

การสร้างเครื่องมือวัดพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอย่างปลอดภัย สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย

ศิวรา เขียวระวิบูลย์* กรณิการ์รัตน์ บุญช่วยชนาสีทธิ**

วันที่รับบทความ	: 03/09/2561
วันที่แก้ไขบทความ	: 09/10/2561
วันที่ตอบรับบทความ	: 29/11/2561

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างเครื่องมือวัดพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอย่างปลอดภัยสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย กลุ่มตัวอย่างสำหรับทดลองใช้เพื่อหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 100 คน สุ่มอย่างง่าย และกลุ่มตัวอย่างสำหรับวิเคราะห์หาค่าประกอบเชิงยืนยันเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 500 คน สุ่มแบบหลายขั้นตอน วิเคราะห์ข้อมูลโดยตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ความตรงเชิงโครงสร้าง ความเชื่อมั่น และค่าอำนาจจำแนกรายข้อ

ผลการวิจัยพบว่า เครื่องมือวัดพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอย่างปลอดภัยสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย เป็นแบบสอบถาม จำนวน 29 ข้อ รวม 4 ด้านคือ 1) การอ่านฉลาก 8 ข้อ 2) การใช้ข้อมูลบนฉลาก 9 ข้อ 3) การตรวจสอบสื่อโฆษณา 3 ข้อ และ 4) การสังเกตอาการผิดปกติจากการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง 9 ข้อ ผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ พบว่ามีความตรงเชิงเนื้อหา IOC อยู่ระหว่าง 0.60-1.00 ความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.94 อำนาจจำแนกรายข้อมีค่า t-test อยู่ระหว่าง 3.93- 9.56 ซึ่งมีความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผลการวิเคราะห์หาค่าประกอบเชิงยืนยันพบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2 = 2.419$, $df = 1$, $p = 0.119$, $CFI = 0.996$, $TLI = 0.973$, $RMSEA = 0.053$, $SRMR = 0.012$) เครื่องมือที่ได้จากการวิจัยนี้ผู้เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ได้ตามบริบทที่สอดคล้อง

คำสำคัญ: พฤติกรรมการบริโภค ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง การสร้างเครื่องมือวัดพฤติกรรม

*หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการส่งเสริมสุขภาพและสุขศึกษา คณะศึกษาศาสตร์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, E-mail: swathi950@gmail.com

**คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Construction of a consumer cosmetic consumption safety behavior scale for high school students

Siwara Thiarawiboon* Karuntharat Boonchuaythanasit**

Abstract

This study aimed to construct a consumer cosmetic consumption safety behavior scale for high school students. The sample group for trying out the scale were 100 high school students selected by simple random sampling. The sample group for Confirmatory Factor Analysis were 500 high school students in Bangkok Metropolitan Region selected by multi-stage sampling. The analyses performed through the content and construct validity, reliability and discrimination power.

A questionnaire was applied including a 29-item behavior scale. Questions were organized around four subdomains, namely: 1) reading the label (8 items), 2) using product claims on the label (9 items), 3) checking cosmetic advertising media (3 items), and 4) observing adverse effects of cosmetics (9 items). The results revealed that the index of item-objective congruence (IOC) was between 0.60 – 1.00 with our excellent internal consistency (Cronbach alpha = 0.94). The discrimination power of item on the basis of *t*-test ranged from 3.93 to 9.56 ($p < 0.05$). The Confirmatory Factor Analysis showed that the model was consistent with empirical data ($\chi^2 = 2.419$, $df = 1$, $p = 0.119$, CFI = 0.996, TLI = 0.973, RMSEA = 0.053, SRMR = 0.012). Therefore, other researchers are encouraged to use or adapt this scale for their specific needs.

Keywords: consumption behavior, cosmetic products, construction of behavior scale

*Doctoral Program in Health Promotion and Health Education, Faculty of Education, Kasetsart University

E-mail: swathi950@gmail.com

**Faculty of Education, Kasetsart University

บทนำ

การบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง เพื่อแก้ปัญหาผิว ฝ้า และทำให้ผิวขาว เป็นที่แพร่หลายในกลุ่มวัยรุ่นตามกระแสนิยม¹ ซึ่งมีบุคคลที่มีชื่อเสียง ดารา นักร้อง หรือเน็ตไอดอล เป็นแรงบันดาลใจ² โดยซื้อตามคำโฆษณาที่ บางอย่างมีการอวดอ้างเกินจริงให้หลงเชื่อในสรรพคุณ³ หรือได้รับการบอกต่อจากเพื่อนเพื่อนำมาใช้และบางรายมีการทดลองทำเพื่อใช้เองจากการซื้อครีมที่ไม่มีฉลากมาผสมเพื่อเพิ่มความขาวของผิว⁴ ซึ่งเครื่องสำอางดังกล่าวอาจมีส่วนผสมของสารอันตรายที่ผิดกฎหมาย ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข⁴⁵ ได้แก่ สารปรอท สารไฮโดรควิโนน และกรดเรตินอยิกหรือกรดวิตามินเอ ดังนั้นวัยรุ่นจึงเป็นกลุ่มเสี่ยงสูงที่จะได้รับอันตรายต่อสุขภาพจากการใช้เครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัย⁶⁻⁸ จากการพัฒนาวรรณกรรมโดยการสืบค้นบนฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ในปี พ.ศ. 2550 - 2560 จำนวน 7 ฐานข้อมูล ได้แก่ Science Direct, PubMed, Springer Link, Wiley, Sage Journals, Google Scholar และ ThaiLIS พบบทความเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอย่างปลอดภัย เผยแพร่จำนวน 10 เรื่อง แต่มีเพียง 2 เรื่องเท่านั้นที่พบเครื่องมือวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งมีองค์ประกอบของเนื้อหาไม่ครอบคลุมขอบเขตของงานวิจัย จึงมีความจำเป็นในการสร้างเครื่องมือวัดพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอย่างปลอดภัยสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย เพื่อที่จะนำไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานพัฒนาพฤติกรรมนักเรียนด้านการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ตลอดจนนำมาใช้ประโยชน์ในการ

ดำเนินงานสาธารณสุขด้านการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อสร้างเครื่องมือวัดพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอย่างปลอดภัยสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบบรรยาย แบ่งเป็น 2 ระยะดังนี้

ระยะที่ 1 มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดองค์ประกอบ ตัวชี้วัด สร้างแบบสอบถามวัดพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอย่างปลอดภัยสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ความเชื่อมั่นและค่าอำนาจจำแนกรายชื่อของแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ คือนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 100 คน โดยสุ่มอย่างง่าย

เครื่องมือในการวิจัย คือแบบสอบถามตามประเด็นตัวชี้วัดขององค์ประกอบที่สังเคราะห์ได้

ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ดังนี้

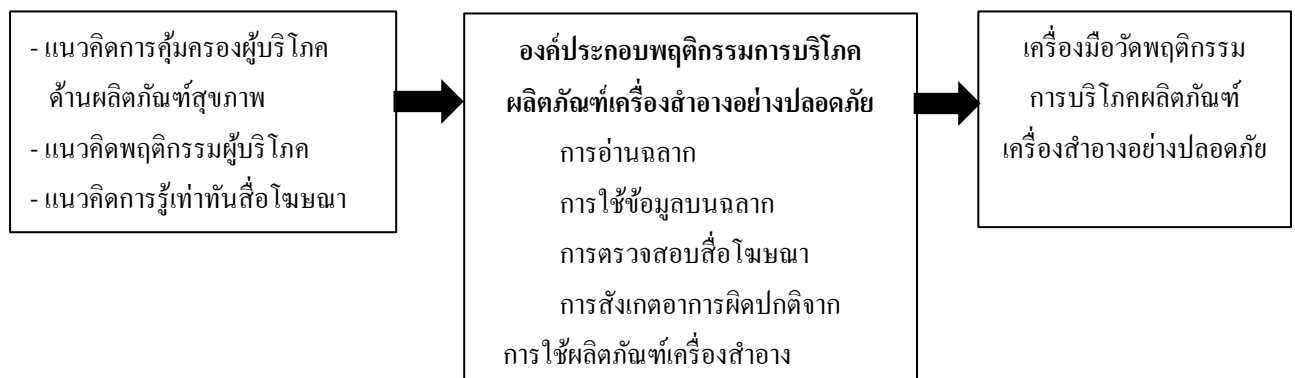
ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ Science Direct, PubMed, SpringerLink, Wiley, Sage Journals, Google Scholar และ ThaiLis โดยกำหนดคำสำคัญในการสืบค้น คือ Safety Cosmetic Consumption, Bleaching Cream, Whitening Cream, ครีมผิวขาว และการใช้เครื่องสำอางอย่าง

ปลอดภัย คัดเข้าที่ชื่อเรื่อง จำนวน 173 บทความ คัดออกบทความที่ไม่เกี่ยวข้องกับการศึกษาทางด้านสุขภาพและพฤติกรรมศาสตร์จำนวน 120 บทความ และเมื่อพิจารณาเนื้อหาบทคัดย่อของงานวิจัยโดยละเอียด พบเอกสารที่เกี่ยวข้องครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา จำนวน 10 เรื่อง นำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ ตัวแปรกำหนดเป็นองค์ประกอบและตัวบ่งชี้

ขั้นตอนที่ 2 ตรวจสอบความถูกต้องขององค์ประกอบที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 โดยการตรวจสอบสามเส้าด้านแหล่งข้อมูล (Methodological Triangulation: Multiple source of data) ผู้วิจัย

สอบถามผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอย่างปลอดภัย ได้แก่ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านผิวหนัง เกษษกรผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาคุณภาพผู้บริโภค และผู้ที่บริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ได้แก่ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายรวม 3 คน ซึ่งได้องค์ประกอบการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอย่างปลอดภัย 4 ด้าน ได้แก่ 1) การอ่านฉลาก 2) การใช้ข้อมูลบนฉลาก 3) การตรวจสอบสื่อโฆษณา และ 4) การสังเกตอาการผิดปกติจากการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

จากขั้นตอนที่ 1 และขั้นตอนที่ 2 จึงได้กรอบแนวคิดของการวิจัย ดังแสดงในแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ขั้นตอนที่ 3 กำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการ (Operational definition) จากตัวแปรที่สังเคราะห์ได้ ดังนี้

พฤติกรรมกรบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอย่างปลอดภัย หมายถึง การปฏิบัติของนักเรียนในการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) การอ่านฉลาก 2) การใช้ข้อมูลบน

ฉลาก 3) การตรวจสอบสื่อโฆษณา และ 4) การสังเกตอาการผิดปกติจากการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

การอ่านฉลาก หมายถึง การรับรู้และแปลความหมายของข้อมูลบนฉลากผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ประกอบด้วย วัน เดือน ปีที่ผลิต/หมดอายุ วิธีใช้ ชื่อสารที่เป็นส่วนผสม คำเตือน และคำกล่าวบรรยายสรรพคุณ

การใช้ข้อมูลบนฉลาก หมายถึง การปฏิบัติตามวิธีและคำแนะนำของข้อมูลที่ปรากฏบนฉลากผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ประกอบด้วย เวลา/ระยะเวลาในการใช้ บริเวณของร่างกายที่ใช้ ปริมาณที่กำหนดใช้ และการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

การตรวจสอบสื่อโฆษณา หมายถึง การพิจารณาและเสาะหาข้อมูลเพื่อยืนยันข้อเท็จจริงของข้อความที่โฆษณาว่าอ้างสรรพคุณเกินจริงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ประกอบด้วย ข้อความที่อ้างสรรพคุณทางยา ข้อความที่อ้างในการบำบัดโรค ข้อความที่อ้างผลต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของร่างกาย ข้อความที่รับรองเห็นผลในระยะเวลาอันรวดเร็ว

การสังเกตอาการผิดปกติจากการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง หมายถึง การเฝ้าดูอาการผิดปกติที่เป็นปฏิกิริยาที่เกิดขึ้นกับร่างกายจากการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง และการปฏิบัติตนเมื่อพบอาการผิดปกตินั้น

ขั้นตอนที่ 4 ร่างแบบสอบถามวัดพฤติกรรม การบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอย่างปลอดภัย สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย

ขั้นตอนที่ 5 นำแบบสอบถามไปให้นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีคุณสมบัติเหมือนกับกลุ่มตัวอย่าง 3 คน อ่านและทดลองทำแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบความชัดเจนของภาษา

ขั้นตอนที่ 6 ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา เพื่อพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of item-objective congruence: IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ข้อที่มี IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปจึงถือว่าใช้ได้¹⁰⁻¹¹

ขั้นตอนที่ 7 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับนักเรียนที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะนำแบบสอบถามไปใช้จริง เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่นและค่าอำนาจจำแนกรายข้อ

หลังจากขั้นตอนระยะที่ 1 แล้วได้แบบสอบถามเพื่อนำไปตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือต่อไปในระยะเวลาที่ 2

ระยะที่ 2 มีจุดประสงค์เพื่อตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยที่สร้างขึ้นในด้านความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ว่าโมเดลการวัดมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณาจาก ค่าไคสแควร์ (χ^2) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$), ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) > 0.90 , ค่าดัชนี Tucker Lewis Index (TLI) > 0.90 , ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (RMSEA) < 0.05 และค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือในรูปคะแนนมาตรฐาน (SRMR) < 0.05 ¹²

กลุ่มตัวอย่าง คือนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพฯและปริมณฑล จำนวน 500 คน เลือกตัวอย่างโดยการสุ่มหลายขั้นตอน กำหนดขนาดตัวอย่างตามเกณฑ์ของ Comrey and Lee¹³ ที่ขนาดตัวอย่างที่ดีสำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบควรใช้ขนาดตัวอย่างจำนวน 500 คน

เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถามพฤติกรรมกรบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอย่างปลอดภัยสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายได้จากการวิจัยในระยะที่ 1 และได้ผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้ว

ข้อพิจารณาด้านจริยธรรม

การวิจัยครั้งนี้ได้รับการอนุมัติโครงการวิจัยจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เลขที่ COA61/030 เมื่อวันที่ 2 เมษายน 2561

วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลถึงผู้อำนวยการโรงเรียนที่ผู้วิจัยจะเข้าไปเก็บข้อมูล จากนั้นจึงแนะนำตัว พร้อมทั้งชี้แจงรายละเอียดและวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างก่อนแจกแบบสอบถาม เมื่อได้ข้อมูลแล้วทำการตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ระยะที่ 1 วิเคราะห์ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยค่าดัชนีความตรง (IOC)

วิเคราะห์ความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ครอนบาค วิเคราะห์อำนาจจำแนกด้วยสถิติ t-test ส่วนในระยะเวลาที่ 2 วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

ผลการวิจัย

แบ่งออกเป็น 2 ระยะ โดยมีรายละเอียด ดังนี้
ระยะที่ 1 องค์ประกอบและตัวชี้วัดพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอย่างปลอดภัยสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมี 4 ด้านคือ 1) ด้านการอ่านฉลาก และ 2) ด้านการใช้ข้อมูลบนฉลาก 3) ด้านการตรวจสอบสื่อโฆษณา และ 4) ด้านการสังเกตอาการผิดปกติจากการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามในประเด็นตามตัวชี้วัด ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งสิ้น 29 ข้อ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 คุณลักษณะและพฤติกรรมบ่งชี้การบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอย่างปลอดภัย

คุณลักษณะ	พฤติกรรมบ่งชี้
1. การอ่านฉลาก	ก่อนใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง นักเรียนได้อ่านฉลากดังต่อไปนี้ 1.1 ประเภทหรือชนิดของเครื่องสำอาง 1.2 ชื่อสารที่ใช้เป็นส่วนผสม 1.3 วิธีใช้ 1.4 คำเตือน 1.5 ชื่อที่ตั้งผู้ผลิตหรือผู้นำเข้า 1.6 ปริมาณสุทธิ 1.7 วัน เดือน ปี ที่ผลิต/วันหมดอายุ 1.8 เลขที่ใบรับแจ้ง
2. การใช้ข้อมูลบนฉลาก	นักเรียนปฏิบัติตามคำแนะนำบนฉลากเมื่อใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ดังนี้ 2.1 นักเรียนไม่ใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางก่อนนอนในกรณีที่มีข้อความที่ฉลากว่าใช้สำหรับตอนกลางวัน

ตารางที่ 1 คุณลักษณะและพฤติกรรมบ่งชี้การบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอย่างปลอดภัย (ต่อ)

คุณลักษณะ	พฤติกรรมบ่งชี้
	<p>2.2 เครื่องสำอางที่มีค่าเตือนว่าควรหลีกเลี่ยงการโดนแสงแดดนักเรียนใช้เฉพาะในเวลากลางวันเท่านั้น</p> <p>2.3 เครื่องสำอางที่ระบุว่าห้ามใช้ติดต่อกันเกิน 1 เดือน เมื่อใช้ครบ 1 เดือน นักเรียนหยุดใช้ทันที</p> <p>2.4 เครื่องสำอางที่ระบุว่าใช้สำหรับผิวขาว นักเรียนไม่นำมาใช้ปะปนกับผิวหน้า</p> <p>2.5 เครื่องสำอางที่ระบุว่าหลีกเลี่ยงไม่ใช้บริเวณดวงตา นักเรียนจะระมัดระวังไม่ให้เข้าตา</p> <p>2.6 นักเรียนจะใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเพียงวันละครั้งเท่านั้นในกรณีที่วิธีการใช้ในฉลากระบุว่าให้ใช้วันละครั้ง</p> <p>2.7 นักเรียนใช้เครื่องสำอางในปริมาณที่กำหนดในฉลากผลิตภัณฑ์เท่านั้น</p> <p>2.8 นักเรียนเก็บรักษาเครื่องสำอางในตู้เย็นเมื่อฉลากเครื่องสำอางนั้นมีค่าเตือนว่าควรเก็บไว้ในที่อุณหภูมิ 20°C</p> <p>2.9 เครื่องสำอางที่ระบุว่าควรปิดฝาให้สนิท นักเรียนจะไม่ปิดฝาแบบหลวมๆ หรือเปิดฝาทิ้งไว้หลังการใช้</p>
3. การตรวจสอบสื่อโฆษณา	<p>เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง นักเรียนได้มีการตรวจสอบโฆษณา ดังนี้</p> <p>3.1 เนื้อหาของโฆษณตรงกับชนิดของผลิตภัณฑ์ เช่น ผลิตภัณฑ์ป้องกันแสงแดดต้องไม่มีคำโฆษณาในทางรักษาสิวฝ้า เนื่องจากเครื่องสำอางไม่ใช่ยา</p> <p>3.2 เนื้อหาโฆษณามีการโอ้อวดสรรพคุณเกินจริง เช่น เห็นผลเพียงข้ามคืน</p> <p>3.3 นักเรียนสอบถาม หรือหาข้อมูลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นในกรณีที่สงสัยในคำโฆษณา</p>
4. การสังเกตอาการผิดปกติ	<p>เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง นักเรียนปฏิบัติดังนี้</p> <p>4.1 สังเกตอาการคันบริเวณที่ใช้เครื่องสำอาง</p> <p>4.2 สังเกตผื่นขึ้นบริเวณที่ใช้เครื่องสำอาง</p> <p>4.3 สังเกตผิวหนังเปลี่ยนสีซึ่งไม่ได้เกิดจากสีของเครื่องสำอางนั้นในบริเวณที่ใช้เครื่องสำอาง</p> <p>4.4 สังเกตผิวหนังมีอาการแสบร้อนบริเวณที่ใช้เครื่องสำอาง</p> <p>4.5 สังเกตอาการบวมที่ผิวหนังบริเวณที่ใช้เครื่องสำอาง</p> <p>4.6 เมื่อมีอาการผิดปกตินักเรียนยังคงใช้เครื่องสำอางนั้นต่อไปสักระยะหนึ่งก่อน</p> <p>4.7 เมื่อมีอาการผิดปกตินักเรียนหยุดใช้เครื่องสำอางนั้นชั่วคราว หลังอาการทุเลาค่อยกลับไปใช้ใหม่</p> <p>4.8 เมื่อมีอาการผิดปกตินักเรียนหยุดใช้เครื่องสำอางนั้นทันที แล้วไม่ใช้เครื่องสำอางนั้นอีกเลย</p> <p>4.9 เมื่อมีอาการผิดปกตินักเรียนไปพบแพทย์เพื่อรับการรักษา</p>

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ พบว่า 1) เครื่องมือที่สร้างขึ้นมีความตรงเชิงเนื้อหา (Validity) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องรายข้อ (IOC) ของเครื่องมือจำนวน 29 ข้อ ระหว่าง 0.60-1.00 ผู้วิจัยคงจำนวนข้อคำถามดั้งเดิม แต่ได้แก้ไขข้อความบางส่วนให้กระชับและสื่อความหมายให้ชัดเจนขึ้นตามที่ผู้เชี่ยวชาญแนะนำ 2) ความเชื่อมั่น (Reliability) ทั้งฉบับผลการวิเคราะห์เท่ากับ 0.94 เมื่อแยกเป็นรายด้านพบว่า ด้านการอ่านฉลาก ด้านการใช้ข้อมูลบนฉลาก ด้านการตรวจสอบสื่อโฆษณา และด้านการสังเกตอาการผิดปกติจากการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.939 0.937 0.938 0.937 ตามลำดับ และ 3) ค่าอำนาจจำแนก (Discrimination Power) ข้อคำถามทุกข้อมีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ โดยมีค่าสถิติ t ตั้งแต่ 3.93 – 9.56 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระยะที่ 2 ผลการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวัดพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอย่างปลอดภัยสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ด้านความตรงเชิงโครงสร้างพบว่า ได้ค่าความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (CFA) $X^2 = 2.419$, $df = 1$, $p = 0.119$, $CFI = 0.996$, $TLI = 0.973$, $RMSEA = 0.053$, $SRMR = 0.012$

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยมีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. องค์ประกอบของพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอย่างปลอดภัยสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย มี 4 ด้าน คือ

1) ด้านการอ่านฉลาก 2) ด้านการใช้ข้อมูลบนฉลาก 3) ด้านการตรวจสอบสื่อโฆษณา และ 4) ด้านการสังเกตอาการผิดปกติจากการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่าได้ข้อคำถามที่มีความตรงเชิงโครงสร้างตามองค์ประกอบที่กำหนดไว้ทุกด้าน ทั้งนี้เพราะได้มีการศึกษารายละเอียดขององค์ประกอบและตัวชี้วัดจากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ยังได้มีการนำวิธีการตรวจสอบสามเฝ้าด้านแหล่งข้อมูล (Methodological Triangulation: Multiple source of data) มาประยุกต์ใช้เพื่อยืนยันความถูกต้องขององค์ประกอบที่ช่วยให้ได้รายละเอียดของข้อมูลเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในประเด็นที่เป็นตัวแปรนามธรรมซึ่งสังเกตเห็นได้ยาก เช่น ความรู้สึกนึกคิด ประสบการณ์ในการใช้ครีมผิวขาว หรือ การได้เคยเห็นผู้ที่ได้รับผลข้างเคียง วิธีการดังกล่าวนี้ทำให้ผู้วิจัยได้สารสนเทศที่ครอบคลุมนำมาสู่การนิยามตัวแปรที่ชัดเจนดังที่ พิสนุ พงศ์ศรี¹¹ ได้เสนอไว้ในเทคนิคขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัยว่า ผู้วิจัยควรจะได้ศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับพฤติกรรมตัวแปร ตัวชี้วัด อย่างละเอียดจะทำให้ได้เครื่องมือวิจัยที่สอดคล้องกัน นอกจากนี้แบบสอบถามที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ยังมีความสอดคล้องกับแบบสอบถามพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง ของรุ่งนภา กงวงษ์ และวิบูลย์ วัฒนนามกุล¹⁴ ที่มีข้อคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมทั้ง 4 ด้าน เช่นกัน แต่งานวิจัยดังกล่าวมิได้แยกข้อคำถามเป็นรายด้าน ส่วนการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการแยกข้อคำถามที่สร้างขึ้นเป็นรายด้านตามองค์ประกอบที่กำหนดอย่างชัดเจน โดยจะได้อภิปรายตามองค์ประกอบในแต่ละด้าน ดังนี้

1.1 การอ่านฉลาก เป็นพฤติกรรมแสดงถึงการรับรู้ของผู้บริโภคในการใช้ข้อมูลที่อยู่ใกล้ตัวช่วยตัดสินใจ เลือกรซื้อ เลือกรใช้ผลิตภัณฑ์ และหลีกเลี่ยงผลเสียที่จะตามมา ซึ่งจะนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อความปลอดภัยในการบริโภค⁴

1.2 การใช้ข้อมูลบนฉลาก เป็นพฤติกรรมภายหลังจากการอ่านฉลากและได้มีการพิจารณาไตร่ตรองนำข้อมูลนั้นมาปฏิบัติ ดังที่ Elghblawi² ได้แนะนำผู้บริโภคให้ตระหนักถึงการปฏิบัติตามคำแนะนำบนฉลากและอันตรายจากการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอย่างไม่ถูกต้อง

1.3 การตรวจสอบสื่อโฆษณา เป็นพฤติกรรมค้นหาข้อมูลเพื่อยืนยันข้อเท็จจริง ความถูกต้องของสื่อโฆษณาเพื่อที่ผู้บริโภคจะได้ไม่หลงเชื่อในคำโฆษณาเกินจริงและเสียโอกาสในการรักษา ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญในการเพิ่มพูนศักยภาพผู้บริโภคเพื่อป้องกันการตกเป็นเหยื่อโฆษณาหลอกลวง^{3,8}

1.4 การสังเกตอาการผิดปกติจากการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง เป็นพฤติกรรมการสังเกตการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับร่างกายและจัดการกับตนเอง เพื่อลดโอกาสเสี่ยงอันตรายจากการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ซึ่งสอดคล้องกับ Street et al.⁷ ได้กล่าวไว้ว่าเป็นหนึ่งในมาตรการในการป้องกันและลดโอกาสเสี่ยงการบาดเจ็บรุนแรงของผิวหนังจากการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในระดับบุคคล

ดังนั้น พฤติกรรมทั้งสี่ด้านนี้จึงเป็นองค์ประกอบของการมีพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอย่างปลอดภัย

2. **คุณภาพของเครื่องมือวิจัย** ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยมีกระบวนการหลายขั้นตอนตามระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้คือ

2.1 การหาค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ซึ่งเป็นผู้ที่มีคุณวุฒิและประสบการณ์เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่ต้องการวัด อาทิ ผู้เชี่ยวชาญด้านพฤติกรรมศาสตร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง และผู้เชี่ยวชาญด้านพฤติกรรมนักเรียน มีผลให้การตรวจสอบแบบสอบถามรายชื่อได้ค่าดัชนีระหว่าง 0.60-1.00 ซึ่งมากกว่า 0.50 ข้อคำถามของเครื่องมือวิจัยที่สร้างขึ้นจึงมีความตรงและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยสามารถวัดได้ในสิ่งที่ต้องการวัด

2.2 การหาความตรงเชิงโครงสร้างโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า โมเดลการวัดมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ทั้งนี้เป็นเพราะมีการนิยามตัวแปรที่ชัดเจนและครอบคลุมเครื่องมือวิจัยนี้จึงสามารถวัดได้ตามโครงสร้างของทฤษฎีที่ใช้เป็นกรอบแนวคิดการวิจัยนี้

2.3 การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาคทั้งหมดบ่งเท่ากับ 0.94 ซึ่งเป็นค่าที่ค่อนข้างสูงเข้าใกล้ 1.00 อันเป็นผลมาจากการที่ได้มีการนำเครื่องมือไปสอบถามกับนักเรียนรายบุคคลแล้วนำมาปรับแก้ไขก่อนส่งให้ผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งพิสนุพงศ์ศรี¹¹ ได้กล่าวไว้ว่าความชัดเจนด้านภาษาและจำนวนข้อคำถามที่เหมาะสม เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

2.4 การหาค่าอำนาจจำแนก โดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มคะแนนสูงและกลุ่มคะแนนต่ำ ด้วยสถิติ t-test พบว่าตัวบ่งชี้พฤติกรรมทั้ง 29 ข้อ มีผลการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากได้

มีการปรับแก้ไขข้อคำถามถึงสามครั้งคือ หลังจากที่ได้นำไปทดสอบกับนักเรียน หลังผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญและนำไปทดลองใช้ เป็นผลให้เครื่องมือนี้มีประสิทธิภาพในการจำแนกกลุ่มนักเรียนที่มีพฤติกรรมการใช้ที่แตกต่างกันออกจากกันได้

3. การตรวจสอบความชัดเจนของภาษา โดยนำร่างแบบสอบถามไปให้นักเรียนที่มีคุณสมบัติเหมือนกับผู้ที่ตอบจริงอ่าน และทดลองทำจากนั้นจึงนำมาปรับแก้ก่อนที่จะส่งให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบส่งผลให้ได้ข้อคำถามที่มีความกระชับ ชัดเจนและเข้าใจง่าย

สรุป

ผลจากการวิจัยครั้งนี้ทำให้ได้เครื่องมือวัดพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอย่างปลอดภัยสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายซึ่งเป็นเครื่องมือที่สร้างขึ้นใหม่มีกระบวนการในการนิยามตัวแปร การกำหนดองค์ประกอบและตัวบ่งชี้อย่างเป็นขั้นตอนจากการทบทวนวรรณกรรม การตรวจสอบสามเส้าด้านแหล่งข้อมูลรวมทั้งมีการยืนยันความเหมาะสมขององค์ประกอบ และตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยวิธีการทางสถิติทำให้ได้เครื่องมือที่มีคุณภาพตามเกณฑ์สามารถนำไปใช้ได้ตามวัตถุประสงค์และบริบทของผู้ที่ต้อง การนำไปใช้

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้สนใจการสร้างเครื่องมือวิจัยสามารถนำแนวทางในการสร้างและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยฉบับนี้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเครื่องมือวิจัยของตนเองได้

2. สามารถนำเครื่องมือนี้ไปใช้ในการประเมินพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอย่างปลอดภัยในบริบทที่คล้ายคลึงกันได้

3. ควรศึกษาพัฒนา รูปแบบการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอย่างปลอดภัยสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ตามองค์ประกอบที่พบเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอย่างปลอดภัย

ข้อจำกัดในการนำเครื่องมือวิจัยไปใช้

เครื่องมือวิจัยฉบับนี้ถูกสร้างขึ้นมาในบริบทเฉพาะที่ใช้กับผลิตภัณฑ์สุขภาพด้านเครื่องสำอาง โดยเน้นที่เครื่องสำอางผิวขาว ทาสี ทาฝ้า และกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาเท่านั้น การจะนำไปใช้ในผลิตภัณฑ์สุขภาพเครื่องสำอางหมวดอื่นๆ และกลุ่มเป้าหมายอื่นอาจจะต้องมีการปรับข้อคำถามให้เข้ากับบริบทที่จะนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

1. Nantasuthiwaree W. Communications strategy of cosmetic products through net idols on social media and Thai female teenagers' buying decision. [Thesis]. Bangkok: Bangkok University; 2016. (in Thai).
2. Elghblawi E. It must be true: accept your color, stop hunting for skin whitening, black is beautiful. Middle East Journal of Internal Medicine. 2016;9(1):17-26.
3. Jumnagpol P. A case study of "Do it yourself cosmetics" usage behavior among students in Phetchaburi Province. FDA Journal. 2014;21(3): 31-7. (in Thai).

4. Cosmetics Act 2015. Royal Thai Government Gazette. 2015;132,Part 86A:5-11. (Sep 8, 2015). (in Thai).
5. World Health Organization. Mercury in skin lightening products [Internet]. 2015 [cited 2015 Apr 22]; Available from: [http:// www. who. int/ipcs/assessment/public_health/mercury_flyer. pdf](http://www.who.int/ipcs/assessment/public_health/mercury_flyer.pdf)
6. Mansor N, Ali DEM, Yaacob MR. Cosmetic usage in Malaysia: understanding of the major determinants affecting the users. *International Journal of Business and Social Science*. 2010;1(3):273-81.
7. Street JC, Gaska K, Lewis KM, Wilson ML. Skin bleaching: A neglected form of injury and threat to global skin. *African Safety Promotion Journal*. 2014;12(1):52-71.
8. Paiboonsrinakra N, Klinsoonthorn N, Putkam B. Prohibited substances in cream cosmetic: Clobetasol propionate. *FDA Journal*. 2014;21(3):18-23. (in Thai).
9. Kaemkate W. Research methodology in behavioral sciences. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House; 2012. (in Thai).
10. Tirakanant S. Research methods in social science: A practical approach. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House; 2014. (in Thai).
11. Fongsri P. Construction and development for research tool. Bangkok: Dansutra Printing; 2014. (in Thai).
12. Angsuchoti S, Wjitwanna S, Pinyopanuwat R. Statistical analysis for social and behavioral science: technique for LISREL. Bangkok: Mission Media; 2008. (in Thai).
13. Comrey AL, Lee HB. A first course in factor analysis. 2nd ed. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates; 1992.
14. Kongwong R, Wattananamkul V. A study of “harmful cosmetics” usage behavior among female teenagers in Ubon Ratchathani Province. *Isarn Journal of Pharmaceutical Sciences*. 2011;7(1):76-87. (in Thai).