

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใส ของนักศึกษาวิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดขอนแก่น

เกษรรินทร์ เจริญคำ¹, กิรณา แต่อารักษ์², ชมพูนุท สิริพรหมภักดิ์³

(วันที่รับบทความ: 24 พฤษภาคม 2563; วันที่แก้ไข: 12 มิถุนายน 2563; วันที่ตอบรับ 19 มิถุนายน 2563)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงพรรณนาแบบภาคตัดขวาง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใสและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใสของนักศึกษาวิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดขอนแก่น จำนวน 220 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างสุ่มแบบชั้นภูมิ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุดและสถิติไคสแควร์ กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 85.00 อายุเฉลี่ย 20.50 ปี (S.D.= 1.62) ค่าใช้จ่ายที่ได้รับจากครอบครัว ระหว่าง 5,001-10,000บาท ร้อยละ 61.82 กลุ่มตัวอย่างใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวเพื่อให้ผิวขาวกระจ่างใสขึ้น ร้อยละ 46.36 และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p-value<0.05) ได้แก่ (1) เพศ (OR= 1.75, 95%CI: 1.01- 3.02; p-value =0.026), (2) อายุ (OR= 3.29, 95%CI: 1.86- 5.82;p-value <0.001), (3) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (OR= 1.61, 95%CI: 1.04- 3.06;p-value =0.031) และ (4)ทัศนคติที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณ (OR= 2.11, 95%CI: 1.04- 4.29;p-value =0.036)

คำสำคัญ: การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ผิวขาว, นักศึกษาวิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร, ปัจจัย

¹ นักศึกษาหลักสูตรสาธารณสุขชุมชน, วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดขอนแก่น, E-mail: 600852007@scphkk.ac.th

² อาจารย์, วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดขอนแก่น, E-mail: Kirana.taarak@gmail.com

³ อาจารย์, วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดขอนแก่น, E-mail: chompoonuat@gmail.com
Corresponding author: กิรณา แต่อารักษ์, E-mail: Kirana.taarak@gmail.com

The Factors Related to Whitening Skincare Products Selection of Sirindhorn College of Public Health Students, Khon Kaen Province

Keswarin Jiangkom¹, Kirana Taearak², Chompoonuth Siriprohmpathara³

(Receive 24th May 2020; Revised: 12th June 2020; Accepted 19th June 2020)

Abstract

This cross-sectional descriptive research aimed to study situation of whitening skincare products selection and related factors in Sirindhorn College of Public Health students, Khon Kean Province. Questionnaires were allocated to 220 students by a stratified random sampling method. Data were analyzed by descriptive statistics and chi-square at 0.05 significant level.

Results revealed that most of the sample were female (85.00%) with the average age of 20.50 years (S.D.= 1.62) and received income from family about 5,001-10,000 THB (61.82%). Samples have used whitening skincare products 46.36%. The factors significantly associated with using whitening skincare products (p -value<0.05) were: (1) gender (OR= 1.75, 95%CI: 1.01- 3.02; p -value =0.026), (2) age (OR= 3.29, 95%CI: 1.86- 5.82; p -value <0.001), (3) monthly average income (OR= 1.61, 95%CI: 1.04- 3.06; p -value =0.031) and (4) attitude to skincare products (OR= 2.11, 95%CI: 1.04- 4.29; p -value =0.036).

Keywords: Whitening skincare products selection, Sirindhorn College Health Student, Factors

¹Bachelor in Community of Public Health, Sirindhorn college of Public Health Khon Kaen, E-mail: 600852007@scphkk.ac.th

²Lecturer, Sirindhorn College of Public Health Khon Kaen, E-mail: Kirana.taearak@gmail.com

³Lecturer, Sirindhorn College of Public Health Khon Kaen, E-mail: chompoonuat@gmail.com

Corresponding author: Kirana Taearak, E-mail: chompoonuat@gmail.com

บทนำ

ในยุคข้อมูลข่าวสารผู้บริโภครับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการได้รวดเร็วกว่าในอดีตตลอดจนมีแหล่งหาซื้อสินค้า ได้หลายช่องทาง อาทิ ร้านค้า อินเทอร์เน็ต หรือแม้แต่ผ่านช่องทาง การขายตรง ทำให้ง่ายต่อการแสวงหาสินค้าที่คิดว่า สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณนับเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผู้บริโภคหาซื้อได้ง่ายและได้รับความนิยม จากผู้บริโภคที่เชื่อว่าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณให้สุขภาพผิวดี ผิวพรรณสวยงามขึ้น การที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณชนิดใดนั้น ส่วนมากมักขึ้นอยู่กับ ข้อมูลที่ผู้บริโภคได้รับทราบจากสื่อโฆษณาและบุคคลรอบข้าง โดยอาจจะไม่ได้ศึกษาข้อมูล ที่ถูกต้องก่อนตัดสินใจซื้อหรือบริโภค จึงทำให้ตกเป็นเหยื่อของการโฆษณาโดยไม่รู้ตัว โดยเฉพาะวัยรุ่นที่จัดเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณในปัจจุบัน¹

ในปัจจุบันการมีผิวพรรณที่ขาวใสเป็นกระแสนิยมของวัยรุ่นในเอเชียโดยเฉพาะในประเทศจีน ไต้หวันและอินเดียวัยรุ่นในประเทศเหล่านี้ต้องการมีผิวขาวใสเพราะเชื่อว่าจะทำให้สามารถหางานได้ง่าย รวมไปถึงโอกาสการเลือกคู่ครอง ในประเทศไทยกระแสความนิยมผิวขาวปรากฏ ทั้งในเพศหญิงและเพศชาย โดยมีการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มความขาวของผิวพรรณ หรือการใช้บริการคลินิกเสริมความงามกันอย่างแพร่หลาย เพื่อเพิ่มความมั่นใจในด้านภาพลักษณ์ให้กับตัวเอง จึงเป็นช่องทางที่ทำให้มีผู้ประกอบการนำผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีคุณภาพ หรือการโฆษณาเกินจริงเข้ามาสู่ท้องตลาด โดยมีการทำการตลาดผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตซึ่งสามารถตรวจสอบได้ยาก แต่สามารถเข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นได้ง่าย โดยรูปแบบ

ผลิตภัณฑ์ในการเพิ่มความขาวใสของผิวพรรณมิได้อยู่ในรูปแบบของครีมทาผิวเท่านั้น แต่ยังมีอยู่ในรูปแบบของการกิน และการฉีดเข้าผิวหนังโดยตรงอีกด้วย หากกลุ่มวัยรุ่นบริโภคผลิตภัณฑ์เหล่านี้ โดยปราศจากการทดสอบอาการแพ้ และคำแนะนำที่ถูกต้องในการใช้ อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพให้กับวัยรุ่นได้ในระยะยาวอีกด้วย²

คนไทยมีค่านิยมในการชื่นชอบคนที่มีผิวขาว ทำให้คนที่ผิวไม่ขาวใสต้องการที่จะมีผิวขาวใสเพื่อให้สังคมยอมรับ ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจึงได้ผลิตคิดค้นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ช่วยให้ผิวขาวมากขึ้น ที่เป็นที่ยอมรับตอนนี้ก็คงจะหนีไม่พ้น กลูต้าไธโอน สารสกัดจากเมล็ดดองุ่น คอลลาเจน เป็นต้น จะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 18- 29 ปี เป็นช่วงอายุที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยควรระวังและเลือกผลิตภัณฑ์ที่ไว้ใจได้ เพราะผลิตภัณฑ์เพื่อผิวขาวหลายตัวมีสารที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพอย่างร้ายแรงในระยะยาว³

จากแนวคิดของ PRECEDE Framework⁴ และงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ปัจจัยนำ ปัจจัยเอื้อ ปัจจัยเสริม มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใส ปัจจัยนำได้แก่ เพศ^{5,6} รายได้ต่อเดือน^{5,6} ปัจจัยเอื้อ ได้แก่ ปัจจัยด้านการเข้าถึงผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณ^{5,6} ปัจจัยเสริมได้แก่ ปัจจัยด้านการได้รับคำแนะนำสนับสนุนจากบุคคลต่าง ๆ⁶

จากการทบทวนปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใสของนักศึกษา ยังพบข้อขัดแย้งในผลการศึกษาวิจัย เช่น เพศ รายได้ต่อเดือน ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณ ปัจจัยด้านการได้รับคำแนะนำ

สนับสนุนจากบุคคลต่าง ๆ ซึ่งพบว่าบางงานวิจัยมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใสบางงานวิจัยไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใส

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาหาความชุกและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใสของนักศึกษาวิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดขอนแก่น เนื่องจากวิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดขอนแก่น เป็นสถาบันการศึกษาด้านสาธารณสุข มีบทบาทหลักในการผลิตบุคลากรทางด้านสาธารณสุข เพื่อดูแลสุขภาพประชาชน ดังนั้น นักศึกษาวิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดขอนแก่นต้องมีความรู้ที่ถูกต้องและเป็นแบบอย่างที่ดีในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใสอย่างไรไม่ให้เกิดอันตราย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความชุกของการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใสของนักศึกษาวิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดขอนแก่น

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใสของนักศึกษาวิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธรจังหวัดขอนแก่น

วิธีดำเนินการวิจัย

ประเภทการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาภาคตัดขวาง (Cross-sectional descriptive study) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาวิทยาลัยการสาธารณสุข

สิรินธร จังหวัดขอนแก่นที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 1-4 ใน ภาคการศึกษาที่ 1/2562 รวมจำนวนนักศึกษาทั้งสิ้น 568 คน

กลุ่มตัวอย่าง คำนวณโดยใช้สูตรคำนวณตัวอย่างเพื่อประมาณค่าสัดส่วนกรณีทราบขนาดของประชากร ของอรุณ จิรวัดน์กุล และคณะ⁶ ได้ขนาดตัวอย่าง 220 คน ใช้การสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ตามระดับชั้นปีคำนวณตัวอย่างตามสัดส่วนประชากรในแต่ละระดับชั้น(Proportional Allocation) จากสูตรของ Bowley (1926) อ้างใน(Pander and Verma, 2008)⁷ ดังนี้

$$n_i = \frac{nN_i}{N}$$

โดยที่ n_i = จำนวนตัวอย่างตามสัดส่วนประชากร (i=1, 2, 3,..)

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

N_i = จำนวนประชากรกลุ่มย่อย

n = จำนวนตัวอย่างทั้งหมด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยนำ

1.1 ข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ อายุ หลักสูตรที่ศึกษา ชั้นปีที่ศึกษา รายได้ต่อเดือน การใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณ ที่พักอาศัย สถานภาพ และเหตุผลที่ใช้ผลิตภัณฑ์จำนวน 10 ข้อ

1.2 ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณ จำนวน 10 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นตอบถูก หรือ ผิด

1.3 ทศนคติเกี่ยวกับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณจำนวน 10 ข้อลักษณะข้อคำตอบเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5ระดับคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เห็นด้วย เฉยๆ ไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่าง
ยิ่ง จำนวน 10 ข้อ คะแนนต่ำสุด 10 คะแนน
คะแนนสูงสุด 50 คะแนนสรุปผลได้ 3 ระดับ
คือ ระดับดี ระดับปานกลาง และระดับไม่ดี
ดังนี้ (Best,1977)⁸ ระดับดี คะแนนเฉลี่ย 36.7-
50.0 ระดับปานกลาง คะแนนเฉลี่ย
23.4-36.6 ระดับไม่ดี คะแนนเฉลี่ย 10.0-23.3

ส่วนที่ 2 ปัจจัยเอื้อ

2.1 ปัจจัยด้านการเข้าถึงผลิตภัณฑ์
บำรุงผิวพรรณ จำนวน 8 ข้อ ลักษณะข้อคำตอบ
เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating
scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง
น้อย และ น้อยที่สุดคิดเป็น 40 คะแนน คะแนน
ต่ำสุด 8 คะแนน คะแนนสูงสุด 40 สรุปผลได้
3 ระดับ คือ ระดับดี ระดับปานกลาง และระดับ
ไม่ดี ดังนี้ (Best,1977)⁸ ระดับดี คะแนนเฉลี่ย
29.4-40.0 ระดับปานกลาง คะแนนเฉลี่ย
18.7-29.3 ระดับไม่ดี คะแนนเฉลี่ย 8.0-18.6

ส่วนที่ 3 ปัจจัยเสริม

3.1 ปัจจัยด้านการได้รับคำแนะนำ
สนับสนุนจากบุคคลต่าง ๆ จำนวน 8 ข้อ
ลักษณะข้อคำตอบเป็นแบบมาตราส่วน
ประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ คือ มาก
ที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุดคิด
เป็น 40 คะแนน คะแนนต่ำสุด 8 คะแนน
คะแนนสูงสุด 40 สรุปผลได้ 3 ระดับ คือ ระดับ
ดี ระดับปานกลาง และระดับไม่ดี เกณฑ์การ
แปลผลเดียวกับ ส่วนที่ 2.1 (Best,1977)⁸

คุณภาพเครื่องมือ

1. นำเสนอข้อมูล ต่ออาจารย์ที่ปรึกษา
เพื่อขอข้อเสนอนแนะ คำแนะนำในการแก้ไข
ปรับปรุง ก่อนที่จะเริ่มสร้างแบบสอบถาม

2. ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบความ
ตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม (Content
Validity) โดยคัดเลือก ข้อคำถามที่มีค่าดัชนี
ความสอดคล้อง (Index of Item Objective

Congruence: IOC) ในช่วงระหว่าง 0.67-1.00
รวมทั้งปรับปรุงแก้ไขภาษาตามคำแนะนำ
ของผู้เชี่ยวชาญ

3. ทดลองใช้ (Try out) กับนักศึกษา
คณะพยาบาลศาสตร์ วิทยาลัยพยาบาล
บรมราชชนนี ขอนแก่น จำนวน 30 คน
ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มที่ศึกษา

4. ค่าความเที่ยงได้ (Reliability) ของ
แบบสอบถามโดยใช้วิธีการตรวจสอบด้วยการ
หาค่า Cronbach's alpha coefficient ได้ค่า
ความเที่ยงโดยรวมเท่ากับ 0.804

5. ตรวจสอบความยากง่าย
(Difficulty: p) ของแบบสอบถามรายข้อ
แล้วคัดเลือกข้อที่มีความยากง่าย (P) ระหว่าง
0.20-0.80

6. ตรวจสอบค่าอำนาจจำแนก
(Discriminant: r) ของแบบสอบถามรายข้อ
แล้วคัดเลือกข้อที่มีค่าอำนาจจำแนก (r) ตั้งแต่
0.20 ขึ้นไป

7. ตรวจสอบความเที่ยงหมวดความรู้
โดยใช้สูตร KR-20 ของคูเดอร์-ริชาร์ดสัน
(Kuder-Richardson)⁹ กำหนดค่าความเที่ยง
0.7 - 0.9 ซึ่งจากการทดลองหาความเที่ยง
ของเครื่องมือพบว่าค่า Reliability ของ
แบบสอบถามความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บำรุง
ผิวพรรณเพิ่มความเข้าใจมีค่าเท่ากับ 0.764

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ
ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด

2. สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติ Chi-
Square Test, OR 95% CI of OR

การพิทักษ์สิทธิกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้การรับรองจริยธรรมการวิจัย
จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยใน

มนุษย์ วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร
จังหวัดขอนแก่น เลขที่ HE 6210025 ณ วันที่
8 มกราคม พ.ศ. 2563

ผลการวิจัย

1. คุณลักษณะส่วนบุคคล

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 220 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 85.00 มีอายุระหว่าง 18 ถึง 33 ปี อายุเฉลี่ย 20.50 ± 1.62 และได้ค่าใช้จ่ายที่ได้รับจากครอบครัวระหว่าง 5,001-10,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 61.82 พักหอพักนอกวิทยาลัย ร้อยละ 50.45 และส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 98.64

2. การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใสของนักศึกษาวิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธรจังหวัดขอนแก่น

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 220 คน ส่วนใหญ่ใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวเพื่อให้ผิวขาวกระจ่างใสขึ้น ร้อยละ 46.36 ใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวเพื่อป้องกันแสงแดด ร้อยละ 40.00 ใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวเพื่อทำความสะอาดผิว ร้อยละ 65.45 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณครั้งละประมาณ 200 บาทขึ้นไป ร้อยละ 42.73 (ดังตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ความชุกของการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใส (n=220)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวเพื่อให้ผิวขาวกระจ่างใสขึ้น		
ใช่	102	46.36
ไม่ใช่	118	53.64
ใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวเพื่อป้องกันแสงแดด		
ใช่	88	40.00
ไม่ใช่	132	60.00
ใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวเพื่อทำความสะอาดผิว		
ใช่	144	65.45
ไม่ใช่	76	34.55
มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณครั้งละประมาณ		
1-100 บาท	64	29.09
100-200 บาท	62	28.18
201 บาทขึ้นไป	94	42.73
Mean(S.D) : 309.13(303.90)		
Median (Min : Max) 200(12 : 2,000)		

3. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใสของนักศึกษาวิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธรจังหวัดขอนแก่น

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใสอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ปัจจัยนำ ได้แก่ 1) เพศ พบว่าเพศหญิงเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ฯ เป็น 1.75 เท่าของเพศชาย (OR = 1.75; 95% CI: 1.01 to 3.02, p-value=0.026) 2) อายุ พบว่า อายุ มากกว่า 20 ปี เลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใสของนักศึกษาวิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธรจังหวัดขอนแก่น เป็น 3.29 เท่าของอายุระหว่าง 18 ปีถึง 20 ปี (OR = 3.29; 95% CI: 1.86 to 5.82,

p-value=<0.001) 3) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 6,000 บาท มีอัตราการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใสเป็น 1.78 เท่าของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 6,000 บาท (OR = 1.78; 95% CI: 1.04 to 3.06 p-value=0.031) 4) ปัจจัยนำด้านทัศนคติเกี่ยวกับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณพบว่าเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใสในระดับต่ำถึงปานกลางเป็น 2.11 เท่าของการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใสในระดับสูง (OR = 2.11; 95% CI: 1.04 to 4.29, p-value = 0.036) ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใสของนักศึกษาวิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธรจังหวัดขอนแก่น (ดังตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใสของนักศึกษาวิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธรจังหวัดขอนแก่น (n=220)

ปัจจัยนำ	การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ฯ		OR	95%CI	p-value
	ใช้ n (%)	ไม่ใช้ n (%)			
เพศ					
ชาย	15 (45.49)	18 (54.51)	1	1	
หญิง	100 (53.52)	87 (46.48)	1.75	1.01 - 3.02	0.026
อายุ					
18-20 ปี	54 (41.86)	75 (58.14)	1	1	
21 ปีขึ้นไป	64 (70.28)	27 (29.72)	3.29	1.86 - 5.82	<0.001
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)					
ไม่เกิน 6,000 บาท	56 (46.09)	63 (53.91)	1.61	1.04 - 3.06	0.031
6,001 บาทขึ้นไป	56 (61.34)	39 (38.66)	1	1	
ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณ					
ระดับต่ำถึงปานกลาง	15 (38.50)	24 (61.50)	2.11	1.04 - 4.29	0.036
ระดับสูง	103 (56.90)	78 (43.10)	1	1	

การอภิปรายผล

1. ความชุกของการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใส

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 46.36 มีการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใส เนื่องจากในประเทศไทยกระแสความนิยมผิวขาวปรากฏ ทั้งในเพศหญิง และเพศชาย โดยมีกรใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มความขาวของผิวพรรณหรือการใช้บริการคลินิกเสริมความงามกันอย่างแพร่หลาย เพื่อเพิ่มความมั่นใจในด้านภาพลักษณ์ให้กับตัวเอง ซึ่งมีความชุกมากกว่าการศึกษาของ ปพนสรณ์ กลั่นเรืองแสง และคณะ² ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 20 บริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มความขาวใสของผิวพรรณ

2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใส ของนักศึกษาวิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดขอนแก่น

เพศมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใส โดยเพศหญิงมีการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใส เป็น 1.75 เท่าของเพศชาย เนื่องจากในปัจจุบันการมีผิวพรรณที่ขาวใสเป็นกระแสนิยมของวัยรุ่นในเอเชีย และเพศหญิงให้ความสำคัญต่อผิวพรรณของตัวเองมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มะลิวัลย์ บุษบงศ์¹² พบว่า เพศ มีความสัมพันธ์ในการซื้อผิวพรรณเพื่อให้ขาวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อายุ มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใส โดยอายุ 21 ปีขึ้นไป มีการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใส เป็น 3.29 เท่าของอายุระหว่าง 18- 20 ปีขึ้นไป เนื่องจากกลุ่มอายุ 21 ปีขึ้นไป เป็นกลุ่มวัยที่ใกล้เข้าสู่ช่วง

วัยทำงานจึงหันมาสนใจในรูปร่าง หน้าตาและผิวพรรณเพราะต้องการเป็นที่ยอมรับในสังคม จึงทำให้พิถีพิถันในด้านความสวยความงามมากขึ้น อาจเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ กลุ่มอายุอายุ 21 ปีขึ้นไป มีการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใส มากกว่า กลุ่มอายุระหว่าง 18- 20 ปีขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัทมวรรณ อินยิ้ม¹³ พบว่า อายุ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,001 บาทขึ้นไป มีการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใส 1.78 เท่าของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 6,000 บาท ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างยังเป็นนักศึกษาที่ยังไม่มีรายได้เป็นของตนเอง ซึ่งที่มาของรายได้มาจากผู้ปกครอง ทำให้นักศึกษาต้องคำนึงถึงรายได้เพื่อไม่ให้ซื้อสินค้าเกินความจำเป็นอาจเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใสของกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,001 บาทขึ้นไป มีการการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใส แตกต่างจากรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 6,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุขชาติ พุกกะเวส¹⁴ พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมวิตามินซีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยนำด้านทัศนคติ มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใส โดยพบว่า ปัจจัยนำด้านทัศนคติเกี่ยวกับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณพบว่าเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใสในระดับต่ำถึงปานกลางเป็น

2.11 เท่า ของการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใสในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลพร แพทย์ชีพ และคณะ¹⁵ พบว่าทัศนคติมีความสัมพันธ์ในการซื้อผิวพรรณเพื่อให้ขาวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

1. เนื่องจากนักศึกษามีการใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใสเยอะ จึงควรมีความรู้ในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใสให้ถูกต้องและปลอดภัย

2. นักวิจัยหรือผู้ที่สนใจ เกี่ยวกับการศึกษาผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใสสามารถนำแบบประเมินการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใสไปเป็นเครื่องมือในการศึกษาหาคำตอบในแง่มุมต่าง ๆ ต่อไป

3. ควรมีการเฝ้าระวังเฝ้า ในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใสที่ได้มาตรฐานแก่นักศึกษาในวิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดขอนแก่น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรใช้การศึกษาโดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพร่วมด้วย เช่นการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์หรือการสังเกตเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใสเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดและชัดเจนยิ่งขึ้น

2. ควรวิเคราะห์หาตัวแปรที่มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับบริบทในวิทยาลัย และทำการทำนายการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใสโดยใช้สถิติขั้นสูงต่อไป

3. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเพิ่มความขาวใสของผู้บริโภคในสถาบันการศึกษาอื่นเพื่อทำการเปรียบเทียบจะได้เห็นว่าผลการศึกษาเป็นอย่างไรเหมือนหรือมีความแตกต่างกันอย่างไร

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีด้วยความช่วยเหลือของอาจารย์ กิรณา แต่อาลักษณ์ ชมพูนุท สิริพรหมภัทร อาจารย์ที่ปรึกษาวิจัยและนักศึกษาวิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดขอนแก่นทุกท่าน ที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

เอกสารอ้างอิง

1. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร. นนทบุรี [อินเทอร์เน็ต]. กองพัฒนา. 2555 [เข้าถึงเมื่อ 27 ก.ย. 2562]. เข้าถึงได้จาก <http://www.fda.moph.go.th/Pages/contact.aspx>.
2. ปพนสรศักดิ์ กลั่นเรืองแสง, ดร. มลินี สมภพ เจริญและดร. ณัฐนารี เอมยงค์. การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มความขาวใสของผิวพรรณในกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยมหิดล. 2555. [เข้าถึง เมื่อ 27 ก.ย. 2562]. เข้าถึงได้จาก <https://www.ph02.tci-thaijo.org/index.php/gskku/article/view/113979>.
3. วันดี นาคร. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพผู้บริโภค. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข. 2558. [เข้าถึง เมื่อ 27 ก.ย. 2562].

- เข้าถึงได้จาก
<http://www.researchsystem.siam.edu/2013-12-20-04-25-20/2382-2013-12-20-05-58-350>.
4. Green, L.W. & Kreuter, M.W. (1991). Health Promotion Planning: An Educational and Environment Approach. California: Mayfield Publishing.
 5. อรุณ จิรวัดน์กุล. สถิติทางวิทยาศาสตร์สุขภาพเพื่อการวิจัย.(หลักสูตรภาษาไทย) ฉบับพิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ : วิทยพัฒน์; (2556). [เข้าถึง เมื่อ 27 ก.ย. 2562]. เข้าถึงได้จาก<http://www.opac-healthsci.psu.ac.th/BibDetail.aspx?bibno=497434>.
 6. วรณศิริ สิทินิสัยสุข.(2559).ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยบูรพาจังหวัดชลบุรี.งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. (2559) .[เข้าถึง เมื่อ 27 ก.ย. 2562]. เข้าถึงได้จาก.
http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/57750096.pdf.
 7. Pander, R and Verma, M.R. (2008). Samples Allocation in Different Strata for Impact Evaluation of Developmental Programme. Rev. Bras. Biom, São Paulo, v.26, n.4, p.103-1.
 8. Best J.W. Research in Education. New York: Prentice-Hall, Englewood cliffs; 1977.
 9. Kuder-Richardson KR20 Formula. In: Michalos AC, editor. Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research. Dordrecht: Springer Netherlands; 2014. p. 3482.
 10. อนงคนุช รัตน์วิจิตร.การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.(2553) .[เข้าถึง เมื่อ 28 ก.ย. 2562] .เข้าถึงได้จาก
<http://www.dspace.bu.ac.th/handle/123456789/631>.
 11. Kuder-Richardson KR20 Formula. In: Michalos AC, editor. Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research. Dordrecht: Springer Netherlands; 2014. p. 3482.
 12. มะลิวัลย์ บุษบงค์.ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวพรรณของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. อาจารย์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2553.[เข้าถึง เมื่อ 27 ก.ย. 2562] . เข้าถึงได้จาก
<http://www.newtdc.thailis.or.th/docview.aspx?tdcid=204841>
 13. ปัทมวรรณ อินยิ้ม.กระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ของผู้บริโภคที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร.นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.2560.[เข้าถึง เมื่อ 28 ก.ย. 2562] .เข้าถึงได้จาก
<http://www.mmm.ru.ac.th/mmm/is/mlw11/sec1/6014963016.pdf>.
 14. สุขชาติ พุกกะเวส.ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม

วิตามินซี.การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. 2554.[เข้าถึง เมื่อ 27 ก.ย. 2562] . เข้าถึงได้จาก

<http://www.research.rmutt.ac.th/?p=8377>.

15. กมลพร แพทย์ชีพ และคณะ.ความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ช่วยให้ผิวขาวของนักศึกษาพยาบาลศาสตรบัณฑิต วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ราชบุรี.นักศึกษาคณะพยาบาลศาสตรบัณฑิต วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ราชบุรี.2560.[เข้าถึง เมื่อ 29 ก.ย. 2562] .เข้าถึงได้จาก <http://www.bcnr.ac.th>