

การใช้เครื่องสำอางทาฝ้าทำให้หน้าขาวของวัยรุ่น: กรณีศึกษาอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี

พรชนัน สุขเจริญชัยกิจ^{1*}, สุรสิทธิ์ ล้อจิตรอำนวนัย² และ เยาวลักษณ์ อ่ำรำไพ²

¹ สาขาการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุข ภาควิชาเภสัชกรรมชุมชน คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

² ภาควิชาเภสัชกรรมชุมชน คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

* Corresponding author: chocoball@gmail.com

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์: เพื่อศึกษาการใช้เครื่องสำอางทาฝ้าและเครื่องสำอางทำให้หน้าขาวของวัยรุ่น และปัจจัยที่สัมพันธ์กับการใช้เครื่องสำอางดังกล่าวของวัยรุ่น ในเขตอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี **วิธีการศึกษา:** การศึกษาเชิงสำรวจใช้ตัวอย่าง 400 คน เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและประกาศนียบัตรวิชาชีพ เขตอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ใช้แบบสอบถามถามเกี่ยวกับประสบการณ์การใช้เครื่องสำอางทาฝ้า/ทำให้หน้าขาว แหล่งข้อมูล/ความรู้ และการประสบปัญหาจากการใช้เครื่องสำอาง **ผลการศึกษา:** พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 58.4) มีอายุเฉลี่ย 16.3 ปี ได้รับข่าวสารหรือโฆษณาเครื่องสำอางจากโทรทัศน์และจากเพื่อน (ร้อยละ 22.7 และ 16.9 ตามลำดับ) ส่วนความรู้ที่ส่วนใหญ่ได้รับจากโทรทัศน์และจากเพื่อน (ร้อยละ 19.7 และ 18.4 ตามลำดับ) และส่วนมากมีประสบการณ์การใช้เครื่องสำอาง (ร้อยละ 64.5) กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 44.2 ซื้อเครื่องสำอางในราคาไม่เกิน 100 บาท โดยซื้อจากร้านค้าทั่วไป ห้างสรรพสินค้า และร้านค้าสะดวกซื้อ (ร้อยละ 19.4, 15.9 และ 11.4 ตามลำดับ) ทั้งนี้ ร้อยละ 30.2 เคยประสบปัญหาจากการใช้เครื่องสำอาง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 91.9) ให้ความสำคัญกับการเลือกเครื่องสำอางที่ภาชนะบรรจุปิดมิดชิด ไม่มีร่องรอยการฉีกขาดหรือเปิดก่อนซื้อใช้ ในระดับมากที่สุด พบว่าเพศหญิงและผู้ศึกษาในภาครัฐมีประสบการณ์ใช้เครื่องสำอางมากกว่าเพศชายและผู้ศึกษาในภาคเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.001$ และ 0.041 ตามลำดับ) **สรุป:** วัยรุ่นส่วนใหญ่โดยเฉพาะเพศหญิงมีการใช้เครื่องสำอางทาฝ้า/ทำให้หน้าขาว โดยให้ความสำคัญกับการเลือกเครื่องสำอางที่ภาชนะบรรจุปิดมิดชิด ไม่มีร่องรอยการฉีกขาดหรือเปิดก่อนซื้อใช้ ได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อประเภทโทรทัศน์ และประสบการณ์การใช้เครื่องสำอางสัมพันธ์กับเพศและประเภทของสถานศึกษา ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเลือกใช้สื่อที่วัยรุ่นนิยมในการให้ความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเลือกใช้เครื่องสำอางทาฝ้าและทำให้หน้าขาว

คำสำคัญ: การใช้เครื่องสำอาง, เครื่องสำอางทาฝ้า, เครื่องสำอางทำให้หน้าขาว, วัยรุ่น

ไทยเภสัชศาสตร์และวิทยาการสุขภาพ 2553;5(2):114-120

บทนำ

เครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 หมายถึง วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับทา ภู นวด โรอย ฟน หยอด ใส่ อบ หรือกระทำด้วยวิธีอื่นใดต่อส่วนหนึ่งส่วนใดของร่างกายเพื่อความสะอาด ความสวยงาม หรือส่งเสริมให้เกิดความสวยงามและรวมตลอดทั้งเครื่องประดับผิวต่าง ๆ ด้วย แต่ไม่รวมถึงเครื่องประดับและเครื่องแต่งตัวซึ่งเป็นอุปกรณ์ภายนอกร่างกาย วัตถุที่มุ่งหมายใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอางโดยเฉพาะและวัตถุอื่นที่กำหนดโดยกระทรวงให้เป็นเครื่องสำอาง¹ จากความหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่จะจัดเป็นเครื่องสำอางได้ จะต้องไม่แสดงสรรพคุณในทางบำบัดรักษา โดยจะใช้เพื่อความสะอาด ความสวยงาม และใช้เฉพาะกับผิวภายนอกเท่านั้น

กระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดสารที่ห้ามใช้เป็นส่วนผสมในเครื่องสำอาง จำนวน 1,242 รายการ ซึ่งแบ่งออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ ได้แก่ โลหะหนัก ปรอท สารปรอท ตะกั่ว สารหนู สารที่เข้าข่าย

เป็นยา เช่น ยาปฏิชีวนะ กรดเรติโนอิก และสารที่มีความเสี่ยงต่อการแพร่กระจายของจุลินทรีย์ที่ก่อให้เกิดโรค เช่น เซลล์เนื้อเยื่อและผลิตภัณฑ์จากมนุษย์² ซึ่งผู้ประกอบการเครื่องสำอางต้องให้ความสำคัญกับส่วนผสมในเครื่องสำอาง เพราะอาจเป็นสาเหตุให้เกิดอันตรายกับผู้บริโภคได้ และสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจะเก็บตัวอย่างเครื่องสำอางตามแหล่งจำหน่าย หากตรวจพบว่าเครื่องสำอางใดมีสารห้ามใช้ในเครื่องสำอางจะจัดเป็นเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ โดยผู้ผลิต นำเข้า หรือขายเครื่องสำอางจะถูกดำเนินคดีตามที่กฎหมายกำหนด

นอกจากนี้ในปี พ.ศ. 2551 กระทรวงสาธารณสุขได้ประกาศกฎหมายใหม่เกี่ยวกับเครื่องสำอาง ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนกฎระเบียบเครื่องสำอางของไทยให้สอดคล้องกับกลุ่มประเทศอาเซียน โดยกำหนดให้เครื่องสำอางทุกชนิดเป็นเครื่องสำอางควบคุม รวมทั้งกำหนดชื่อ ปริมาณของวัตถุที่ใช้เป็นส่วนผสมในการผลิต กำหนดฉลากและการแสดงคำเตือนที่ฉลากเครื่องสำอาง³

[§] 15th year of Srinakharinwirot Journal of Pharmaceutical Science

และกำหนดให้ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องสำอางทุกชนิดต้องแจ้งข้อมูลต่อหน่วยงานภาครัฐก่อนที่จะผลิตหรือนำเข้า⁴

การใช้เครื่องสำอางของผู้บริโภคในปัจจุบันมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครื่องสำอางประเภททาผิว ทำให้หน้าขาว⁵ ทั้งนี้อาจเกิดจากค่านิยมที่เน้นการมีสีผิวขาว ปราศจากสิว ฝ้าและริ้วรอย ทำให้ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าลักลอบผสมสารห้ามใช้ต่าง ๆ ในเครื่องสำอาง โดยเฉพาะสารประเภทปรอทหรือไฮโดรควิโนน ซึ่งเป็นสารที่ขัดขวางการสร้างเม็ดสีผิว สามารถทำให้ฝ้าจางลงหรือผิวขาวขึ้นได้อย่างรวดเร็ว แต่อย่างไรก็ตามการใช้เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของสารดังกล่าวเป็นอันตรายโดยตรงต่อผู้บริโภค ทำให้เกิดอาการแพ้ เกิดเป็นผื่นผดและเกิดการสะสมโลหะหนักได้หากใช้ติดต่อกันเป็นระยะเวลานาน⁶ ซึ่งเครื่องสำอางที่มีการปนเปื้อนของสารห้ามใช้สามารถพบได้ในทุกพื้นที่ทั่วประเทศ โดยเฉพาะในต่างจังหวัด

จากการศึกษาความปลอดภัยของผู้บริโภคจากการใช้เครื่องสำอางปี พ.ศ. 2541 – 2544 พบว่าเครื่องสำอางที่ก่อให้เกิดอาการไม่พึงประสงค์จากการใช้มากที่สุด ได้แก่ เครื่องสำอางประเภทรักษาสิว ฝ้า ทำให้หน้าขาว⁷ และข้อมูลการสำรวจเครื่องสำอางของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดราชบุรี ปี พ.ศ. 2550 โดยการเก็บตัวอย่างเครื่องสำอาง 21 ชื่อการค้า พบว่ามีเครื่องสำอาง 10 ชื่อการค้าที่พบสารห้ามใช้ โดยพบสารปรอทแอมโมเนียร้อยละ 42.8 กรดวิตามินเอร้อยละ 9.5 และสารไฮโดรควิโนนร้อยละ 4.8 ส่วนการสำรวจในปี พ.ศ. 2551 พบว่ามีเครื่องสำอาง 6 ชื่อการค้าที่พบสารห้ามใช้ คิดเป็นร้อยละ 40.0 จากตัวอย่างเครื่องสำอาง 15 ชื่อการค้า โดยพบสารปรอทแอมโมเนียร้อยละ 26.6 กรดวิตามินเอร้อยละ 13.3 และสารไฮโดรควิโนนร้อยละ 6.6 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้สำหรับทาผิว ทำให้หน้าขาว⁸ นอกจากนี้จากการสำรวจของกลุ่มงานเทศบาลอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ในปี พ.ศ. 2551 พบร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องสำอางที่ผิดกฎหมายจำนวน 8 แห่ง โดยพบเครื่องสำอางที่เป็นตลับแบ่งบรรจุและไม่แสดงฉลากตามที่กฎหมายกำหนด⁹

วัยรุ่นเป็นกลุ่มที่มีการใช้เครื่องสำอางมากขึ้น ซึ่งวัยรุ่นเป็นวัยที่มีสภาพผิวที่ดี การดูแลทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอและใช้ครีมบำรุงก็เพียงพอแล้ว¹⁰ แต่เนื่องจากธรรมชาติของวัยรุ่นที่ต้องการมีตัวตนในกลุ่มเพื่อน รวมถึงการลอกเลียนแบบตามกระแสสังคมและอิทธิพลของสื่อมวลชน¹¹ โดยเฉพาะดารานักแสดงทำให้วัยรุ่นใช้เครื่องสำอางมากขึ้น การตัดสินใจเลือกซื้อและใช้เครื่องสำอางของวัยรุ่นมีปัจจัยหลายประการเกี่ยวข้อง เช่น อิทธิพลของสื่อประเภทต่าง ๆ รวมถึงราคาของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ผู้วิจัยจึงศึกษาการใช้เครื่องสำอางทาผิว และเครื่องสำอางทำให้หน้าขาวในวัยรุ่น โดยใช้อำเภอบ้านโป่ง จังหวัด

ราชบุรี เป็นกรณีศึกษา เพื่อจะได้ข้อมูลที่เป็นแนวทางในการให้ความรู้ที่ถูกต้องในการเลือกใช้เครื่องสำอางทาผิวทำให้หน้าขาวกับวัยรุ่นต่อไป โดยการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์จำเพาะเพื่อศึกษาการใช้เครื่องสำอางทาผิวทำให้หน้าขาวของวัยรุ่น และศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้เครื่องสำอางทาผิวทำให้หน้าขาวของวัยรุ่นในเขตอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี

วิธีการศึกษา

การศึกษาเชิงสำรวจ (survey research) นี้มีกลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ ที่กำลังศึกษาอยู่ในระบบการศึกษาของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาและสำนักงานอาชีวศึกษา จังหวัดราชบุรี จำนวน 11 โรงเรียน ขนาดตัวอย่างที่คำนวณโดยสูตร Taro Yamane เป็น 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป และข้อมูลการใช้เครื่องสำอางทาผิวและเครื่องสำอางทำให้หน้าขาว ซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้นและทดสอบกับนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 5 จำนวน 50 คน ที่โรงเรียนปากท่อพิทยาคม อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี เก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 4 สิงหาคม – 18 กันยายน 2552 นำเสนอผลการศึกษาโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทั่วไปกับประสบการณ์การใช้เครื่องสำอางทาผิวทำให้หน้าขาวโดยใช้สถิติ chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการศึกษา

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่าง 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 58.4) อายุ 16 ปี (ร้อยละ 44.1) อายุเฉลี่ยเท่ากับ 16.3 ปี ส่วนใหญ่มีรายได้ครอบครัวต่อเดือนเท่ากับ 10,001-20,000 บาท (ร้อยละ 37.9) ค่าใช้จ่ายที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อเดือนคือ 1,001 - 2,000 บาท (ร้อยละ 44.7) (ตารางที่ 1)

สำหรับแหล่งข่าวสารหรือโฆษณา พบว่ากลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมด คือ ร้อยละ 94.2 เคยได้รับข่าวสารหรือโฆษณาเครื่องสำอางทาผิว ทำให้หน้าขาว โดยได้รับข้อมูลหรือข่าวสารจากสื่อประเภทบุคคล คือ เพื่อนมากที่สุด (ร้อยละ 16.9) ประเภทสื่อมวลชน คือ โทรทัศน์และนิตยสาร ร้อยละ 22.7 และ 12.1 ตามลำดับ และจากประเภทสื่อเฉพาะกิจ คือ แผ่นพับและโปสเตอร์ ร้อยละ 6.4 และ 5.4 ตามลำดับ (ตารางที่ 2)

สำหรับแหล่งความรู้เกี่ยวกับการเลือกเครื่องสำอางของกลุ่มตัวอย่าง (ตารางที่ 3) พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 82.4 เคยได้รับความรู้ในเรื่องการเลือกเครื่องสำอางทาผิว/ทำให้หน้าขาว โดยส่วนใหญ่ได้รับความรู้จากสื่อประเภทบุคคล โดยได้รับจากเพื่อนและจากครอบครัวมากที่สุด ร้อยละ 18.4 และ 12.9 ตามลำดับ ส่วนสื่อประเภทสื่อมวลชน พบว่าส่วนมากได้รับจากโทรทัศน์และนิตยสาร

ตารางที่ 1 คุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

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

ตารางที่ 2 แหล่งข้อมูลข่าวสารหรือโฆษณาเครื่องสำอางทาฝ้า/ทำให้หน้าขาว

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

ตารางที่ 3 แหล่งความรู้เกี่ยวกับการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า/ทำให้หน้าขาว

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

* อย.น้อย เป็นโครงการที่มีนักเรียนประถมศึกษาเป็นผู้รณรงค์เกี่ยวกับความปลอดภัยของอาหาร ยาและเครื่องสำอาง

(ร้อยละ 19.7 และ 10.8 ตามลำดับ) และได้รับน้อยมากจากแหล่งความรู้ประเภทสื่อเฉพาะกิจ โดยในสื่อประเภทนี้ ชนิดสื่อที่พบมากที่สุดคือ แผ่นพับและโปสเตอร์ (ร้อยละ 4.9 และ ร้อยละ 3.5 ตามลำดับ) (ตารางที่ 3)

ส่วนประสบการณ์การใช้เครื่องสำอางทาฝ้า/ทำให้หน้าขาว (ตารางที่ 4) พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 64.5 เคยใช้หรือกำลังใช้เครื่องสำอางทาฝ้าหรือทำให้หน้าขาว โดยตัวอย่างเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 92.6) เคยใช้หรือกำลังใช้เฉพาะเครื่องสำอางทาฝ้า/ทำให้หน้าขาวเพียงประเภทเดียว มีกลุ่มตัวอย่างส่วนน้อย (ร้อยละ 3.5) ที่เคยใช้หรือกำลังใช้ทั้งเครื่องสำอางทาฝ้าและเครื่องสำอางทาฝ้า/ทำให้หน้าขาว

เมื่อจำแนกประสบการณ์การใช้ตามชื่อการค้าของเครื่องสำอางทาฝ้าและเครื่องสำอางทาฝ้า/ทำให้หน้าขาว พบว่าตัวอย่างใช้เครื่องสำอางทาฝ้า/ทำให้หน้าขาวจำนวน 59 ชื่อการค้า และเครื่องสำอางทาฝ้าจำนวน 15 ชื่อการค้า (ร้อยละ 19.7 และ 10.8 ของนักศึกษา ตามลำดับ) นอกจากนี้ยังพบว่าเครื่องสำอางบางชื่อการค้าเป็นเครื่องสำอางที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

เคยประกาศเป็นเครื่องสำอางที่พบสารห้ามใช้ (ไม่แสดงรายละเอียดข้อมูล)

สำหรับแหล่งจำหน่ายเครื่องสำอางที่ตัวอย่างเลือกซื้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 19.4 ซื้อเครื่องสำอางทาฝ้า/ทำให้หน้าขาวจากร้านค้าทั่วไป รองลงมาเป็นห้างสรรพสินค้า (ร้อยละ 15.9) และร้านสะดวกซื้อ (ร้อยละ 11.4) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อเครื่องสำอางในราคาไม่เกิน 100 บาท (ร้อยละ 44.2)

ตารางที่ 4 ประสิทธิภาพการใช้เครื่องสำอางทาฝ้า/ทำให้หน้าขาว

	จำนวน	ร้อยละ
ประสิทธิภาพใช้เครื่องสำอางทาฝ้าหรือทำให้หน้าขาว (N = 400 คน)		
ไม่เคยใช้เครื่องสำอางทาฝ้า/ทำให้หน้าขาว	142	35.5
เคยใช้หรือกำลังใช้เครื่องสำอางทาฝ้า/ทำให้หน้าขาว	258	64.5
ประเภทเครื่องสำอางที่ใช้ (N = 258 คน)		
เครื่องสำอางทำให้หน้าขาว	239	92.6
เครื่องสำอางทาฝ้า/ทำให้หน้าขาว	9	3.5
เครื่องสำอางทาฝ้า	6	2.3
ไม่ได้ระบุว่าเครื่องสำอางทาฝ้า/ทำให้หน้าขาว	4	1.6

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 69.8 ไม่เคยพบปัญหาจากการใช้เครื่องสำอาง แต่อย่างไรก็ตามมีกลุ่มตัวอย่างบางส่วน ร้อยละ 30.2 ที่พบปัญหาจากการใช้เครื่องสำอาง โดยพบว่าเกิดสิวยาวหลังจากการใช้เครื่องสำอางมากที่สุด ร้อยละ 43.5 รองลงมาคือ เกิดผื่นและคัน ร้อยละ 19.6 และ 13.0 ตามลำดับ (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 6 ปัจจัยที่สำคัญในการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว (N = 258 คน)

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

ตารางที่ 5 ปัญหาจากการใช้เครื่องสำอางทาฝ้า/ทำให้หน้าขาว

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

จากการศึกษาปัจจัยที่ตัวอย่างให้ความสำคัญในการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า/ทำให้หน้าขาวของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับภษณะบรรจุปิดมิดชิด ไม่มีร่องรอยการฉีกขาดหรือการเปิดก่อนซื้อใช้ ในระดับมากถึงมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง (ร้อยละ 91.9) รองลงมาเป็นการแสดงวันเดือนปีที่หมดอายุบนฉลากเครื่องสำอาง (ร้อยละ 86.9) ส่วนการแสดงเลขที่/ครั้งที่ผลิตเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการเลือกเครื่องสำอางในระดับน้อยถึงน้อยที่สุดเป็นมากอันดับหนึ่ง (ร้อยละ 11.3) รองลงมาคือ การแสดงบริษัทผู้ผลิต บริษัทผู้นำเข้า และประเทศที่ผลิตบนฉลากเครื่องสำอาง (ร้อยละ 10.0) (ตารางที่ 6)

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทั่วไปกับ ประสิทธิภาพใช้เครื่องสำอางทาฝ้าทำให้หน้าขาว (ตารางที่ 7) พบว่าปัจจัยด้านเพศและประเภทของสถานศึกษาสัมพันธ์กับ ประสิทธิภาพใช้เครื่องสำอางทาฝ้าทำให้หน้าขาวอย่างมีนัยสำคัญ ($P < 0.001$ และ $P = 0.041$ ตามลำดับ) โดยวัยรุ่นหญิงมี ประสิทธิภาพการใช้หรือกำลังใช้เครื่องสำอางทาฝ้า/ทำให้หน้าขาว

มากกว่าวัยรุ่นชาย และวัยรุ่นที่ศึกษาในโรงเรียนรัฐบาลมี ประสิทธิภาพการใช้เครื่องสำอางทาฝ้า/ทำให้หน้าขาวมากกว่า วัยรุ่นที่ศึกษาในโรงเรียนเอกชน ส่วนคุณลักษณะทั่วไปด้านอื่น ๆ ได้แก่ รายได้ครอบครัว ค่าใช้จ่ายที่ได้รับจากผู้ปกครองและ ประเภทของหลักสูตรการศึกษาไม่สัมพันธ์กับประสิทธิภาพใช้ เครื่องสำอางทาฝ้า/ทำให้หน้าขาว

ตารางที่ 7 ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทั่วไปกับประสิทธิภาพใช้เครื่องสำอางทาฝ้า/ทำให้หน้าขาว

คุณลักษณะทั่วไป	ไม่เคยใช้		เคยใช้		χ^2	df	P-value
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
เพศ							
ชาย	92	55.1	75	44.9	47.404	1	< 0.001
หญิง	50	21.6	182	78.4			
รวม	142	35.5	257	64.5			
รายได้ของครอบครัวต่อเดือน (บาท/เดือน)							
ไม่เกิน 10,000	42	35.9	75	64.1	5.046	3	0.167
10,001 - 20,000	44	29.9	103	70.1			
20,001 - 30,000	30	44.8	37	55.2			
มากกว่า 30,000	23	40.4	34	59.6			
รวม	139	35.8	249	64.2			
ค่าใช้จ่ายที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อเดือน (บาท/เดือน)							
ไม่เกิน 1,000	46	41.1	66	58.9	2.647	3	0.449
1,001 - 2,000	57	32.0	121	68.0			
2,001 - 3,000	19	32.8	39	67.2			
มากกว่า 3,000	18	36.0	32	64.0			
รวม	140	35.2	258	64.8			
ประเภทของหลักสูตรการศึกษา							
สายสามัญ	85	32.6	176	67.4	2.822	1	0.093
สายอาชีพ	57	41.0	82	59.0			
รวม	142	35.5	258	64.5			
ประเภทของสถานศึกษา							
โรงเรียนภาครัฐบาล	76	31.5	165	68.5	4.162	1	0.041
โรงเรียนภาคเอกชน	66	41.5	93	58.5			
รวม	142	35.5	258	64.5			

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มวัยรุ่นอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ที่ทำการศึกษาค้นคว้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีประสิทธิภาพการใช้หรือ กำลังใช้เครื่องสำอางทาฝ้าทำให้หน้าขาวร้อยละ 64.5 โดยกลุ่ม ตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อเครื่องสำอางทาฝ้าและเครื่องสำอางทาฝ้า หน้าขาวในราคาไม่เกิน 100 บาท และเลือกซื้อเครื่องสำอางจากร้านค้า ทั่วไป ซึ่งใกล้เคียงกับการศึกษาของอภิชาติ รุ่งเมฆารัตน์ที่พบว่า นักเรียนหญิงมัธยมศึกษาตอนปลายมีการใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวและครีมกันแดด ร้อยละ 65.4 และซื้อเครื่องสำอาง ในราคาไม่เกิน 200 บาทต่อเดือน¹⁴ การศึกษาครั้งนี้พบว่าวัยรุ่น เพศชายมีการใช้เครื่องสำอางทาฝ้าทำให้หน้าขาวเพียงร้อยละ

44.9 ซึ่งน้อยกว่าที่พบในการศึกษาของพจนี ศรีตะวัน ซึ่งพบว่าผู้ ชายไทยถึงร้อยละ 83.7 มีการใช้เครื่องสำอางสำหรับเพศชาย¹² ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการศึกษานี้มุ่งเน้นเฉพาะเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวเท่านั้น

ส่วนการใช้เครื่องสำอางทาฝ้าทำให้หน้าขาวของวัยรุ่น พบว่า เกิดอาการไม่พึงประสงค์ ร้อยละ 30.2 โดยพบว่าส่วนใหญ่เกิดสิ่ว อาการผื่น คัน ซึ่งใกล้เคียงกับการศึกษาของ ศิริพร พุ่มพึ่งพุทธ และคณะ¹³ ที่พบว่ามีกลุ่มนักศึกษาเคยพบอาการไม่พึงประสงค์ที่ เกิดจากการใช้เครื่องสำอางที่มีการใช้ในชีวิตประจำวัน ร้อยละ 31.9 เมื่อจำแนกตามชื่อการค้าของเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้า

ชาวที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อพบว่า มีจำนวนทั้งสิ้น 59 ชื่อการค้า โดยพบว่าบางชื่อการค้าที่กลุ่มตัวอย่างระบุเป็นเครื่องสำอางที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเคยประกาศเป็นเครื่องสำอางที่พบสารห้ามใช้อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาจากการใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวในการศึกษาครั้งนี้ที่กลุ่มตัวอย่างบางส่วนระบุว่าพบปัญหาใบหน้ากลับมาดำหรือพบอาการแสบหรือผิวหนังลอกภายหลังการใช้เครื่องสำอาง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการรับรู้เกี่ยวกับการประกาศดังกล่าวของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยายังไม่ทั่วถึง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่น

สำหรับแหล่งความรู้เกี่ยวกับการเลือกเครื่องสำอางของกลุ่มตัวอย่างพบว่า วัยรุ่นส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสาร โฆษณา รวมทั้งความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวจากสื่อประเภทโทรทัศน์และเพื่อนมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อภิชาติ รุ่งเมฆารัตน์ ซึ่งพบว่านักเรียนหญิงมัธยมศึกษาตอนปลายรับทราบข้อมูลผลิตภัณฑ์ทาผิว ทาฝ้า ทำให้หน้าขาวจากสื่อโทรทัศน์และสื่อประเภทบุคคล¹⁴ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเลือกช่องทางดังกล่าวในการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการเลือกซื้อเครื่องสำอางที่ปลอดภัยแก่กลุ่มวัยรุ่น แต่ปัจจุบันสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มักประกาศผลการตรวจพบเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวที่พบส่วนผสมของสารห้ามใช้ผ่านสื่อที่เป็นโปสเตอร์ แผ่นพับหรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่ไม่เป็นที่นิยมในการรับข่าวสารของวัยรุ่น⁷ ดังนั้นสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ควรปรับเปลี่ยนช่องทางการสื่อสารโดยเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมเพื่อให้ข้อมูลและเอกสารสามารถเข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นได้ดีขึ้น

ส่วนปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการเลือกซื้อเครื่องสำอาง พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับภาชนะบรรจุปิดมิดชิด ไม่มีร่องรอยการฉีกขาดหรือการเปิดก่อนซื้อใช้ ในระดับมากถึงมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง แต่อย่างไรก็ตามการเลือกใช้เครื่องสำอางควรพิจารณาฉลากของเครื่องสำอางเป็นสำคัญเนื่องจากฉลากจะแสดงข้อมูลต่างๆที่สำคัญของเครื่องสำอาง นอกจากนี้ผู้บริโภคควรศึกษาข้อมูลที่แสดงไว้บนฉลากเพื่อความปลอดภัยและช่วยในการตรวจสอบหากพบความผิดปกติหรือพบข้อสงสัย รวมทั้งควรตรวจสอบชื่อการค้าของเครื่องสำอางนั้นกับประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเกี่ยวกับสารห้ามใช้

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทั่วไปกับประสบการณ์ใช้เครื่องสำอางทาฝ้าทำให้หน้าขาวพบว่า พบว่าปัจจัยด้านเพศและประเภทของสถานศึกษาเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสบการณ์ใช้เครื่องสำอางทาฝ้าทำให้หน้าขาวของกลุ่มตัวอย่าง โดยพบว่าวัยรุ่นเพศหญิงจะมีประสบการณ์การใช้มากกว่าวัยรุ่นเพศชาย ทั้งนี้เนื่องจากเพศหญิงเป็นเพศที่

ความสำคัญกับความสวยงาม ดังนั้นจึงพบการใช้เครื่องสำอางของวัยรุ่นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย¹⁵ และกลุ่มวัยรุ่นที่กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนภาครัฐบาลจะมีประสบการณ์การใช้เครื่องสำอางทาฝ้าทำให้หน้าขาวมากกว่ากลุ่มวัยรุ่นที่กำลังศึกษาในโรงเรียนภาคเอกชน ส่วนคุณลักษณะทั่วไปด้านอื่นๆ ได้แก่ รายได้ครอบครัว ค่าใช้จ่ายที่ได้รับจากผู้ปกครองและ ประเภทของหลักสูตรการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับประสบการณ์ใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว

การศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นส่วนใหญ่มีการเลือกซื้อและใช้เครื่องสำอาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครื่องสำอางทำให้หน้าขาว ทั้งนี้เนื่องจากค่านิยมในปัจจุบันที่ให้ความสำคัญกับการมีสีผิวขาวรวมทั้งอิทธิพลของสื่อและการส่งเสริมทางการตลาด ทำให้วัยรุ่นมีการใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นโอกาสที่จะผู้บริโภคเครื่องสำอางจะพบเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของสารห้ามใช้หรือเกิดการไม่พึงประสงค์ก็อาจเพิ่มขึ้นได้เช่นกัน ดังนั้นการให้ความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการใช้เครื่องสำอางและความสำคัญของการอ่านและเข้าใจข้อมูลบนฉลากที่ถูกต้อง จะเป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถทำให้ผู้บริโภคได้รับความปลอดภัยจากการใช้เครื่องสำอางมากขึ้น ดังนั้นสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ข้อมูลและความรู้ที่ถูกต้องต่อการเลือกใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวได้อย่างปลอดภัยโดยเลือกใช้สื่อ เช่น โทรทัศน์ หรือวิธีการที่เหมาะสมที่สามารถให้ข้อมูลเข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นได้

เอกสารอ้างอิง

1. พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535. ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 109, ตอนที่ 42. 8 เมษายน 2535: น.59-60.
2. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดวัตถุที่ห้ามใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง. ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 125, ตอนพิเศษ 80 ง. 12 พฤษภาคม 2551: น.13-14.
3. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง ชี้แจงประกาศกระทรวงสาธารณสุขและประกาศคณะกรรมการเครื่องสำอาง. 5 พฤศจิกายน 2551.
4. กลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. การปรับปรุงกฎหมายด้านเครื่องสำอางให้สอดคล้องกับอาเซียน. (สืบค้นข้อมูลวันที่ 20 พฤศจิกายน 2551, ที่ http://e-cosmetic.fda.moph.go.th/frontend/theme_4/index.php)
5. พรทิพย์ สิ้นประสงค์. บทสัมภาษณ์ผู้อำนวยการกองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม, 2551.
6. กนกกร สุนทรจิต. การเปลี่ยนแปลงของผิวหนังและฮอร์โมน วัยทารก-วัยรุ่น-วัยเจริญพันธุ์-การตั้งครรภ์-วัยทอง, สีผิว-ฝ้า หลักรักษาและป้องกัน. กรุงเทพมหานคร. โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว, 2545.

7. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. ธุรกิจจำหน่ายเครื่องสำอาง. (สืบค้นข้อมูล วันที่ 6 พฤษภาคม 2553, ที่ http://cms.sme.go.th/cms/c/portal/layout?p_id=25.680)
8. พรพิมล ชัดดินานนท์, พรพรรณ สุนทรธรรม, สุภาศิริ ศรีชาติ. การศึกษาอาการไม่พึงประสงค์จากการใช้เครื่องสำอาง. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2545.
9. สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดราชบุรี. รายงานการส่งตัวอย่างเครื่องสำอางตรวจวิเคราะห์ ปี พ.ศ. 2550-2551, 2551.
10. สำนักงานพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารสุขภาพ. เลือกเครื่องสำอางให้เหมาะกับวัย. (สืบค้นข้อมูล วันที่ 6 พฤษภาคม 2553, ที่ http://www.hiso.or.th/hiso/health_news/health_story_3_5.php.)
11. สิทธิรัตน์ น้อยสง่า. พฤติกรรมการใช้สื่อมวลชนและการเรียนรู้ทางสังคมของนักเรียนวัยรุ่น โรงเรียนชุมชนบ้านน้ำฆ้อง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร. บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
12. พจนีญา ศรีตะวัน. การรู้จักตราสินค้าและทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายเพศชายที่มีต่อการตัดสินใจเลือกตราสินค้าเครื่องสำอางสำหรับผู้ชาย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2549.
13. ศิริพร พุ่มพุ่มพุท, กัลยา นามสงวน. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องสำอางของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตเพาะช่าง. นครปฐม. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, 2549.
14. อภิชาติ รุ่งเมฆารัตน์. การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางทาลิว ทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและสาวโรงงาน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ. อำนาจเจริญ. กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอำนาจเจริญ, 2550.
15. ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ. วัยรุ่นกับการดูแลสุขภาพ. (สืบค้นข้อมูล วันที่ 30 มีนาคม 2553, ที่ http://research.bu.ac.th/new_poll/index.php)