

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเครื่องสำอางได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคมีพฤติกรรมรักสวยรักงาม เน้นการดูแลรูปลักษณ์ภายนอกเป็นหลัก (ภาสวรรณ ชีรอรอด, 2555) ทำให้ธุรกิจเครื่องสำอางมีอัตราการเจริญเติบโตที่เพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดด เฉลี่ย 18% ต่อปี และมีการแข่งขันสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ผู้จัดการ, 2557: ออนไลน์) ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มเครื่องสำอางประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงที่ทำให้ผิวขาวและป้องกันแสงแดด เนื่องจากคนไทยในปัจจุบันมีค่านิยมในเรื่องผิวขาว เพราะปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่ถูกหล่อหลอมมานาน ทำให้เชื่อว่าผิวขาวย่อมดีกว่าผิวคล้ำ ซึ่งถูกส่งผ่านการโฆษณา สื่อ ความคิด ความเชื่อ โดยรับข้อมูลว่าการมีผิวขาวถือเป็นความสวย ที่จะได้รับค่านิยมและได้รับโอกาสทางสังคมมากกว่าคนอื่น ๆ (พิชญ มาตมิตร, 2553) ทำให้เครื่องสำอางที่ทำให้ผิวขาวกลายเป็นสิ่งจำเป็นของคนไทย

จากค่านิยมความขาวของผู้บริโภค และการแข่งขันทางธุรกิจเครื่องสำอางที่สูงขึ้น ประกอบกับการที่ผู้ประกอบการหวังเพียงแต่ผลกำไร จึงมีการผลิตเครื่องสำอางอันตรายที่มีส่วนผสมของสารห้ามใช้ ซึ่งสามารถทำให้ผิวขาวขึ้นได้อย่างรวดเร็วออกมาจำหน่าย สารห้ามใช้ในเครื่องสำอางที่พบบ่อยได้แก่ สารไฮโดรควิโนน กรดเรติโนอิก และปรอทแอมโมเนีย สารเหล่านี้ทำให้เกิดอันตรายแก่ผู้ใช้ โดยสารไฮโดรควิโนนทำให้เกิดการระคายเคือง และจุดด่างขาวที่หน้า ผิวหน้าดำ เป็นฝ้าถาวรรักษาไม่หายหากใช้เป็นระยะเวลานาน กรดเรติโนอิกจะทำให้หน้าแดง มีอาการแสบร้อน เกิดการระคายเคือง อักเสบ แพ้แสงแดดหรือแสงไฟได้ง่าย ผิวหน้าลอกอย่างรุนแรงและสามารถซึมผ่านผิวหนังเข้าไปในกระแสเลือดทำให้ทารกในครรภ์พิการ ปรอทแอมโมเนียหากใช้ติดต่อกันเป็นเวลานานจะทำให้เกิดพิษสะสมของสารปรอทในผิวหนัง และดูดซึมเข้าสู่กระแสเลือด ทำให้ตับและไตอักเสบ เกิดโรคโลหิตจาง ทางเดินปัสสาวะอักเสบ ทำลายสีของผิวหนังและเล็บมือ ทำให้ผิวบางขึ้นเรื่อยๆ (มหาวิทยาลัยมหิดล, 2559) จะเห็นได้ว่าเครื่องสำอางที่ผสมสารห้ามใช้ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภคทั้งทางด้านร่างกายและสภาวะจิตใจ แต่เนื่องจากพระราชพระราชบัญญัติเครื่องสำอางซึ่งเป็นกฎหมายที่ตราขึ้นเพื่อใช้ควบคุมการจัดจำหน่ายเครื่องสำอางอันตรายยังไม่ประสบความสำเร็จในการใช้ควบคุมและบังคับ ทำให้ปัจจุบันยังพบการใช้และจำหน่ายเครื่องสำอางดังกล่าว และมียี่ห้อใหม่เพิ่มขึ้นมาเรื่อยๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงยังมีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ อย่างโจ่งแจ้งไม่เกรงกลัวกฎหมาย

จังหวัดพิษณุโลกเป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางของภาคเหนือตอนล่างที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว มีการเพิ่มจำนวนธุรกิจต่างๆอย่างต่อเนื่อง เป็นศูนย์รวมการศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน มากกว่า 100 แห่งทั้งในระดับชั้นปฐมวัยจนถึงระดับอุดมศึกษา และเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่พบว่ามีการใช้และจัดจำหน่ายเครื่องสำอางอันตราย เช่น การที่ศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์ที่ 2 พิษณุโลก ได้ทำการตรวจเครื่องสำอางตัวอย่างจากตลาดและร้านค้า แล้วพบเครื่องสำอางที่ผสมสารห้ามใช้ คิดเป็นร้อยละ 20.8 โดยสารห้ามใช้ที่พบมากที่สุดคือปรอท รองลงมาคือไฮโดรควิโนน (ศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์ที่ 2 พิษณุโลก, 2557) แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคในจังหวัดพิษณุโลกยังมีการใช้เครื่องสำอางอันตราย ที่เสี่ยงต่อการได้รับอันตรายต่อสุขภาพ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่าปัญหาการใช้และการจำหน่ายเครื่องสำอางอันตราย เป็นปัญหาสำคัญที่ต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วน จึงสนใจที่จะทำการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของเครื่องสำอางอันตรายที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้ โดยเลือกทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เนื่องจากเป็นกลุ่มวัยที่เริ่มหันมาสนใจในรูปร่าง หน้าตา การแต่งกาย เพราะต้องการเป็นที่ยอมรับในสังคม และเริ่มมีความสนใจในเพศตรงข้ามจึงทำให้พิถีพิถันในด้านความสวยงามมากขึ้นเพื่อดึงดูดใจเพื่อนต่างเพศ ทำให้เป็นกลุ่มเสี่ยงที่ใช้เครื่องสำอางอันตรายเพื่อผิวขาวมากกว่ากลุ่มอื่น (ประเสริฐ กิตติภัสร์ และคณะ, 2552) และจากการศึกษาพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางผิวขาวของกลุ่มวัยรุ่นหญิงพบว่ามีการใช้เครื่องสำอางที่ผสมสารไฮโดรควิโนน ร้อยละ 17 และสารปรอทร้อยละ 35 (Ifein and Ochei, 2004) ทำให้ทราบว่าการศึกษารุ่นหญิงยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง และมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมในการซื้อเครื่องสำอาง ซึ่งหากเข้าใจส่วนประสมทางการตลาดของเครื่องสำอางอันตรายอย่างลึกซึ้ง จะสามารถนำข้อมูลไปให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสร้างมาตรการในการควบคุมผู้ประกอบการให้เข้มงวดมากขึ้น เพื่ออุดช่องโหว่ทางกฎหมายในปัจจุบัน รวมถึงสามารถเข้าใจปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง เพื่อวางแผนแก้ไขปัญหาในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้วัยรุ่นมีการใช้เครื่องสำอางที่ถูกต้องและปลอดภัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาดและกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของกลุ่มวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลและกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของกลุ่มวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของกลุ่มวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้บริโภคในกลุ่มวัยรุ่นหญิงที่มีปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล อันได้แก่ ระดับชั้นการศึกษา รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีกระบวนการตัดสินใจใช้ เครื่องสำอาง อันตรายแตกต่างกัน
2. ส่วนประสมทางการตลาดของเครื่องสำอางอันตรายส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตราย

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตราย เปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิงโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของกลุ่มวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก โดยแบ่งได้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคครั้งนี้ คือ วัยรุ่นหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 4,899 คน (ที่มา : ข้อมูลนักเรียน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 39 และ ข้อมูลนักเรียนสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน เมื่อวันที่ 26 มิถุนายน พ.ศ. 2560) เนื่องจากและคำนวณขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ของ ยามาเน่ (Yamane) ที่จำนวน 370 คน

2. ขอบเขตด้านตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

2.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

2.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล อันได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน

2.1.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของเครื่องสำอางอันตราย (4Ps) อันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

2.2.1 กระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตราย อันได้แก่ ด้านการรับรู้ความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจเลือกใช้ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อเครื่องสำอางอันตราย

ด้านการประเมินทางเลือก หมายถึง การประเมินทางเลือกหลังจากการค้นหาข้อมูล เพื่อเป็นเหตุผลหลักในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยการเปรียบเทียบราคาหรือคุณภาพของของสินค้า

ด้านการตัดสินใจเลือกซื้อ หมายถึง การตัดสินใจที่เลือกใช้สินค้าตามแนวทางการพิจารณาที่เหมาะสมที่สุดเพื่อมาตอบสนองความต้องการ

ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ หมายถึง ความรู้สึกหลังการเลือกใช้สินค้าว่ามีความพึงพอใจต่อสินค้าและราคาของสินค้า เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายหลังการซื้อสินค้ามาแล้ว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของกลุ่มวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก
2. ทราบกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายในกลุ่มวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก
3. ทราบกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ตามปัจจัยส่วนบุคคล อันได้แก่ ระดับชั้นการศึกษา รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน
4. เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ด้านการกำหนดนโยบายในการกำกับดูแล ควบคุมพฤติกรรม และแก้ไขพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิงซึ่งต้องมีการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง สร้างจิตสำนึกให้กับผู้ประกอบการผลิตเครื่องสำอางที่ปลอดภัย เพิ่มศักยภาพให้ผู้บริโภคที่เป็นวัยรุ่นหญิงโดยการให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอางอันตรายตามสถาบันการศึกษา และผลิตชุดทดสอบความปลอดภัยของเครื่องสำอางเบื้องต้นออกมาจำหน่าย เพิ่มแรงบันดาลใจให้กับเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงาน ภาคประชาชนและสื่อมวลชนสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็ง ช่วยกันสอดส่องดูแลในเขตพื้นที่ ปลุกฝังค่านิยมที่ถูกต้องและวิธีใช้เครื่องสำอางที่ปลอดภัยให้วัยรุ่น