่อป้องกันโรคก่อนดำเนินการทดลอง
4. ขั้นตอนดำเนินการทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูล เก็บข้อมูลโดยบันทึกการฝึกอบรมแบบกลุ่มร่วมกับทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อการป้องกันโรคร่วมกับกลุ่มทดลอง คือ โรงเรียนราชันนันทาจารย์ สามเสนวิทยาลัย 2 จำนวน 5 ครั้ง ติดต่อกัน 5 สัปดาห์ ส่วนกลุ่มเปรียบเทียบ ดำเนินกิจกรรมตามปกติ
5. ขั้นตอนการประเมินผล เก็บข้อมูลหลังดำเนินการกิจกรรม และติดตามผลอีกครั้งหลังดำเนินการทดลองเสร็จแล้ว โดยใช้แบบสอบถามชุดเดียวกันเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างก่อนการทดลองและการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มทดลอง ในสัปดาห์ที่ 2 หลังจากทดลอง
6. ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อรวบรวมข้อมูลได้ครบถ้วนตามจำนวนที่กำหนดแล้วนำไปวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย และวัตถุประสงค์การวิจัยด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่นในการทดสอบทางสถิติระดับเท่ากับ 0.05 เป็นเกณฑ์ในการยอมรับสมมติฐาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถาม มาใช้ประมวลผลในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน อธิบายลักษณะประชากร พฤติกรรมการเลือกใช้เครื่องสำอาง และความรู้ทั่วไป

2. สถิติเชิงอนุมาน

2.1 เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย การรับรู้ความรุนแรง การรับรู้โอกาสเสี่ยงความคาดหวังในประสิทธิผลของตนเอง ความคาดหวังในความสามารถตนเอง ความตั้งใจปฏิบัติตนเอง ระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มเปรียบเทียบ ก่อนและหลังการทดลอง ใช้ Independent samples t- test, F-test (ANCOVA)

2.2 เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ย การรับรู้ความรุนแรง การรับรู้โอกาสเสี่ยงความคาดหวังในประสิทธิผลของตนเอง ความคาดหวังในความสามารถตนเอง ความตั้งใจปฏิบัติตนเอง ระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มเปรียบเทียบ ก่อนและหลังการทดลอง และของกลุ่มเปรียบเทียบ ก่อนและหลังการทดลอง ใช้ Paired samples t-test

การพิทักษ์สิทธิตัวอย่าง

หลังจากนั้นผู้วิจัยจึงเข้าพบกลุ่มตัวอย่างจะแนะนำตัวและชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย ให้กลุ่มตัวอย่างทราบว่า การเข้าร่วมในการศึกษาครั้งนี้เป็นไปโดยความสมัครใจจะไม่มีผลต่อกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งข้อมูลทุกอย่างที่ได้จากการศึกษาจะถูกเก็บเป็นความลับ โดยผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลในลักษณะภาพรวม และนำมาใช้ประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้นกลุ่มตัวอย่างสามารถแจ้งออกจากการศึกษาได้ก่อนที่การดำเนินการวิจัยจะสิ้นสุด โดยไม่เกิดผลเสียใด ๆ เมื่อกลุ่มตัวอย่างอนุญาตแล้ว จึงทำการเก็บข้อมูล

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่อง การศึกษาผลของ โปรแกรมสร้างเสริมพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางของนักเรียนในเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอาง ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม แกนนำนักเรียน ซึ่งเป็นข้อคำถามเกี่ยวกับ ความรู้ทั่วไป การประเมินอันตราย การประเมินการเผชิญปัญหา และ ความตั้งใจในการปฏิบัติตนของแกนนำนักเรียน ที่มีการฝึกอบรมแบบกลุ่มของแกนนำนักเรียน โรงเรียนราชภัฏนครราชสีมา สามเสนวิทยาลัย ผู้วิจัยขอแนะนำเสนอ ตามลำดับ ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการสื่อสารความหมาย ผู้วิจัย ได้กำหนดความหมายของสัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- n แทน จำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่าง
 Min แทน จำนวนที่น้อยที่สุด
 Max แทน จำนวนที่มากที่สุด
 \bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย (Mean)
 SD แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
 SD_{r} แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลต่าง
 \bar{d} แทน ผลต่างของคะแนนเฉลี่ยความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรมทางเลือกซื้อ

เครื่องสำอางเชิงบวก

- t แทน สถิติทดสอบที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
 CI แทน ช่วงความเชื่อมั่น

ลำดับขั้นในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง ของกลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุม ผู้วิจัยขอเสนอ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มทดลอง และ กลุ่มควบคุม
2. ข้อมูลความรู้ทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ภายในกลุ่ม ก่อนและหลังทดลอง
3. เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยการรับรู้การประเมินอันตราย ภายในกลุ่ม ระหว่างกลุ่ม ก่อนและหลังทดลอง
4. เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยการรับรู้การประเมินการเผชิญปัญหา ภายในกลุ่มระหว่างกลุ่ม ก่อนและหลังการทดลอง
5. เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความตั้งใจปฏิบัติตน ภายในกลุ่มระหว่างกลุ่ม ก่อนและหลังการทดลอง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ ค่าใช้จ่ายที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อสัปดาห์ แหล่งข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง การซื้อเครื่องสำอาง/ เดือน ค่าใช้จ่ายต่อการซื้อเครื่องสำอาง/ ครั้ง แหล่งที่ซื้อเครื่องสำอาง ปัจจัยในการซื้อเครื่องสำอาง ซึ่งมีรายละเอียดข้อมูลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละจำแนกตามลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างทดลอง

ลักษณะกลุ่มตัวอย่าง	กลุ่มทดลอง (n = 35)		กลุ่มควบคุม (n = 35)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ				
หญิง	21	60	11	31.43
ชาย	14	40	24	68.57
2. อายุ (ปี)				
15-16	20	57.1	25	71.43
17-18	15	42.9	10	28.57
X (SD), Min, Max	16.34, (0.68), 14,17		16.29, (0.57), 15, 18	

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ลักษณะกลุ่มตัวอย่าง	กลุ่มทดลอง (n = 35)		กลุ่มควบคุม (n = 35)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
3. ค่าใช้จ่ายที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อ สัปดาห์ (บาท)				
100-400	7	20	6	17.14
401-700	18	51.5	19	54.29
701-1000	10	28.5	10	28.57
X (SD), Min, Max	637.14, (263.84), 50, 1500		614.29, (248.02), 1180, 1400	
4. แหล่งข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์ เครื่องสำอาง				
โทรทัศน์/ วิทยุ	12	34.3	8	22.86
สิ่งพิมพ์ ได้แก่ นิตยสาร	2	5.7	4	11.43
หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ โปสเตอร์				
อินเทอร์เน็ต	17	48.5	19	54.28
บุคคล ได้แก่ เพื่อน บุคคลใกล้ชิด	4	11.5	4	11.43
หรือตัวแทนขาย				
5. การซื้อเครื่องสำอาง/ เดือน				
1-2	29	82.8	32	91.43
3-4	6	17.2	3	8.57
X (SD), Min, Max	1.66,(0.84),1,4		1.49,(1.01),1,5	
6. ค่าใช้จ่ายต่อการซื้อเครื่องสำอาง/ ครั้ง				
1-500	27	77.2	31	88.57
501-1000	5	14.3	4	11.43
1001-1500	2	5.7		
1501-2000	1	2.8		
X (SD), Min, Max	400, (424.60), 50, 2000		237.46, (237.76), 50, 1000	

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ลักษณะกลุ่มตัวอย่าง	กลุ่มทดลอง (n = 35)		กลุ่มควบคุม (n = 35)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
7. แหล่งที่ซื้อเครื่องสำอาง				
ห้างสรรพสินค้า/ ซูเปอร์มาร์เก็ต	21	60	17	48.57
ร้านสะดวกซื้อ	10	28.5	13	37.14
ซื้อสินค้าระบบสื่อสารข้อมูล ICT	3	9	5	14.29
อื่น ๆ	1	2.8		
8. ปัจจัยในการซื้อเครื่องสำอาง				
เสริมบุคลิกภาพ	6	17.1	7	20
เพิ่มความมั่นใจ	13	37.1	9	25.71
รักษาผิว หรือ อาการผิดปกติต่าง ๆ	16	45.8	19	54.29

จากตารางที่ 1 นักเรียนกลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุม มีข้อมูลทั่วไปดังนี้
เพศ พบว่า กลุ่มทดลอง ส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง ร้อยละ 60 และเพศชาย ร้อยละ 40 และ
กลุ่มควบคุม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 68.57 เพศหญิง ร้อยละ 31.43

อายุ พบว่า กลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม มีอายุระหว่าง 15-16 ปี โดยกลุ่มทดลองส่วน
ใหญ่มีอายุ 15-16 ปี ร้อยละ 57.1 รองลงมาคือ อายุ 17-18 ปี ร้อยละ 42.9 ส่วนในกลุ่มควบคุมส่วน
ใหญ่ มีอายุ 15-16 ปี ร้อยละ 71.43 รองลงมาคือ อายุ 17-18 ปี ร้อยละ 28.57

ค่าใช้จ่ายที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อสัปดาห์ พบว่า กลุ่มทดลองส่วนใหญ่ได้รับเงินจาก
ผู้ปกครองอยู่ระหว่าง 401-700 บาท จำนวน 18 คน ร้อยละ 51.5 รองลงมาคือ 701-1000 บาท
จำนวน 10 คน ร้อยละ 28.5 โดยกลุ่มควบคุมส่วนใหญ่ได้รับเงินจากผู้ปกครองอยู่ระหว่าง
401-700 บาท จำนวน 54.29 รองลงมาคือ 701-1000 บาท จำนวน 10 คน ร้อยละ 28.57

แหล่งข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง พบว่า ทั้งในกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม
ส่วนใหญ่ได้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต โดยกลุ่มทดลอง พบว่า นักเรียน ได้ข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์
เครื่องสำอางจาก อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมาคือ โทรทัศน์/ วิทยุ ร้อยละ 34.3 ส่วน
กลุ่มควบคุมพบว่า นักเรียน ได้ข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจาก อินเทอร์เน็ต คิดเป็น

ร้อยละ 54.28 รองลงมาคือ โทรทัศน์/ วิทยุ ร้อยละ 22.86

การซื้อเครื่องสำอาง/ เดือน พบว่า กลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมส่วนใหญ่ซื้อเครื่องสำอางใน 1 เดือน จำนวน 1-2 ครั้ง โดยกลุ่มทดลองพบว่า ส่วนใหญ่ ซื้อเครื่องสำอางใน 1 เดือน อยู่ระหว่าง 1-2 ครั้ง ร้อยละ 82.8 รองลงมาคือ 3-4 ครั้ง ร้อยละ 17.2 โดย กลุ่มควบคุมพบว่า ส่วนใหญ่ซื้อเครื่องสำอางใน 1 เดือน อยู่ระหว่าง 1-2 ครั้ง ร้อยละ 91.43 รองลงมา คือ 3-4 ครั้ง ร้อยละ 8.57

ค่าใช้จ่ายต่อการซื้อเครื่องสำอาง/ ครั้ง พบว่า กลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 1-500 บาท โดยกลุ่มทดลองพบว่า ค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 1-500 บาท ร้อยละ 77.2 รองลงมาคือ 501-1000 บาท ร้อยละ 14.3 กลุ่มควบคุม พบว่า ค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 1-500 บาท ร้อยละ 88.57 รองลงมาคือ 501-1000 บาท ร้อยละ 11.43

แหล่งที่ซื้อเครื่องสำอาง พบว่า กลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมส่วนใหญ่ ซื้อเครื่องสำอางจาก ห้างสรรพสินค้า/ ซูเปอร์มาร์เก็ต โดยกลุ่มทดลองพบว่า แหล่งที่ซื้อเครื่องสำอาง จาก ห้างสรรพสินค้า/ ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 60 รองลงมาคือ ร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 28.5 กลุ่มควบคุมพบว่า แหล่งที่ซื้อเครื่องสำอาง จาก ห้างสรรพสินค้า/ ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 4.57 รองลงมาคือ ร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 37.14

ปัจจัยในการซื้อเครื่องสำอาง พบว่า กลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมส่วนใหญ่ มีปัจจัยในการซื้อเครื่องสำอาง เพื่อรักษาผิวหรืออาการผิปกิตต่าง ๆ โดยกลุ่มทดลองพบว่า ปัจจัยในการซื้อเครื่องสำอาง เพื่อรักษาผิวหรืออาการผิปกิตต่าง ๆ ร้อยละ 45.8 รองลงมาคือ เพื่อเพิ่มความมั่นใจ ร้อยละ 37.1 กลุ่มควบคุมส่วนใหญ่ พบว่า ปัจจัยในการซื้อเครื่องสำอาง เพื่อรักษาผิวหรืออาการผิปกิตต่าง ๆ ร้อยละ 54.29 รองลงมาคือ เพื่อเพิ่มความมั่นใจ ร้อยละ 25.71

ตารางที่ 2 ข้อมูลอิทธิพลในการซื้อเครื่องสำอาง

อิทธิพลในการซื้อ เครื่องสำอาง	กลุ่มทดลอง					กลุ่มควบคุม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. เพื่อน หรือ คน รู้จักแนะนำ	12 (34.3)	9 (25.7)	9 (25.7)	4 (11.4)	1 (2.9)	1 (2.9)	10 (28.6)	14 (40.0)	8 (22.9)	2 (5.7)
2. โฆษณาตาม สื่อต่าง ๆ เช่น โฆษณาทีวี, โปสเตอร์	11 (31.4)	14 (40.0)	7 (20.0)	3 (8.6)	0 (0)	3 (8.6)	7 (20)	10 (28.6)	13 (37.1)	2 (5.7)

ตารางที่ 2 (ต่อ)

อิทธิพลในการซื้อ เครื่องสำอาง	กลุ่มทดลอง					กลุ่มควบคุม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. ความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์	7 (20)	10 (28.6)	18 (51.4)			7 (20)	11 (31.4)	10 (28.6)	6 (17.1)	1 (2.9)
4. ราคาถูก	5 (14.3)	10 (28.6)	10 (28.6)	7 (20)	3 (8.6)		4 (11.4)	20 (57.1)	6 (17.1)	5 (14.3)
5. คุณภาพเครื่องสำอาง	12 (34.3)	19 (54.3)	4 (11.4)			16 (45.7)	11 (31.4)	5 (14.3)	5 (14.3)	1 (2.9)
6. การออกแบบบรรจุภัณฑ์	6 (17.1)	13 (37.1)	14 (40.0)	1 (2.9)	1 (2.9)	3 (8.6)	10 (28.6)	16 (45.7)	4 (11.4)	2 (5.7)
7. แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ	7 (20)	16 (45.7)	10 (28.6)	1 (2.9)	1 (2.9)	13 (37.1)	14 (40)	5 (14.3)	2 (5.7)	1 (2.9)
8. เกสัชกร	5 (14.3)	16 (45.7)	12 (34.3)	2 (5.7)		9 (25.7)	15 (42.9)	8 (22.9)	2 (5.7)	1 (2.9)
9. เจ้าหน้าที่สาธารณสุข	3 (8.6)	14 (40.4)	14 (40.4)	4 (11.4)		9 (25.7)	13 (37.1)	9 (25.7)	3 (8.6)	1 (2.9)
10. ดารา นักแสดง นักร้อง	11 (31.4)	6 (17.1)	13 (37.1)	4 (11.4)	1 (2.9)	3 (8.6)	3 (8.6)	10 (28.6)	15 (42.9)	4 (11.4)

จากตารางที่ 2 อิทธิพลในการซื้อเครื่องสำอาง พบว่า อิทธิพลในการซื้อเครื่องสำอางของกลุ่มทดลองมากที่สุดคือ เพื่อนและคุณภาพของเครื่องสำอาง ร้อยละ 34.3 รองลงมาคือ โฆษณา, ดารา นักแสดง ร้อยละ 31.4 ความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์, แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ร้อยละ 20 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ 17.1 ราคาเครื่องสำอาง, เกสัชกร ร้อยละ 17.3 และเจ้าหน้าที่สาธารณสุข ร้อยละ 8.6 ตามลำดับ

อิทธิพลที่ส่งผลในการเลือกซื้อเครื่องสำอางของกลุ่มควบคุม มากที่สุดคือ คุณภาพเครื่องสำอาง ร้อยละ 45.7 แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ร้อยละ 37.1 เกสัชกร เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ร้อยละ 25.7 ความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 20 ราคาถูก ร้อยละ 11.4 โฆษณา การออกแบบ, ดารา นักแสดง ร้อยละ 8.6 และเพื่อน ร้อยละ 2.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ข้อมูลเครื่องสำอางที่นักเรียนใช้บ่อยในแต่ละสัปดาห์

เครื่องสำอาง	กลุ่มทดลอง					กลุ่มควบคุม				
	ประจำ	บ่อยครั้ง	บ้างเป็นบางครั้ง	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคย	ประจำ	บ่อยครั้ง	บ้างเป็นบางครั้ง	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคย
1. ครีม/ โลชั่นบำรุง/ ครีมผิวขาว	15 (42.9)	4 (11.4)	10 (28.6)	3 (8.6)	3 (8.6)	20 (57.1)	5 (14.3)	7 (20)	2 (5.7)	1 (2.9)
2. ครีม/ เจลรักษาแผลเป็นรอยสิว	5 (13.9)	6 (16.7)	11 (30.6)	9 (25)	4 (11.4)	10 (28.6)	7 (20)	10 (28.6)	4 (11.4)	4 (11.4)
3. ครีม/ โลชั่นกระชับรูขุมขน	1 (2.9)	8 (22.9)	7 (20)	10 (28.6)	9 (25.7)	11 (31.4)	5 (14.3)	10 (28.6)	4 (11.4)	5 (14.3)
4. ยารักษาสิว	4 (11.4)	4 (11.4)	9 (25.7)	13 (37.1)	5 (14.3)	7 (20)	6 (17.1)	11 (31.4)	8 (22.9)	3 (8.6)
5. สบู่/ โฟม/ ผลิตภัณฑ์ล้างหน้า	23 (65.7)	7 (20)	3 (8.6)	1 (2.9)	1 (2.9)	25 (71.4)	5 (14.3)	3 (8.6)	2 (5.7)	
6. ครีม/ โลชั่นกันแดด	15 (42.9)	3 (8.6)	9 (25.7)	7 (20)	1 (2.9)	14 (42.9)	8 (22.9)	8 (22.9)	1 (2.9)	3 (8.6)
7. ลิปสติก	7 (20)	3 (8.6)	5 (14.3)	6 (17.1)	14 (40)	12 (34.3)	2 (5.7)	7 (20)	5 (14.3)	9 (25.7)
8. อายชาโดว์ (แต่งหน้า)/ บรัชออน (แต่งแก้ม)		1 (2.9)	6 (17.1)	8 (22.9)	20 (57.1)	5 (14.3)	2 (5.7)	5 (14.3)	7 (20)	16 (45.7)
9. ครีมรองพื้น		1 (2.9)	6 (17.1)	8 (22.9)	20 (57.1)	7 (20)	3 (8.6)	8 (22.9)	4 (11.4)	13 (37.1)
10. แป้งแต่งหน้า		2 (5.7)	6 (17.1)	8 (22.9)	19 (54.3)	10 (28.6)	3 (8.6)	6 (17.1)	4 (11.4)	12 (34.3)

จากตารางที่ 3 ข้อมูลเครื่องสำอางที่นักเรียนใช้บ่อยในแต่ละสัปดาห์ พบว่า ข้อมูลเครื่องสำอางที่นักเรียนใช้เป็นประจำในแต่ละสัปดาห์ของกลุ่มทดลอง คือ สบู่/ โฟม/ ผลิตภัณฑ์ล้างหน้า ร้อยละ 65.7 รองลงมาคือ ครีมบำรุง/ โลชั่นบำรุงผิวขาว, ครีม/ โลชั่นกันแดด ร้อยละ 42.9 ลิปสติก ร้อยละ 20 ครีม/ เจลรักษาแผลเป็น ร้อยละ 13.9 ยารักษาสิว ร้อยละ 11.4 ครีม/ โลชั่นกระชับรูขุมขน ร้อยละ 2.9

ข้อมูลเครื่องสำอางที่นักเรียนใช้เป็นประจำในแต่ละสัปดาห์ของกลุ่มควบคุม คือ สบู่/ โฟม/ ผลิตภัณฑ์ล้างหน้า ร้อยละ 71.4 รองลงมา ครีม/ โลชั่นบำรุงผิวขาว ร้อยละ 57.1

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยก่อนการทดลอง หลังการทดลองระหว่างกลุ่มทดลองกับ กลุ่มควบคุม

ตัวแปรที่ศึกษา	กลุ่มทดลอง (n = 35)		กลุ่มเปรียบเทียบ (n = 35)		t-test	P-value (one-tailed)
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
การรับรู้ความรุนแรงของการใช้เครื่องสำอางอันตราย						
ก่อนการทดลอง	18.20	3.23	19.77	3.25	20.2	0.53
หลังการทดลอง	19.85	3.02	19.85	2.17	0.00	0.03
การรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อการเลือกใช้เครื่องสำอาง						
ก่อนการทดลอง	19.62	3.3	20.71	3.11	1.41	0.47
หลังการทดลอง	21.08	2.85	20.45	2.74	0.62	0.93
การรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเลือกใช้เครื่องสำอาง						
ก่อนการทดลอง	18.54	2.36	19.48	2.58	1.59	0.60
หลังการทดลอง	20.25	2.41	19.77	2.90	-0.76	0.29
ความคาดหวังในประสิทธิผลของการเลือกซื้อเครื่องสำอาง						
ก่อนการทดลอง	19.11	2.89	20.11	3.35	1.33	0.38
หลังการทดลอง	21.08	2.34	19.54	3.3	-2.25	0.06
ความตั้งใจในการปฏิบัติเพื่อป้องกันการใช้เครื่องสำอางอันตราย						
ก่อนการทดลอง	37.68	5.23	38.48	6.03	0.59	0.44
หลังการทดลอง	40.25	6.69	41.00	3.70	0.57	0.01

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า ภายหลังการทดลองกลุ่มทดลองมีคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ความรุนแรงของการใช้เครื่องสำอางอันตราย เพิ่มขึ้นจากก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) นอกจากนี้กลุ่มทดลอง มีคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ทั้ง 2 ด้าน มากกว่ากลุ่มควบคุม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ภายหลังการทดลอง กลุ่มทดลอง มีคะแนนเฉลี่ยความคาดหวัง ๑

เพิ่มขึ้นจากก่อนการทดลอง และมากกว่ากลุ่มควบคุม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยความตั้งใจในการปฏิบัติตนป้องกันเครื่องสำอางอันตราย ก่อนและหลังการทดลอง พบว่า ภายหลังจากการทดลองกลุ่มทดลอง มีคะแนนเฉลี่ยความตั้งใจปฏิบัติตน เพิ่มขึ้นจากก่อนการทดลอง ซึ่งไม่ต่างจากกลุ่มควบคุม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนกลุ่มควบคุมพบว่า ภายหลังจากการทดลองไม่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากก่อนการทดลอง ซึ่งกลุ่มทดลองมีคะแนนเฉลี่ยความตั้งใจปฏิบัติตนทุกด้าน ไม่แตกต่างจากกลุ่มควบคุม

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยก่อนการทดลอง หลังการทดลอง ของกลุ่มทดลอง

ตัวแปรที่ศึกษา	ก่อนการทดลอง		หลังการทดลอง		ความแตกต่างก่อน และหลังการทดลอง
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{d}
1. การรับรู้ความรุนแรงของ การใช้เครื่องสำอางอันตราย	18.20	3.23	19.85	3.02	1.65
2. การรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อการ เลือกใช้เครื่องสำอาง	19.62	3.30	21.08	2.85	1.46
3. การรับรู้ความสามารถของ ตนเองต่อการเลือกใช้ เครื่องสำอาง	18.54	2.36	20.25	2.41	1.71
4. ความคาดหวังใน ประสิทธิผลของการเลือกซื้อ เครื่องสำอาง	19.11	2.89	21.08	2.34	1.97
5. ความตั้งใจในการปฏิบัติเพื่อ ป้องกันการใช้เครื่องสำอาง อันตราย	37.68	5.23	40.25	6.69	2.57

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มทดลอง ก่อนการทดลองและหลังการทดลอง ดังแสดงในตารางที่ 5 พบว่า ในกลุ่มทดลองมีคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ความของการใช้เครื่องสำอางอันตราย การรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อการเลือกใช้เครื่องสำอาง การรับรู้ความสามารถของตนเองต่อ

การเลือกใช้เครื่องสำอาง ความคาดหวังในประสิทธิผลของการเลือกซื้อเครื่องสำอาง และความ
ตั้งใจในการปฏิบัติเพื่อป้องกันการใช้เครื่องสำอางอันตรายสูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติ (p-value <.05)

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยผลครั้งนี้เป็นการศึกษาผลของโปรแกรมสร้างเสริมพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางของนักเรียนในเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอาง ซึ่งลักษณะของงานวิจัยเป็นการวิจัยแบบกึ่งทดลอง (Quasi-experimental research) แบบ 2 กลุ่ม (Two Groups Pretest-Posttest Design) ทำการศึกษาเกี่ยวกับแกนนำนักเรียน โรงเรียนราชินีนาถอาจารย์ สามเสนวิทยาลัย 2 โดยการฝึกอบรมแบบกลุ่มร่วมกับทฤษฎีแรงจูงใจต่อการป้องกันโรค ได้นำเสนอ ตามลำดับดังนี้

1. สรุปผล
2. อภิปรายผลการวิจัย
3. ข้อเสนอแนะ

สรุปผล

จากการศึกษาวิจัย สรุปผลได้ ดังนี้

1. ข้อมูลด้านคุณลักษณะประชากรกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ข้อมูลอายุ กลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม อยู่ระหว่าง 15-19 ปี กลุ่มทดลองมี เพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนกลุ่มควบคุมมี เพศชายมากกว่าเพศหญิง ระดับการศึกษาของทั้ง 2 กลุ่มอยู่ในมัธยมศึกษาปีที่ 5 นักเรียนมีรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครอง/ สัปดาห์ 0-1,000 บาทส่วนใหญ่มีความพอเพียงต่อการใช้จ่ายเงิน แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ได้รับ ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต การซื้อเครื่องสำอางต่อครั้ง ส่วนใหญ่ 1-2 ครั้ง/ เดือน ค่าใช้จ่ายต่อการซื้อเครื่องสำอางต่อครั้ง ส่วนใหญ่มีราคา 1-500 บาท แหล่งที่ซื้อเครื่องสำอาง ส่วนใหญ่ ซื้อเครื่องสำอางที่ห้างสรรพสินค้า/ ซูเปอร์มาร์เก็ต ปัจจัยในการซื้อเครื่องสำอาง ส่วนใหญ่เพื่อรักษาผิว หรืออาการผิปกด

2. เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยด้านการรับรู้ความรุนแรงของเครื่องสำอางอันตรายและการรับรู้โอกาสเสี่ยงของเครื่องสำอางอันตราย ก่อนและหลังการทดลองของกลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุม โดยกลุ่มทดลองพบว่า ภายหลังการทดลองมีคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ เพิ่มขึ้นจากก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 และกลุ่มควบคุมพบว่า ภายหลังการทดลอง ไม่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากก่อนการทดลอง ซึ่งกลุ่มทดลอง มีคะแนน เฉลี่ยการรับรู้ ทั้ง 2 ด้าน มากกว่ากลุ่มควบคุม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

3. เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองในเรื่องเครื่องสำอางอันตรายและในความสามารถของตนเองในการป้องกันเครื่องสำอางอันตราย ก่อนและหลังการทดลอง ของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม โดยกลุ่มทดลอง พบว่า ภายหลังจากการทดลอง มีคะแนนเฉลี่ยความคาดหวัง เพิ่มขึ้นจากก่อนการทดลอง และมากกว่ากลุ่มควบคุม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนกลุ่มควบคุม พบว่า ภายหลังจากการทดลอง ไม่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากก่อนการทดลอง ซึ่งกลุ่มทดลองมีคะแนนเฉลี่ยความคาดหวังทั้ง 2 ด้าน มากกว่ากลุ่มเปรียบเทียบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยความตั้งใจในการปฏิบัติตนป้องกันเครื่องสำอางอันตราย ก่อนและหลังการทดลอง ของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม โดยกลุ่มทดลอง พบว่า ภายหลังจากการทดลอง มีคะแนนเฉลี่ยความตั้งใจปฏิบัติตน เพิ่มขึ้นจากก่อนการทดลอง ไม่มากนัก ซึ่งไม่ต่างจากกลุ่มควบคุม ส่วนกลุ่มควบคุมพบว่า ภายหลังจากการทดลองไม่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากก่อนการทดลอง ซึ่งกลุ่มทดลองมีคะแนนเฉลี่ยความตั้งใจปฏิบัติตนทุกด้าน ไม่ต่างจาก กลุ่มเปรียบเทียบ

5. การเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มทดลอง ก่อนการทดลองและหลังการทดลอง การรับรู้ความรุนแรงของการใช้เครื่องสำอางอันตราย การรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อการเลือกใช้เครื่องสำอาง การรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเลือกใช้เครื่องสำอาง ความคาดหวังในประสิทธิผลของการเลือกซื้อเครื่องสำอาง ความตั้งใจในการปฏิบัติเพื่อป้องกันการใช้เครื่องสำอางอันตราย กลุ่มทดลองมีคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ความรุนแรง การรับรู้โอกาสเสี่ยง การรับรู้ความสามารถของตนเองในการป้องกันเครื่องสำอางอันตราย ความคาดหวังผลการป้องกันเครื่องสำอางอันตราย ความตั้งใจในการปฏิบัติเพื่อป้องกันการใช้เครื่องสำอางอันตราย สูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < .05$)

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi-experimental research) มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาผลของโปรแกรมสร้างเสริมพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางของนักเรียนในเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 1 ในกรุงเทพมหานคร ร่วมกับการประยุกต์ใช้ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันการบริโภค ผลที่เกิดขึ้นมีความแตกต่างกัน ภายในกลุ่ม และระหว่างกลุ่ม ก่อนและหลังการทดลอง ของแกนนำนักเรียน ซึ่งได้พิจารณา ดังต่อไปนี้

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มทดลอง

เมื่อพิจารณาจำนวนเพศ มีความแตกต่าง เพราะกลุ่มทดลอง จะมีจำนวนเพศหญิงมากกว่า

เพศชาย แต่กลุ่มควบคุมจะมีจำนวนเพศชาย มากกว่า เพศหญิง ถึงอย่างไรก็ตามเพศก็ไม่มีอิทธิพลต่อความสนใจในการเลือกซื้อเครื่องสำอาง เพราะไม่ว่า จะเป็นเพศหญิงหรือเพศชาย ก็จะทำให้ความสนใจเรื่องการดูแลผิวหน้าเหมือน ๆ กัน คือ ความต้องการผิวขาวกระจ่างใส และรักษาผิว สอดคล้องกับ การศึกษางานวิจัยของ ยมากร คำดี (2550) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าของผู้ชายวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าของผู้ชายวัยทำงานด้านความกังวลกับลักษณะปัญหาของผิว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพียงแต่เพศหญิงจะมีความสนใจเพิ่มมากขึ้น คือ เครื่องสำอางที่ใช้สำหรับตกแต่ง ใบหน้า เช่น แป้ง, ลิปสติก เป็นต้น แต่เพศชาย ไม่ได้ให้ความสนใจเครื่องสำอางเหล่านี้มากนัก

กลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมอยู่ในช่วง วัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 15-21 ปี ซึ่งช่วงวัยนี้จะเป็นช่วงที่ให้ความสำคัญต่อรูปร่าง หน้าตา จะพิถีพิถัน เรื่องการแต่งกาย เอาใจใส่เรื่องรูปร่าง ความสวยงามของหน้าตา ค่าใช้จ่าย/ ต่อสัปดาห์เฉลี่ยอยู่ที่ 700 บาท ต่อสัปดาห์ เพียงพอต่อการใช้จ่ายประจำ และการซื้อเครื่องสำอาง แหล่งข้อมูลข่าวสารส่วนมาก จะสืบค้นแหล่งข้อมูลคือ โทรทัศน์/ วิทยุ และอินเทอร์เน็ต การซื้อเครื่องสำอาง 1-2 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่ายต่อการซื้อเครื่องสำอาง/ ครั้ง 500 บาท แหล่งที่ซื้อเครื่องสำอางส่วนใหญ่ ซื้อที่ห้างสรรพสินค้าซูเปอร์มาร์เก็ต ปัจจัยในการซื้อเครื่องสำอางเพื่อการรักษาผิว และแก้ไขจุดบกพร่อง

อิทธิพลในการเลือกซื้อเครื่องสำอางของกลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุมพบว่า เพื่อหรือคนรู้จัก และโฆษณาสื่อต่าง ๆ ดารานักแสดง มีอิทธิพลกับการเลือกซื้อเครื่องสำอางมากที่สุด เมื่อมาเปรียบเทียบกับอิทธิพลจากแพทย์ เกษัชกร และนักวิชาการสาธารณสุขในการซื้อเครื่องสำอางเพียงมากและปานกลางเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับ (สุชา จันทร, 2526; ศรีเรือน แก้วกังวาน, 2538) กลุ่มเพื่อนจะมีอิทธิพลมาก ต่อทัศนคติ ความสนใจ และพฤติกรรมการแสดงออกของวัยรุ่น วัยรุ่นมักมีความคิดว่าความคิดเห็นของบุคคลอื่น ๆ ไม่มีความสำคัญเท่ากับความเห็นของกลุ่ม รวมไปถึงวัยรุ่นเพศหญิงจะให้ความสำคัญในเรื่องการแต่งกายอย่างมาก เอาใจใส่รูปร่าง ความสวยงามของหน้าตา วัยรุ่นที่รูปร่างหน้าตาสวยจะเป็นที่ยอมรับของกลุ่มเพื่อน และสื่อก็มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกปฏิบัติตามสื่อ สอดคล้องกับงานวิจัย บพิตร นันทคุปต์ธำรง (2551) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางสำหรับผิวหน้าของนักเรียนหญิง ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนแห่งหนึ่งในอำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน ซึ่งพบว่าพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอาง สื่อโฆษณา มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอางมาก และการวิจัยของ Holmqvist and Frisén (2010) ซึ่งศึกษามุมมองวัยรุ่นต้องการความสมบูรณ์แบบ ในรูปร่าง ในเรื่องอุดมคติมุมมองของวัยรุ่น ผลการศึกษาพบว่าในเรื่องอุดมคติมุมมองของวัยรุ่น อายุ 14 ปี จำนวน 29 คน ผลของการศึกษา

วัยรุ่นที่ต้องการความสมบูรณ์แบบในรูปร่างหน้าตา โดยมีอิทธิพลมาจากการถ่ายทอดความคิด บุคลิกภาพจากการรับรู้จากสื่อ คนรอบข้าง ดารา ทำให้วัยรุ่นมีความคิดเกี่ยวกับความงามต้องการที่จะทำให้เกิดความดึงดูดใจ ทำให้วัยรุ่นต้องการความสมบูรณ์แบบในรูปร่าง

เครื่องสำอางที่นักเรียนเลือกใช้บ่อยในแต่ละสัปดาห์จากการสำรวจทั้งกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม พบว่าใช้เป็นประจำ คือครีม โลชั่นบำรุงผิว ครีมผิวขาว สบู่ โฟม ผลิตภัณฑ์ล้างหน้า และครีมกันแดด ส่วนเครื่องสำอางประเภทครีมแต้มสีว เจลรักษาสิว ยารักษาสิว ทั้งกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ใช้เพียงแค่บางครั้งและนาน ๆ ครั้งเท่านั้น ซึ่งขัดแย้งกัน บทพิตร นันทกุลปต์ธำรง (2551) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางสำหรับผิวหน้าของนักเรียนหญิงระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนแห่งหนึ่งในอำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน พบว่า การใช้เครื่องสำอางในวัยรุ่น อันดับหนึ่งเพื่อรักษาสิว อันดับสอง เพื่อต้องการให้หน้าขาวใส ทั้งนี้บ่งบอกได้ว่า ปัจจุบันวัยรุ่นให้ความสนใจต่อความขาวของผิวมากกว่าการรักษาสิว ซึ่งเปลี่ยนแปลงไปตามยุคตามสมัยที่ปัจจุบัน วัยรุ่นมีความคิดว่า ผิวขาวจะถือว่าสวยและดูดี จึงมีความนิยมความขาวเพิ่มขึ้นกว่าก่อน ซึ่งจะสอดคล้องกับการประชุมประจำปีด้านเวชสำอางครั้งที่ 5th Annual Cosmeceutical conference เมื่อวันที่ 26-27 มิถุนายน 2008 ที่พบว่า ผู้หญิงส่วนใหญ่ในปัจจุบันมีความคาดหวังและต้องการใช้เครื่องสำอางที่ใช้แล้วเห็นผลได้จริง และเห็นผลเร็ว ซึ่งเครื่องสำอางที่สนใจจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยให้สีผิวสว่างขึ้น ขาวขึ้น และสดใส และแน่นอนว่าจะไม่ใส่ใจเรื่องสารอันตรายที่มีต่อผิวหน้า

2. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

หลังการเข้าร่วมโปรแกรมอบรมของแกนนำนักเรียนมัธยมศึกษา คณะเนนเฉลี่ยของกลุ่มทดลองมีค่าสูงกว่า ก่อนการทดลอง และกลุ่มควบคุม ดังต่อไปนี้

2.1 การรับรู้ความรุนแรงของการใช้เครื่องสำอางอันตรายและการรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางอันตราย

2.2 ความคาดหวังประสิทธิผลของผลลัพธ์จากการเลือกเครื่องสำอาง และความคาดหวังในความสามารถของตนเองต่อการเลือกใช้เครื่องสำอาง

2.3 ความตั้งใจในการปฏิบัติตนเพื่อป้องกันการใช้เครื่องสำอางอันตราย

สมมติฐานข้อ 1 การเปรียบเทียบการรับรู้ความรุนแรงและการรับรู้โอกาสเสี่ยงของแกนนำนักเรียนของกลุ่มทดลองและกลุ่มเปรียบเทียบ ก่อนและหลังการทดลอง

จากผลการทดสอบสมมติฐาน เห็นว่า คณะเนนเฉลี่ยหลังการทดลอง การรับรู้ความรุนแรงของกลุ่มทดลอง มีคะแนนเฉลี่ยมากกว่าก่อนการทดลองและกลุ่มเปรียบเทียบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากกลุ่มทดลองได้รับโปรแกรมอบรมแบบ

กลุ่ม การสาธิต การถามตอบ และการให้คู่มือแบบการใช้เครื่องสำอางอันตราย การได้ชมวีดิทัศน์ เรื่องการใช้เครื่องสำอาง เครื่องสำอางอันตราย โดยนำกระบวนการบรรยายและกระบวนการกลุ่มมา คิดวิเคราะห์ วางแผนร่วมกันแบบกลุ่ม ร่วมกับการสร้างแรงกระตุ้น ให้เกิดความกลัว ด้วยแผนการ สอนที่ใช้การถ่ายทอดการรับรู้ของผู้เชี่ยวชาญ ในวีดิทัศน์ ให้เกิดการรับรู้ความรุนแรง และโอกาส เสี่ยงต่อการใช้เครื่องสำอางอันตราย และวัดผลด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นประเมินการรับรู้ การ ประเมินอันตราย หลังจากดำเนินกิจกรรม ครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2 ระยะเวลา 2 สัปดาห์ สอดคล้องกับ ชัยนันต์ บุตรกาล (2551) ซึ่งศึกษาผลของการฝึกอบรมแบบกลุ่มร่วมกับทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อการ ป้องกันโรคเอดส์ ของแก่นนำนักเรียนมัธยมศึกษา อำเภอนิคมน้ำอโยธย จังหวัดมุกดาหาร ซึ่งพบว่าการ ฝึกอบรมแบบกลุ่ม โดยใช้ร่วมกับการประยุกต์ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อการป้องกันโรค มี ประสิทธิภาพเหมาะสมกลุ่มทดลองมีการรับรู้การประเมินอันตราย การรับรู้การประเมินเผชิญ ปัญหา และความตั้งใจในการปฏิบัติตนป้องกันโรคเอดส์ เพิ่มขึ้นกว่าก่อนการทดลอง และมากกว่า กลุ่มเปรียบเทียบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อ 2 ความคาดหวังประสิทธิผลของผลลัพธ์จากการเลือกเครื่องสำอาง และ ความคาดหวังในความสามารถของตนเองต่อการเลือกใช้เครื่องสำอาง

จากผลการทดสอบสมมติฐาน เห็นว่า คะแนนเฉลี่ยหลังการทดลอง ความคาดหวัง ประสิทธิผลของผลลัพธ์จากการเลือกเครื่องสำอาง และความคาดหวังในความสามารถของตนเอง ต่อการเลือกใช้เครื่องสำอาง ของกลุ่มทดลอง สูงกว่า ก่อนการทดลองและกลุ่มเปรียบเทียบ อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังรายละเอียดในตารางที่ 6 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้เนื่องจาก กลุ่มทดลอง ได้รับ โปรแกรมสุขศึกษา โดยนำกระบวนการสอนแบบกลุ่ม การสาธิต การทดลอง การถามตอบ การสร้างสถานการณ์จำลอง และเกม การฝึกทักษะพร้อมอุปกรณ์ให้รับรู้ความ คาดหวังที่เป็นปัญหาของตนเอง และความคาดหวังในประสิทธิผลที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ตนเอง วัดผลด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ประเมินการรับรู้การประเมินการเผชิญปัญหา หลังจาก ดำเนินกิจกรรมครั้งที่ 3 และ ครั้งที่ 4 ระยะเวลา 2 สัปดาห์ สอดคล้องกับ การศึกษาวิจัยของ อรนรร ธรรมวิจิตรกุล (2554) ซึ่งได้ศึกษา การประยุกต์ทฤษฎีแรงจูงใจในการป้องกันโรค โดยแก่นนำกลุ่มเพื่อน เพื่อป้องกันพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศของนักเรียนหญิง ผลการศึกษาพบว่า หลังการทดลอง กลุ่มทดลองมีคะแนนเฉลี่ยความคาดหวังถึงผลและการรับรู้ความสามารถของ ตนเองในการป้องกันพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศ สูงกว่าก่อนการทดลองและสูงกว่ากลุ่มเปรียบเทียบ

สมมติฐานข้อ 3 ความตั้งใจในการปฏิบัติตนเพื่อป้องกันการใช้เครื่องสำอางอันตราย

จากผลการทดสอบสมมติฐานเห็นว่ คะแนนเฉลี่ยหลังการทดลอง ผลความตั้งใจในการ ปฏิบัติตนต่อการเลือกเครื่องสำอาง ของกลุ่มทดลองสูงกว่า ก่อนการทดลอง แต่ไม่สูงกว่ากลุ่ม

ควบคุม ดังรายละเอียดในตารางที่ 7 จึงไม่ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจาก กลุ่มทดลองได้รับโปรแกรมสุขศึกษา 4 สัปดาห์ โดยนำผลการคิดวิเคราะห์ของกิจกรรมที่ดำเนินการไปแล้ว 4 สัปดาห์ ร่วมกับการสร้างการมีเหตุผล เสริมการเรียนรู้จากการฝึกปฏิบัติจริงของผู้รับการทดลอง เกิดองค์ความรู้ร่วมกันจากการอภิปรายกลุ่ม เกิดเป็นข้อเสนอแนะ หลังจากดำเนินกิจกรรมครั้งที่ 5 ระยะเวลา 2 สัปดาห์ และติดตามความยั่งยืนของโปรแกรมต่อเนื่องอีก 2 สัปดาห์ ด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเอง และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มทดลอง กลุ่มทดลองเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นจริงหลังการทดลอง และเป็นแกนนำในการช่วยเหลือเพื่อน บุคคลรอบข้าง และมีการสร้างเครือข่ายการรณรงค์ป้องกันการใช้เครื่องสำอางอันตราย การจัดเสียงตามสาย การรณรงค์หน้าเสาธงในโรงเรียน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาวิจัยขอเสนอเป็น 2 ส่วน คือ ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับการนำผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ และข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากการค้นพบของการวิจัย การทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล และอภิปรายผล พบว่า การนำการฝึกอบรมแบบกลุ่ม ร่วมกับการประยุกต์ใช้ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อการป้องกันโรค ทำให้เกิดการพัฒนาทักษะของแกนนำนักเรียน ด้านองค์ความรู้ต่อการรับรู้ที่จะป้องกันตนเองต่อการเลือกใช้เครื่องสำอางอันตราย และการทำงานเป็นกลุ่ม ส่งผลต่อการจัดการให้เกิดภาวะผู้นำด้านสุขภาพ ในการช่วยเหลือให้คำปรึกษา แนะนำและเป็นผู้นำในการรณรงค์ ป้องกันการเลือกใช้เครื่องสำอางอันตรายกับกลุ่มเพื่อนนักเรียนในโรงเรียน ซึ่งมีข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ ดังนี้

1.1 โปรแกรมนี้เหมาะสมต่อการพัฒนาแกนนำนักเรียนให้มีการรับรู้ที่จะตระหนักต่อการเผชิญปัญหาของตนเองในด้าน การป้องกันตนเองต่อเครื่องสำอางอันตราย เกี่ยวกับทัศนคติที่ดี ได้แก่ การเลือกเครื่องสำอางที่ปลอดภัย โดยการเลือกดูฉลากเครื่องสำอาง การดูเลขรับใบจดแจ้ง การหลีกเลี่ยงการซื้อเครื่องสำอางที่ไม่มีเลขรับใบจดแจ้ง และด้านการรับรู้บทบาทตนเองที่จะป้องกันตนเองต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอาง เกี่ยวกับทัศนคติที่ดี คือ สามารถในการที่จะเลือกเครื่องสำอางได้อย่างปลอดภัย ไม่เลือกเครื่องสำอางโดยเพื่อนหรือ คนรอบข้างแนะนำ โดยปราศจากการดูฉลาก ดูเลขรับใบจดแจ้ง รวมถึงการทดสอบเครื่องสำอางก่อนใช้

1.2 การประยุกต์ใช้ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อการป้องกันโรค เมื่อนำมาผสมผสานร่วมกับกระบวนการกลุ่ม เกิดการจัดการความรู้ สร้างบทบาทภาวะผู้นำ ให้เกิดขึ้นในกลุ่มเพื่อน สามารถช่วยให้เกิดการรับรู้ที่มีเหตุผล ต่อการเลือกเครื่องสำอางที่ปลอดภัย

1.3 โปรแกรมนี้สามารถดึงศักยภาพแก่นำนักเรียน ให้รู้จักการสร้างการมีส่วนร่วมในการทำงานกันเป็นกลุ่ม เพื่อดำเนินการป้องกันการเลือกเครื่องสำอางได้อย่างปลอดภัย ร่วมกับคุณครู ทำให้เกิดพลังสำคัญของแก่นนำ ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ที่จะช่วยเหลือเพื่อน คนรอบข้าง รณรงค์ป้องกันเครื่องสำอางอันตราย มีการรณรงค์หน้าเสาธง กิจกรรมจัดเสียงตามสาย การติดประกาศประชาสัมพันธ์

1.4 จากการทดลองหาสารห้ามใช้ในเครื่องสำอาง พบว่า เครื่องสำอางที่มีเลขรับใบจดแจ้ง พบสารอันตรายห้ามใช้ในเครื่องสำอาง ดังนั้น เลขรับใบจดแจ้ง อย. หรือที่มีชื่อเต็มว่า สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เป็นหน่วยงานสังกัดกระทรวงสาธารณสุข มีข้อกำหนดให้เครื่องสำอางต้องเป็นผลิตภัณฑ์ขึ้นทะเบียน ดังนั้นจึงเป็นที่มาของ เลขรับใบจดแจ้ง อย. จุดประสงค์คือ ถ้าผลิตภัณฑ์มีการร้องเรียน หรือมีปัญหา จะได้ติดตามไปยังผู้ผลิต ผู้จำหน่ายได้ สามารถตามเอาผิด ฟ้องร้อง ลงโทษตามกฎหมาย แต่ไม่ได้ รับรองว่า ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานหรืออย่างไรเลย กรณีนี้ต่างจากยา หรือเวชภัณฑ์ที่มีการควบคุมอย่างเคร่งครัดในระดับหนึ่ง ดังนั้น เลขรับใบจดแจ้ง อย. นี้ไม่ได้แสดงหรือรับรองความปลอดภัยของเครื่องสำอาง และความเข้าใจว่าสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ที่เข้าใจว่ามีการตรวจสอบ มีเพียงการตรวจสอบทางเอกสาร ไม่ได้มีการตรวจสอบหรือทดสอบความปลอดภัยของเครื่องสำอางจริง ความคิด ความเชื่อที่ว่าปลอดภัย เมื่อเห็นเลขรับใบจดแจ้ง อย. เป็นความเข้าใจที่ผิด ถ้าไม่มีเลข อย. ผิดกฎหมาย ห้ามขาย และไม่ควรซื้อ แต่ถ้ามีก็ปกติ แต่ไม่ได้หมายความว่า อย. รับรองว่าเครื่องสำอางนั้นปลอดภัย

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาค้นคว้าต่อไป

2.1 ควรศึกษาวิจัยในลักษณะเดียวกันกับนักเรียนอาชีวศึกษา เพราะเป็นกลุ่มที่เสี่ยงต่อการเลือกใช้เครื่องสำอางอันตราย เช่นเดียวกันกับ นักเรียนมัธยมศึกษา

2.2 การประเมิน ความตั้งใจในการปฏิบัติในการป้องกันตนเองต่อเครื่องสำอางอันตราย เป็นการประเมินช่วงระยะเวลาที่จำกัดในการวิจัย จึงไม่สามารถบอกถึงการปฏิบัติตนป้องกันตนเองต่อเครื่องสำอางอันตรายได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ ถ้าต้องการประเมินการปฏิบัติตน ควรใช้ระยะเวลาประเมินที่เหมาะสม ต่อเนื่อง ไม่นต่ำกว่า 1 ปี เพื่อที่จะทำนายค่าการปฏิบัติตนในการป้องกันตนเองต่อเครื่องสำอางอันตราย ด้วยสมการถดถอยเชิงเส้นที่สามารถวัดแนวโน้มการปฏิบัติตนได้

2.3 ในการลงโปรแกรมควรเพิ่มโปรแกรมการปฏิบัติให้มากขึ้น และให้มีการทดลองมากกว่านี้ อย่างน้อย 6 เดือน เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมที่พึงประสงค์

บรรณานุกรม

- กชพรรณ วิลาวรรณ์ และอิทธิกร จำเริญ. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอางประเภท เกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า สำหรับผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารการเงิน การลงทุน การตลาดและการบริหารธุรกิจ*, 2(3).
- กองควบคุมเครื่องสำอาง. (2535). *กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องสำอางออกตามความในพระราชบัญญัติ เครื่องสำอาง พ.ศ. 2535*. นนทบุรี: สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา.
- กองเผยแพร่และควบคุมโฆษณา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2555). *เอกสารเผยแพร่ อันตรายจากการใช้เครื่องสำอางคู่มือพัฒนานักเรียนแกนนำ ที่สอนน้องป้องกันภัยบุหรื กรุงเทพฯ: มูลนิธิธรรมรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่*.
- ณรงค์ศักดิ์สิงห์ ไพบุลย์พร และคณะ. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับผิว ของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่. *วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 16(3).
- ทิพย์ภา เชษฐไชवालิต. (2541). *จิตวิทยาพัฒนาการสำหรับพยาบาล*. สงขลา: ชานเมืองการพิมพ์.
- ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรค. (35-42:2542.). *กองสุขศึกษากระทรวงสาธารณสุข*.
- บพิตร นันทกุลปต์ธำรง. (2511). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางสำหรับผิวหน้าของ นักเรียนหญิง ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนแห่งหนึ่งในอำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน. *วารสารสุขภาพภาคประชาชน ภาคเหนือ*. 41-46.
- บุญเรียง ขจรศิลป์. (2539). *วิธีวิจัยทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: พี.เอ็น.การพิมพ์.
- ประณีต ตัจจเจริญพงษ์. (2552). เรื่องความรู้เกี่ยวกับผิว. *วารสารผิวหนัง*, 14(31), 34-37.
- พรชนัน สุขเจริญชัยกิจ. (2552). *การเลือกเครื่องสำอางทาฝ้าทำให้หน้าขาวของวัยรุ่น กรณีศึกษา อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี*. มหาวิทยาลัยศิลปากร สาขาวิชาการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านสาธารณสุข.
- ไพฑูรย์ ลือกิจนา. (2542). *ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ซีฟิ่งพีเอช 5 ยูเซอร์รินในการป้องกันผลของ รังสีรักษาต่อผิวหนังในผู้ป่วยมะเร็งบริเวณ ศีรษะและคอ*. 54-55.
- รุ่งนภา กงวงษ์และคณะ. (2554). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง. *วารสารเภสัชศาสตร์อีสาน*, 7(1), 76-81.
- ลลิตา ขำแสงและคณะ. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าของ ผู้ชายวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารศรีนครินทร์วิโรฒ วิจัยและพัฒนา สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 3(6).

วิภาภรณ์ บุญยงค์. (2549). *จิตวิทยาวัยรุ่น*. คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์.
 สุวิมล ตีรกานันท์. (2556). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ*.

กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุวิรากร โอภาสวงศ์. *เรื่อนำรู้ของการแพ้เครื่องสำอาง*. คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัย
 ศรีนครินทรวิโรฒ.

อรนธร ธรรมวิจิตรกุล. (2554). การประยุกต์ทฤษฎีแรงจูงใจในการป้องกันโรคโดย
 แกนนำกลุ่มเพื่อนเพื่อป้องกันพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศของนักเรียนหญิง.
วารสารพยาบาลสาธารณสุข, 25(1), 16-31.

CIR (Cosmetic Ingredient Review). (2012). *Ingredients found unsafe for use in cosmetics*.

Cosmetic Ingredient Review Panel, Washington DC. Last updated February 2012.

European Commission. (2012). *Cosmetics Directive 76/ 768/ EEC*.

FDA. (2012). *Cosmetics Q&A: Prohibited Ingredients*. Food and Drug

NIEHS. (2010). *Endocrine disruptors*. National Institute of Environmental Health Sciences.

Research Triangle Park, NC.

Sathyanarayana, S., Karr, C. J., Lozano, P., Brown, E., Calafat, A. M., Liu, F., & Swan, S. H.
 (2008).

Swan, S. H., Main, K. M., Liu, F., et al. (2005). *Study for future families research team*.

Swan, S. H., Liu, F., Hines, M., Kruse, F\RL., Wang, C., Redmon, J. B., Sparks, A., & Weiss, B.
 (2010).

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เลขที่แบบสอบถาม			
-----------------	--	--	--

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ผลของโปรแกรมสร้างเสริมพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางของนักเรียน ในเขตพื้นที่การศึกษา
มัธยมศึกษา เขต 1 ในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ เรื่อง ผลของโปรแกรมสร้างเสริมพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางของนักเรียน ในเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 1 ในกรุงเทพมหานคร ใช้สอบถามแก่นำนักเรียนมัธยมศึกษา ผู้วิจัยจึงขอให้ผู้ตอบแบบสอบถาม และขอความกรุณาจากท่านช่วยตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ โดยไม่ต้องลงชื่อ ถ้าท่านตอบไม่ครบทุกข้อแบบสอบถามนี้จะใช้ไม่ได้ การตอบแบบสอบถามในครั้งนี้จะไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถามแต่ประการใด เพราะคำตอบของท่านถือเป็นความลับและเป็นประโยชน์มากต่อการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำข้อมูลของท่านมาวิเคราะห์และนำเสนอในภาพรวมต่อไป

แบบสอบถามนี้มีทั้งหมด 4 ส่วน คือ

- | | |
|--|--------------|
| ส่วนที่ 1 ข้อมูลคุณลักษณะทั่วไปส่วนบุคคล | จำนวน 28 ข้อ |
| - ข้อมูลทั่วไป | จำนวน 4 ข้อ |
| - ข้อมูลการเลือกซื้อเครื่องสำอางของนักเรียน | จำนวน 4 ข้อ |
| - ข้อมูลอิทธิพลที่ส่งผลต่อการซื้อเครื่องสำอางของนักเรียน | จำนวน 10 ข้อ |
| - ข้อมูลเครื่องสำอางที่นักเรียนใช้บ่อยในแต่ละสัปดาห์ | จำนวน 10 ข้อ |
| ส่วนที่ 2 ข้อมูลการรับรู้ความรุนแรงของการใช้เครื่องสำอางอันตราย และการรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอาง | จำนวน 10 ข้อ |
| ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคาดหวังในความสามารถของตนเองต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอางและความคาดหวังในผลลัพธ์ของการเลือกซื้อเครื่องสำอาง | จำนวน 10 ข้อ |
| ส่วนที่ 4 ข้อมูลความตั้งใจในการปฏิบัติตนเพื่อป้องกันการใช้เครื่องสำอางอันตราย | จำนวน 10 ข้อ |

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามจากท่าน
ในครั้งนี้อย่างดี จึงขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้

นางสาววิไลลักษณ์ จันทร์แสง

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสร้างเสริมสุขภาพ คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลคุณลักษณะทั่วไปส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดให้รายละเอียดเกี่ยวกับตัวท่านโดยทำเครื่องหมาย ลงใน หน้าข้อความให้ตรงกับความเป็นจริง

ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. ปัจจุบันนักเรียน อายุ.....ปี (อายุเต็ม)

วัน/ เดือน/ ปีเกิด//

3. ค่าใช้จ่ายที่ท่านได้รับจากผู้ปกครองต่อสัปดาห์.....บาท

4. แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ท่านได้รับมากที่สุด

(ตอบเพียง 1 ข้อ)

โทรทัศน์/ วิทยุ

สิ่งพิมพ์ ได้แก่ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ไปสเตอร์

อินเทอร์เน็ต

บุคคล ได้แก่ เพื่อน บุคคลใกล้ชิด หรือตัวแทนขาย

ข้อมูลการเลือกซื้อเครื่องสำอางของนักเรียน

5. ท่านซื้อเครื่องสำอางเฉลี่ยกี่ครั้งต่อเดือน

6. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยแต่ละครั้งที่ท่านซื้อเครื่องสำอาง

7. ร้านค้าที่ท่านซื้อเครื่องสำอางเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ห้างสรรพสินค้า/ ซูเปอร์มาร์เก็ต

ร้านสะดวกซื้อ

ซ้อสินค้าระบบสื่อสารข้อมูล ICT

อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

8. เหตุผลที่ท่านใช้เครื่องสำอาง เนื่องจากปัจจัยภายใน คือ

เสริมบุคลิกภาพ

เพิ่มความมั่นใจ

รักษาผิว หรือ อาการผิดปกติต่าง ๆ

อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

สำหรับ
ผู้วิจัย

สำหรับ
ผู้วิจัย

9. ข้อมูลอิทธิพลที่ส่งผลต่อการซื้อเครื่องสำอาง มากน้อยเพียงใด (โปรดเลือกระดับความคิดเห็นเพียง 1 คำตอบ ต่อ 1 ข้อคำถาม)

อิทธิพลต่อการซื้อเครื่องสำอาง	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	สำหรับผู้วิจัย
1. เพื่อน หรือ คนรู้จักแนะนำ						
2. โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น โฆษณาทีวี โปสเตอร์						
3. ความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์						
4. ราคาถูก						
5. คุณภาพเครื่องสำอาง						
6. การออกแบบบรรจุภัณฑ์						
7. แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ						
8. เกสเซอร์						
9. เจ้าหน้าที่สาธารณสุข						
10. ดารา นักแสดง นักร้อง						

10. ข้อมูลเครื่องสำอางที่นักเรียนใช้บ่อยในแต่ละสัปดาห์ (โปรดเลือกระดับความคิดเห็นเพียง 1 คำตอบ ต่อ 1 ข้อคำถาม)

เครื่องสำอาง	ประจำ	บ่อยครั้ง	บ้างเป็น บางครั้ง	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคย	สำหรับ ผู้วิจัย
1. ครีม/ โลชั่นบำรุง/ ครีมผิวขาว						
2. ครีม/ เจลรักษา แผลเป็นรอยสิ่ว						
3. ครีม/ โลชั่นกระชับรู ขุมขน						
4. ยารักษาสิ่ว						
5. สบู่/ โฟม/ ผลิตภัณฑ์ ล้างหน้า						
6. ครีม/ โลชั่นกันแดด						
7. ลิปสติก						
8. อายชาโดว์ (แต่งตา)/ บรัชออน (แต่งแก้ม)						
9. ครีมรองพื้น						
10. แป้งแต่งหน้า						