

กลไกการหลอกหลวงต่อการใช้เครื่องสำอางปลอมในกลุ่มพรีตี้



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา

คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2563

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Fraud Mechanism in Counterfeit Cosmetic Products: A Case Study on the Impact on
Promotion Model Victims



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Sociology and Anthropology

Department of Sociology and Anthropology

FACULTY OF POLITICAL SCIENCE

Chulalongkorn University

Academic Year 2020

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	กลไกการหลอกลวงต่อการใช้เครื่องสำอางปลอมในกลุ่มพร ริตตี้
โดย	นายณฐมน นวมนาคะ
สาขาวิชา	สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	อาจารย์ ดร.อมร วาณิชวิวัฒน์

คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

.....	คณบดีคณะรัฐศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.เอก ตังทรัพย์วัฒนา)	
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	
.....	ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมนทิพย์ จิตสว่าง)	
.....	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(อาจารย์ ดร.อมร วาณิชวิวัฒน์)	
.....	กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญยง ชื่นสุขิมล)	

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ณัฐมน นวมนาคะ : กลไกการหลอกลวงต่อการใช้เครื่องสำอางปลอมในกลุ่มพรีตตี้. (

Fraud Mechanism in Counterfeit Cosmetic Products: A Case Study on the

Impact on Promotion Model Victims) อ.ที่ปรึกษาหลัก : อ. ดร.อมร วาณิชวิวัฒน์

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลไกการหลอกลวงเครื่องสำอางปลอมในกลุ่มพรีตตี้ โดยศึกษา พฤติกรรมการเลือกเครื่องสำอางของพรีตตี้ที่แตกต่างในแต่ละกลุ่ม เพื่อให้ เกิดความรู้ ความเข้าใจว่าเหตุใด เครื่องสำอางปลอมยังคงเป็นที่นิยมอยู่ในสังคมไทย และเหตุใดในกลุ่มพรีตตี้ มีการใช้เครื่องสำอางปลอมเหล่านี้ และให้แนวทางป้องกันการตกเป็นเหยื่อของพรีตตี้จากกลไกการ หลอกลวงเครื่องสำอางปลอม งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้เทคนิคการเก็บข้อมูล สัมภาษณ์ แบบเจาะลึกในพรีตตี้ทั้งหมด 15 คน โดยแบ่งประเภทผู้ให้สัมภาษณ์ออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มละ 7 คน และอีก 1 คน โดยกลุ่มแรก เรียกว่า กลุ่มพรีตตี้ที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ กลุ่มที่สองเรียกว่า กลุ่มพรีตตี้ที่ไม่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ และอีก 1 คน คือ พรีตตี้ที่ไม่เคยใช้เครื่องสำอางปลอม จากการศึกษาพบว่า กลุ่มพรีตตี้ที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำมีความเสี่ยง และมีผลกระทบมากที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น โดยจาก กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ 7 รายมีผลกระทบเกิดขึ้น 4 ราย ในขณะที่เดียวกันกลุ่มที่ไม่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ มี ทั้งหมด 7 คน แต่ได้รับผลกระทบ 1 ราย ดังนั้นหากพรีตตี้มีการใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ ความเสี่ยงก็จะมีมากขึ้นในส่วนของผลกระทบที่จะเกิด

นอกจากนี้ จากการศึกษาพบว่า กลไกการหลอกลวง ในเครื่องสำอางปลอมเกิดจากปัจจัย เหล่านี้ 1. การใช้ค่านิยมของสังคม 2. การใช้สื่อโฆษณาชวนเชื่อ 3. การพิจารณาจากบุคคลต่างๆ เช่น ผู้มีชื่อเสียงในสังคม หรือการให้ความเห็นจากบุคคลอื่น 4.การเชื่อถือบุคคลรอบข้างเพื่อน บุคคลใกล้ชิดโดยเป็นส่วนสำคัญอย่างมาก ที่ส่งผลต่อกลุ่มพรีตตี้ยังคงเป็นเหยื่อในเครื่องสำอางปลอม

สาขาวิชา สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา ลายมือชื่อนิสิต

ปีการศึกษา 2563

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

5980608024 : MAJOR SOCIOLOGY AND ANTHROPOLOGY

KEYWORD:

Natthamon Noumnaca : Fraud Mechanism in Counterfeit Cosmetic Products: A Case Study on the Impact on Promotion Model Victims. Advisor: AMORN WANICHWIWATANA, Ph.D.

This research is a Qualitative Research. Exclusive and in - depth interview with 15 Promotional Models. They are divided into 3 sections; the first group comprises of 7 people who always use fake cosmetic products. The second group comprises of 7 people who also use some fake cosmetic products. and the last person is the one who has never used fake cosmetic products. The study discovers that the most likelihood of being a victim of Fraud Mechanism in Fake Cosmetic Products is the first 7 people when comparing with the rest, because they always use this type of product, 4 out of 7 people are very high tendency of being the victim because they always use these products. It is therefore the more use of this kind of product, the higher risk to be a victim. In addition, the basic elements of Fraud Mechanism in Fake Cosmetic Products in luring these Promotional Models are arisen from the following factors.

1. Social Values
2. Media and advertisement
3. Product Reviews from other people
4. Suggestion from intimate person

Field of Study: Sociology and Anthropology Student's Signature

Academic Year: 2020 Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ เรื่อง กลไกการหลอกลวงต่อการใช้เครื่องสำอางปลอมในกลุ่มพรีตตี้ฉบับนี้สำเร็จ ลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ด้วยความอนุเคราะห์เมตตาจาก อ.ดร. อมร วาณิชวิวัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ ที่คอยชี้แนะให้คำแนะนำในข้อมูลที่เป็นประโยชน์ เป็นแรงผลักดันทำให้ข้าพเจ้ามีความคิด และมุมมองที่กว้างขึ้นในการจัดทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้

ขอกราบขอบพระคุณ รศ.ดร.สุมนทิพย์ จิตสว่าง ที่อนุเคราะห์รับเป็นประธานในการสอบ วิทยานิพนธ์ ทั้งยังสละเวลาอันมีค่า และให้โอกาส คอยช่วยเหลือชี้แนะแนวทางต่างๆ จนวิทยานิพนธ์ ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และ ขอกราบขอบพระคุณ ผศ.ดร.บุญยง ชื่นสุวิมล ที่อนุเคราะห์รับเป็น ผู้ทรงคุณวุฒิกรรมการภายนอกในการสอบวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ทั้งยังคอยชี้แนะ ติดตามความคืบหน้า และ คอยให้ข้อมูลในการปรับปรุงวิทยานิพนธ์เล่มนี้มีคุณค่ามากยิ่งขึ้น ในด้านทางสังคมวิทยาและ มานุษยวิทยา สิ่งที่สำคัญที่สุดต้องขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทั้งสามท่านอีกครั้งที่ให้ความเมตตา ตลอดมา คอยช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ จนผลักดันข้าพเจ้าให้สามารถทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วง

ขอขอบคุณเหล่าเพื่อนพริตตี้ที่ให้ข้อมูลและความร่วมมือเป็นอย่างดี จากการลงไปเก็บข้อมูล ขอบคุนที่คอยแนะนำเพื่อนให้ตลอดเวลาระหว่างการวิจัยครั้งนี้ ทำให้การเก็บข้อมูลเป็นไปอย่างราบรื่น และขอขอบคุณ พี่ๆเจ้าของร้านอาหารกึ่งบาร์ และงานอีเว้นท์ต่างๆที่คอยช่วยเหลือให้ความร่วมมือทั้งยัง คอยสอบถามเรื่องความต้องการเพิ่มเติมในการเก็บข้อมูล จนได้ข้อมูลอันสมบูรณ์

ขอขอบคุณเพื่อนๆในภาคสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา และภาคอาชญวิทยา ที่ช่วยเป็น กำลังใจ คอยสอบถาม และคอยให้คำแนะนำในการปรึกษาตลอดเวลา ทำให้ข้าพเจ้ารู้สึกโชคดีที่ได้รับ มิตรภาพและกำลังใจจากทุกคน

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณบิดา นายชลอ นวมนาคะ ผู้มีบทบาทสำคัญทุกขั้นตอนตลอด การศึกษา และการวิจัยครั้งนี้ ทั้งด้านทุนทรัพย์ และความห่วงใย ตลอดเวลาที่ผ่านมามา จนถึงวาระสุดท้าย ขอขอบคุณพี่สาว นางสาวศศิธร ดำรงกุลที่คอยแนะนำเพื่อนๆที่ทำอาชีพเจ้าของงานอีเว้นท์ และ ร้านอาหารกึ่งบาร์ที่คอยให้ความช่วยเหลือในการลงพื้นที่

ณัฐมน นวมนาคะ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ที่มาและความสำคัญ.....	1
2. วัตถุประสงค์ในการวิจัย	12
3. ปัญหางานวิจัย	12
4. ขอบเขตของการวิจัย.....	13
5. นิยามศัพท์.....	13
6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	14
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
1. ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory).....	15
1.1 วิวัฒนาการของการศึกษาเรื่องความแตกต่างระหว่างบุคคล.....	17
2. ทฤษฎีตัดสินใจเลือกอย่างมีเหตุผล (Rational Choice Theory).....	19
3. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจเครื่องสำอาง (Cosmetic Business)	29
3.1 พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง	30
3.2 มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	30
3.3 ประโยชน์ของเครื่องสำอาง.....	30

3.4 ลักษณะอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย.....	31
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	34
5. กรอบแนวคิด (Conceptual Framework).....	36
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	37
1. แหล่งที่มาของข้อมูล	38
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล	38
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	39
4. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	40
5. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	40
6. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล	40
บทที่ 4 ผลการศึกษา กลไกการหลอกลวงเครื่องสำอางปลอมในพริตตี้ อิทธิพลของสื่อ บุคคลรอบข้าง และค่านิยมของสังคม ต่อพฤติกรรมและผลกระทบของกลุ่มพริตตี้.....	42
1. การเลือกเครื่องสำอางของพริตตี้มีความแตกต่าง.....	43
2. พฤติกรรมการใช้ของแต่ละคน	44
3. ความเชื่อที่แตกต่างของบุคคล.....	44
4. สาเหตุที่ทำให้เครื่องสำอางปลอมนิยมในกลุ่มพริตตี้.....	53
4.1 ค่านิยมและกระแสสังคม	54
4.2 ผลลัพธ์ของเครื่องสำอางปลอม.....	54
4.3 ราคาที่ถูกกว่า.....	55
4.4 การตระหนักถึงผลเสีย.....	56
5. สรุปปัจจัยที่เป็นส่วนสำคัญในกลไกการหลอกลวงของกลุ่มพริตตี้.....	57
5.1 การใช้ค่านิยมของสังคม.....	58
5.2 การใช้สื่อ โฆษณาชวนเชื่อ	58
5.3 เน็ตไอดอล บล็อกเกอร์ที่มีชื่อเสียงมารีวิวและการรีวิวจากคนทั่วไป.....	59

5.4 การสร้างความน่าเชื่อถือโดยการใช้การแนะนำของบุคคลระหว่างบุคคล.....	60
6. ผลกระทบจากการใช้เครื่องสำอางปลอมของพริตตี้	66
6.1 ผลกระทบในเรื่องสุขภาพ แบ่งออกเป็นภายนอกเช่นระบบผิวหนัง และระบบภายในร่างกาย	66
6.2 ผลกระทบเรื่องอื่นนอกจากเรื่องสุขภาพ ผลกระทบนี้คือผลข้างเคียงจากผลกระทบที่เกิดขึ้นในเรื่องของสุขภาพ โดยแบ่งเป็นหลักคือเรื่องเงินและเรื่องการทำงาน.....	66
7. การแบ่งประเภทกลุ่มของการศึกษาของพริตตี้ในเรื่องเครื่องสำอางปลอม แบ่งเป็น 3 ประเภทโดยสังเขป ดังนี้	88
7.1 กลุ่มที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ.....	88
7.2 กลุ่มที่ไม่ใช้เครื่องสำอางเป็นประจำ.....	89
7.3 พริตตี้ที่ไม่ใช้เครื่องสำอางปลอม.....	89
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	90
1. สรุปผลการวิจัย	90
1.1 พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางปลอมที่แตกต่างในพริตตี้.....	90
1.2 สิ่งที่ทำให้พริตตี้ยังคงใช้เครื่องสำอางปลอมหรือตกเป็นเหยื่อ	92
1.2.1 การใช้ค่านิยมของสังคม	92
1.2.2 การใช้สื่อโฆษณาชวนเชื่อ.....	92
1.2.3 การรื้อวิจจากบุคคลต่างๆ เช่น คนดังในสังคม หรือรื้อวิจจากบุคคลอื่น	92
1.2.4 การเชื่อถือบุคคลรอบข้าง เพื่อน บุคคลใกล้ชิด	93
1.3 ผลกระทบที่เกิดกับพริตตี้จากการใช้เครื่องสำอางปลอม.....	93
1.3.1 ร่างกายภายใน	93
1.3.2 ร่างกายภายนอก.....	94
1.3.3 ผลกระทบต่อรายได้ เงิน	94
1.3.4 ผลของการใช้เครื่องสำอางปลอมส่งผลให้เสียสุขภาพและหมดโอกาสในการทำงาน	94

2. ข้อเสนอแนะ	103
2.1 เจริญนโยบาย	104
2.2 แนวทางปฏิบัติ	104
บรรณานุกรม.....	105
ประวัติผู้เขียน.....	107



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ภาพรวมของตลาดเครื่องสำอางโลก ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2014-2020.....	2
ตารางที่ 2 กรณีศึกษาพริตตี้จากผลกระทบจากการใช้เครื่องสำอางปลอม 15 คน.....	67
ตารางที่ 3 กรณีศึกษาจากพริตตี้ประเภทที่ใช้เครื่องสำอางเป็นประจำ 7 ราย	95
ตารางที่ 4 กรณีศึกษาจากพริตตี้ประเภทที่ไม่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ 7 รายและประเภทพริตตี้ที่ไม่ใช้เครื่องสำอางปลอม 1 ราย.....	98



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
รูปภาพที่ 1 เครื่องสำอองปลอม (อันตราย) ในเว็บไซต์ของ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) โดยเป็นผลิตภัณฑ์ผิดกฎหมาย	5
รูปภาพที่ 2 สารอันตรายที่ตรวจพบในเครื่องสำออง.....	10



บทที่ 1

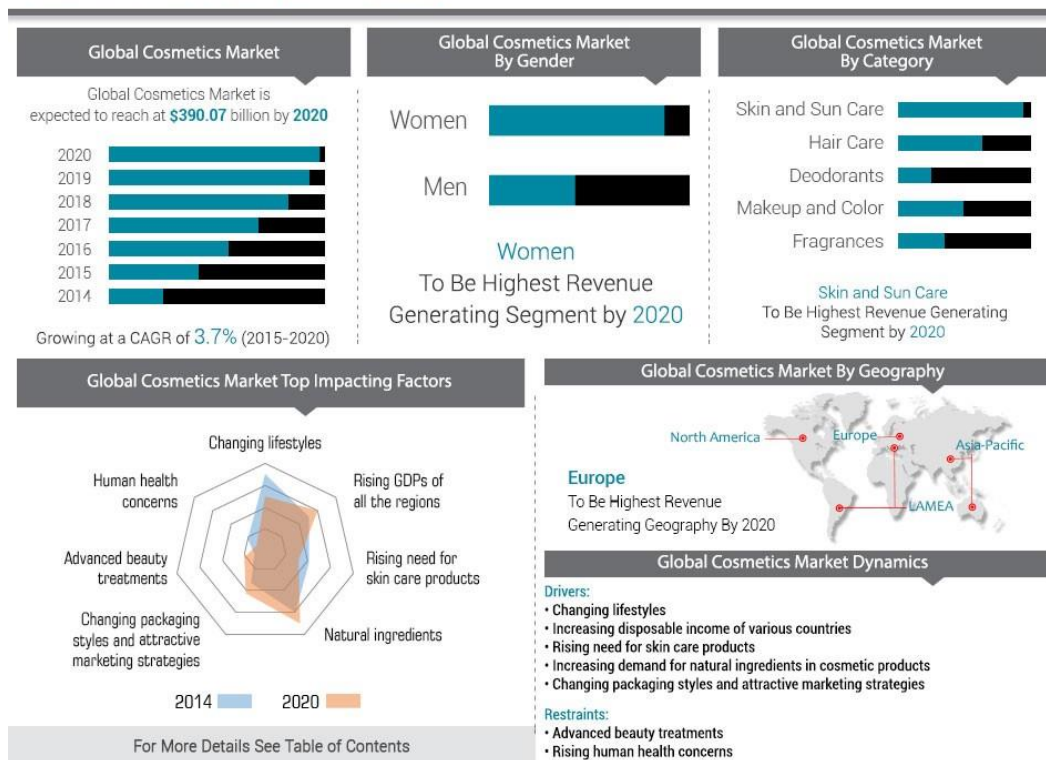
บทนำ

1. ที่มาและความสำคัญ

เครื่องสำอางเป็นสิ่งที่มีจำหน่ายมากโดยเฉพาะเพศหญิงซึ่งเป็นเครื่องมือที่สามารถบ่งบอกสถานะ ความสำคัญและความสัมพันธ์ในสังคมได้ ซึ่งเครื่องสำอางมีความสำคัญต่อเพศหญิงมาอย่างช้านาน ตั้งแต่สมัยอียิปต์โบราณ เนื่องด้วยเครื่องสำอางเป็นสิ่งที่ยู่นอกจากปัจจัยทั้งสี่อย่าง (อาหาร ที่อยู่ อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค) ดังนั้นการใช้เครื่องสำอางนั้นจะมีการใช้กันในชนชั้นสูงช่วงยุค โบราณผู้หญิงที่มีการใช้เครื่องสำอางเพื่อความสวยงามปกปิดสิ่งที่ไม่ต้องการเพื่อสร้างความมั่นใจ ให้กับตนเองการใช้เครื่องสำอางจึงมีในหลากหลายรูปแบบ เช่น วัตถุประสงค์การผลิต การคิดสรรที่ แตกต่างกันไป อย่างไรก็ตามสุดท้ายจะมีความต้องการในผลลัพธ์เดียวกันเสมอ นอกจากนี้การใช้ เครื่องสำอางเพื่อความสวยงามแต่รูปลักษณ์ภายนอกนั้นยังทำให้ดูน่าเชื่อถือเป็นที่ยอมรับในสังคม เพราะผู้ที่สามารถใช้เครื่องสำอางในยุคแรกเริ่มนั้นมักจะเป็นชนชั้นสูงซึ่งข้อเท็จจริงนี้มักจะมีให้สังเกต ได้จากประวัติศาสตร์ในแต่ละประเทศ อย่างไรก็ตามการใช้เครื่องสำอางได้มีการพัฒนาไปสู่การใช้ใน การบันเทิง เช่นการแสดงจึงสังเกตว่าแต่ละท้องที่จึงได้มีการนำเครื่องสำอางมาใช้เพื่อให้ได้รูปแบบ ความสวยงามอันเป็นอุดมคติความค่านิยมของวัฒนธรรมนั้น ซึ่งข้อสังเกตนี้จะเห็นได้จากการแสดง โขนของไทย การแสดงงิ้วของจีน เพื่อให้มีความใกล้เคียงกับอุดมคติค่านิยมในวัฒนธรรมนั้น แม้กระทั่งในปัจจุบันความนิยมในเครื่องสำอางก็ยังไม่ไปทางเดียวกันกับค่านิยมความงามในสังคม เครื่องสำอางกับค่านิยมของสังคมส่งผลให้เห็นถึงสถานะทางสังคมเสริมสร้างบุคลิกภาพและความ มั่นใจหรืออาจส่งผลต่อหน้าที่การงานได้ในงานบางประเภทโดยเฉพาะงานบริการงานที่จำเป็นต้องเข้า สังคมเพราะเครื่องสำอางเป็นเครื่องมือสำคัญชนิดหนึ่งที่สำคัญเป็นอย่างมาก

ตารางที่ 1 ภาพรวมของตลาดเครื่องสำอางโลก ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2014-2020

Global Cosmetics Market Size and Forecast (2014 - 2020)



ที่มา : Allied Market Research, 2563

จากแผนภาพจะแสดงให้เห็นถึงการเติบโตของตลาดเครื่องสำอางโดยแสดงการเติบโตตั้งแต่ปี 2014 จนถึงปี 2020 จะเห็นได้ว่าการเติบโตของตลาดเครื่องสำอางปี 2020 นี้แนวโน้มคือ มีมูลค่าตลาดสูงขึ้นไปถึง 390.07 พันล้านดอลลาร์และการเปรียบเทียบระหว่างเพศ ซึ่งเพศหญิงจะมีการใช้เครื่องสำอางสูงขึ้นตามลำดับ โดยมากกว่าครึ่งหนึ่งของเพศชาย ในกลุ่มประเภทเครื่องสำอางที่มีการเติบโตเป็นอย่างมากในปี 2020 คือ ประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและกันแดด ในขณะที่เทรนด์การซื้อเครื่องสำอางในปัจจุบันจะพบว่าขึ้นอยู่กับอัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์รวมในประเทศ (GDP) และเทรนด์ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าตลาดเครื่องสำอางมีการเติบโตตลอดเวลาและมีมูลค่าตลาดเพิ่มมากขึ้น เพราะผู้บริโภคมีการใช้เครื่องสำอางในชีวิตประจำวันซึ่งพร้อมเสียค่าใช้จ่ายมากขึ้นในการซื้อเครื่องสำอาง แม้ว่าโลกจะมีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องเทคโนโลยี การพัฒนาต่างๆที่มีมากขึ้นแต่อัตราความต้องการมูลค่าตลาดเครื่องสำอาง ไม่ได้มีน้อยลงในทางตรงกันข้ามกลับมีความต้องการเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะเรื่องของหน้าตา ผิวพรรณเป็นส่วนสำคัญของสังคมในปัจจุบันยังสังคมมีการ

เปลี่ยนแปลงพัฒนาเพิ่มขึ้นความต้องการและการเติบโตของตลาดเครื่องสำอางก็มีเพิ่มขึ้นตามลำดับ ในส่วนประเทศไทยนั้นเป็นประเทศที่มีการเติบโตตลาดเครื่องสำอางเป็นอันดับต้นของเอเชียทั้งยังมีการเติบโตคู่กับการค้าขายทางด้านออนไลน์ ด้วยเหตุนี้การเติบโตในตลาดเครื่องสำอางยังคงมีการขยายต่อไปได้อีกแม้จะมีการจับจ่ายใช้สอยในผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคบางอย่างลดลงแต่เครื่องสำอางยังคงมีการจับจ่ายสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ตลาดเครื่องสำอางจึงมีมูลค่ามหาศาลและมีแนวโน้มที่จะขยายตัวซึ่งการขยายตัวตลาดเครื่องสำอางที่มีมากขึ้นเกิดจากความจำเป็นและผู้ใช้ที่มีจำนวนมาก โดยเฉพาะในตลาดเอเชียมีการเติบโตขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งอุตสาหกรรมเครื่องสำอางตลาดเอเชียแปซิฟิกโตถึงร้อยละ 32 ตลาดอเมริกาเหนือ และยุโรปตะวันตกเติบโตร้อยละ 21 (Euromonitor,2558)

ในประเทศไทย “ตลาดความงาม” ได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่องโดยตัวเลขจาก Euromonitor (มีนาคม 2560) ของภาพรวมตลาดความงามในไทยเมื่อปี 2559 มีอัตราการเติบโตสูงชันกว่าร้อยละ 6.5 มีมูลค่ารวมกว่า 154,000 ล้านบาท ประเทศไทยจึงมีส่วนแบ่งการตลาดเครื่องสำอางร้อยละ 40 ในภูมิภาคอาเซียนซึ่งสูงเป็นอันดับหนึ่ง (จากข้อมูลของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม) ในภาพรวมตลาดความงามในไทยมูลค่า 1.54 แสนล้านบาท คือ ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว (Skincare) ร้อยละ 46 ในปี 2559 เติบโตร้อยละ 6.1 มูลค่าตลาดรวม 70,000 ล้านบาท

จากการเติบโตของเครื่องสำอางในประเทศไทยจึงทำให้มีการทำธุรกิจประเภทนี้จำนวนมาก เนื่องด้วยรายได้มหาศาลจากธุรกิจเครื่องสำอางจึงทำให้เป็นที่น่าสนใจต่อผู้ลงทุน จากข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า การจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจผลิตเครื่องสำอางย้อนหลัง 5 ปีพบว่า การจดทะเบียนจัดตั้งของธุรกิจประเภทนี้มีอัตราก้าวกระโดดและต่อเนื่อง โดยในปี 2559 เดือนมีนาคมมีการจดทะเบียนถึง 60 ธุรกิจเครื่องสำอางซึ่งมากกว่าเดือนอื่นในรอบห้าปี (ปี 2555 - 2559) ดังนั้นธุรกิจเครื่องสำอางจึงเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้น ในธุรกิจผลิตเครื่องสำอางมีจำนวนธุรกิจที่ดำเนินกิจการอยู่ทั่วประเทศ 1,781 ราย (กองข้อมูลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2559)

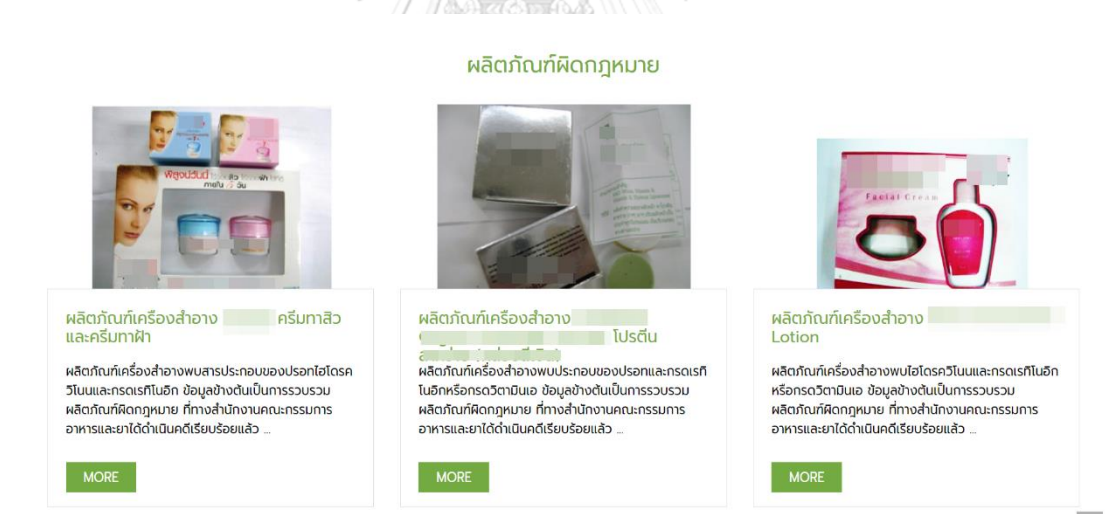
ดังนั้นการค้าขายสินค้าประเภทเครื่องสำอางจึงมีทั่วไปในตลาดที่เห็นในปัจจุบันและทางอินเทอร์เน็ตอย่างมากมาย เนื่องด้วยความสำคัญของเครื่องสำอางจะเห็นได้จากผู้คนต่างใช้เครื่องสำอางในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ราคาของเครื่องสำอางที่สูงกว่าสินค้าโภคภัณฑ์อื่นจึงทำให้ตลาดเครื่องสำอางมีมูลค่าสูงทำให้มีผู้ประกอบการจำนวนมากต้องการลงทุนในส่วนนี้เพราะมีรายได้ดีกว่าธุรกิจอื่น ดังนั้นธุรกิจเครื่องสำอางจึงเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้เป็นจำนวนมากแม้ว่าบางครั้งเศรษฐกิจขบเซาแต่เครื่องสำอางก็ยังขายได้ อย่างไรก็ตามในธุรกิจเครื่องสำอางเมื่อผู้ผลิตหรือนัก

ลงทุนต้องการกำไรจำนวนมากจากการขายเครื่องสำอางแก่ผู้บริโภค ผู้ผลิตจะพยายามลดต้นทุนสินค้า และใช้สารเคมีที่ห้ามใช้ในเครื่องสำอางหรือสารเคมีที่ใช้ในปริมาณมากจนเป็นอันตรายเพื่อให้เห็นผลลัพธ์ที่เร็วตอบสนองความต้องการต่อผู้ใช้ ดังนั้นจึงเป็นการหลอกลวงผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเพื่อการได้มาซึ่งกำไรตามแนวคิดทางทุนนิยม จากการศึกษาเรื่องการหลอกลวงผู้บริโภค เครื่องสำอางจะมองถึงเครื่องสำอางที่สร้างยี่ห้อขึ้นมาส่วนมากจะใช้วัตถุดิบที่อันตรายและหลอกลวงผู้บริโภคโดยเน้นการเห็นผลระยะสั้นซึ่งไม่บอกถึงอันตรายในระยะยาว เครื่องสำอางเหล่านี้อาศัยความต้องการของกระแสสังคมว่ามีกระแสสังคมไปในทิศทางใดเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของกระแสสังคมในช่วงนั้นได้เป็นอย่างดี เช่น ความต้องการผิวขาวในสังคมโดยทำเครื่องสำอางปลอมขึ้น และใส่สารที่มีผลต่อการมีผิวขาวที่เร็วขึ้นแต่ก็ตามมาด้วยอันตราย เครื่องสำอางชนิดนี้จะเป็นเครื่องสำอางที่มีต้นทุนในการผลิตต่ำ ใช้สารอันตรายและวัตถุดิบคุณภาพต่ำแต่เพื่อความน่าเชื่อถือเป็นที่รู้จักและให้เป็นที่ต้องการผู้บริโภคจึงได้มีการหลอกลวงโดยใช้การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ (การจ้างผู้คนรีวิวตามสื่อสังคม เน็ตไอดอลที่นิยม) รวมไปถึงการแสดงให้เห็นผลลัพธ์ที่ไม่น่าเชื่อถือ เครื่องสำอางธรรมดาตามท้องตลาดไม่สามารถทำได้

จำนวนผู้กระทำความผิดในกลุ่มผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเครื่องสำอาง (ครีมทาผิวและอาหารเสริม) ผิดกฎหมายปี 2558 จำนวน 101 ครั้ง โดยพบผู้กระทำความผิดจำนวน 148 คน จำนวนของกลาง 1019 รายการ มูลค่าความเสียหาย 185 ล้านบาท แต่ 5 ปีที่ผ่านมาดำเนินคดีแล้ว 400 ราย มูลค่าของกลางกว่า 300 ล้านบาท (สำนักข่าวไทยพีบีเอส, 2561)

การหลอกลวงผู้บริโภคเกิดขึ้นตามความต้องการเพิ่มรายได้ของผู้ผลิต แต่การรับรู้ของผู้คน ค่านิยมในการเลือกใช้ ค่าครองชีพ อายุ การศึกษาความแตกต่างทางด้านกายภาพและสังคมจึงเป็นเรื่องที่สำคัญถึงพฤติกรรมหลอกลวงผู้บริโภค การเลือกซื้อเลือกใช้ในพฤติกรรมของผู้บริโภค วิถีคิดและค่านิยมที่ทำให้เกิดความแตกต่างเปรียบเทียบระหว่างบุคคลในเรื่องของเครื่องสำอาง ปัญหาเครื่องสำอางที่เกิดขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมไทยที่มีให้เห็นโดยทั่วไปจากกรณีของการหลอกลวงผู้บริโภคในเรื่องเครื่องสำอางมีแนวโน้มมากขึ้นพร้อมกับการเจริญเติบโตของตลาดเครื่องสำอางสาเหตุที่มองถึงปัญหาความสำคัญของเรื่องนี้เพราะเครื่องสำอางเป็นสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเป็นของใช้ที่กลายมาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันด้วยมูลค่าที่สูงของผลิตภัณฑ์มากกว่าผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ในการศึกษานี้จะเน้นเครื่องสำอางที่เป็นกลุ่มของครีมบำรุงผิวหรือกลุ่มของครีมที่ช่วยให้มีผิวขาวใสตามแบบค่านิยมของสังคมซึ่งสินค้าเหล่านี้สามารถก่อผลกระทบต่อเรื่องของสุขภาพ สังคม เศรษฐกิจ จากการหลอกลวง นอกจากนี้การหลอกลวงจะเกิดได้ง่ายขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งในผู้บริโภคที่รู้เท่าไม่ถึงการณ์หรือผู้บริโภคที่ไม่คำนึงผลกระทบในระยะยาวการสนับสนุนของค่านิยมในสังคมหรือวิถีคิดของแต่ละบุคคลจึงเป็นส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้มีการหลอกลวงรูปแบบนี้ยังคงอยู่

โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลอกกลางที่เกิดขึ้นกับกลุ่มผู้ที่ทำอาชีพฟรีตี้ ซึ่งเป็นอาชีพที่จะต้องทำให้มีบุคลิกลักษณะทางกายภาพที่ดี ทั้งหน้าตา รูปร่าง ผิวพรรณ การดูแลเป็นพิเศษเพื่อโอกาสในการทำงาน ค่านิยมจึงส่งผลให้ต้องมีการปรับปรุงลักษณะกายภาพเพื่อเป็นไปตามแบบของสังคมเพราะการลงทุนทางอาชีพของฟรีตี้ ดังนั้นการเลือกใช้เครื่องสำอางที่ทำให้มีผิวที่ขาวสวยตามค่านิยมของสังคมในเครื่องสำอางที่ได้มาตรฐานทั่วไปอาจจะไม่ทำให้ได้ผลลัพธ์ผิวที่ขาวได้ตามสมควรหรือรวดเร็วและยังมีราคาที่แพงกว่า ดังนั้นเครื่องสำอางปลอมจึงเป็นตัวเลือกหนึ่งที่เข้ามาสำหรับฟรีตี้แต่กระนั้นเครื่องสำอางปลอมเหล่านี้ก็จะกล่าวสรรพคุณในผลลัพธ์ผลิตภัณฑ์ของตนข้อจำกัดหรือผลกระทบต่อสุขภาพผลเสียจึงไม่ได้มีแจ้งไว้ในผลิตภัณฑ์ ในการศึกษาเรื่องนี้จึงน่าสนใจในเรื่องของวิธีการลอกกลาง ผู้บริโภคผ่านช่องทางต่าง ๆ ช่องทางไหนเป็นช่องทางที่กลุ่มฟรีตี้นิยมและหลงเชื่อง่ายที่สุดเพื่อให้สามารถหาสาเหตุที่ทำให้เข้าใจ แม้จะมีการประชาสัมพันธ์ถึงอันตรายของเครื่องสำอางปลอมแต่ก็ยังคงมีผู้ใช้ซึ่งส่งผลต่อสุขภาพร่างกายและจิตใจของผู้ใช้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเพื่อหาแนวทางวิธีการแก้ไขจากต้นเหตุ เนื่องจากฟรีตี้เป็นกลุ่มแรกที่ใช้และเป็นแบบอย่างที่จะทำให้บุคคลอื่นได้ใช้ตามเพื่อเป็นการลดการใช้เครื่องสำอางปลอมและลดพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางปลอมที่จะเกิดขึ้นจึงได้ศึกษาในกลุ่มฟรีตี้



รูปภาพที่ 1 เครื่องสำอางปลอม (อันตราย) ในเว็บไซต์ของ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) โดยเป็นผลิตภัณฑ์ผิดกฎหมาย

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.), 2561

จากภาพที่แสดงเบื้องต้นคือเครื่องสำอางที่อันตรายและผิดกฎหมายซึ่งแสดงในเว็บไซต์องค์การอาหารและยา ซึ่งทางองค์การอาหารและยามีการดำเนินคดีเรียบร้อยแล้ว โดยมีการอนุญาตให้

เผยแพร่เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้ามาตรวจสอบได้ซึ่งเครื่องสำอางเหล่านี้มีสารเคมีที่มีอันตรายต่อผู้ใช้

ครีมทาผิว และครีมทาฝ้า

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางพบสารประกอบของปรอทไฮโดรควิโนนและกรดเรทินอยด์
ข้อมูลข้างต้นเป็นการรวบรวมผลิตภัณฑ์ที่ผิดกฎหมาย ที่ทางสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ดำเนินการคดีเรียบร้อยแล้ว และได้รับการอนุมัติให้มีการเผยแพร่ต่อสาธารณชน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 จนถึงปัจจุบัน โดยท่านสามารถสังเกต ปีที่เผยแพร่จากหมายเลขด้านล่างได้
*หมายเหตุ : ข้อมูลนี้ได้รับการอนุมัติให้เผยแพร่เมื่อ ปี พ.ศ.2561



ตัวอย่างที่หนึ่ง อนุญาตให้มีการเผยแพร่ต่อสาธารณชนตั้งแต่ปี 2561 - ปัจจุบัน

เครื่องสำอางยี่ห้อ1 เครื่องสำอางอันตรายมีส่วนประกอบสารเคมีอันตราย คือ ไฮโดรควิโนน และกรดเรติโนอิก ซึ่งไฮโดรควิโนนนั้นทำให้ผิวระคายเคือง จุดต่างขาว เป็นฝ้าถาวร และกรดเรติโนอิกจะทำให้ผิวแสบร้อนรุนแรง อักเสบ และยังส่งผลต่ออันตรายกับทารกในครรภ์



Lotion

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางพบบไฮโดรควิโนนและกรดเรติโนอิกหรือกรดวิตามินเอ
ข้อมูลข้างต้นเป็นการรวบรวมผลิตภัณฑ์ผิดกฎหมาย ที่ทางสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ดำเนินการยึดเรียบร้อยแล้ว และได้รับการอนุมัติให้มีการเผยแพร่ต่อสาธารณชน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 จนถึงปัจจุบัน โดยท่านสามารถสังเกต ปีที่เผยแพร่จากหมายเลขด้านหลังได้
*หมายเหตุ : ข้อมูลนี้ได้รับการอนุมัติให้เผยแพร่เมื่อ ปี พ.ศ.2561



ตัวอย่างที่สอง อนุญาตให้มีการเผยแพร่ต่อสาธารณชนตั้งแต่ปี 2561-ปัจจุบัน

เครื่องสำอางยี่ห้อ 2 เครื่องสำอางอันตรายมีส่วนประกอบสารเคมีอันตราย คือ ไฮโดรควิโนน และกรดเรทีโนอิก ซึ่งสารไฮโดรควิโนนนั้นทำให้ผิวระคายเคือง จุดด่างขาว เป็นฝ้าถาวร และกรดเรทีโนอิกจะทำให้ผิวแสบร้อนรุนแรง อักเสบ และยังส่งผลต่ออันตรายกับทารกในครรภ์



ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางพบประกอบของปรอทและกรดเรทีโนอิกหรือกรดวิตามินเอ
ข้อมูลข้างต้นเป็นการรวบรวมผลิตภัณฑ์ผิดกฎหมาย ที่ทางสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ดำเนินการตรวจสอบเรียบร้อยแล้ว และได้รับการอนุมัติให้มีการเผยแพร่ต่อสาธารณชน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 จนถึงปัจจุบัน โดยท่านสามารถสังเกต ปีที่เผยแพร่จากหมายเหตุด้านล่างได้
*หมายเหตุ : ข้อมูลนี้ได้รับการอนุมัติให้เผยแพร่เมื่อ ปี พ.ศ.2561



ตัวอย่างที่สาม อนุญาตให้มีการเผยแพร่ต่อสาธารณชนตั้งแต่ปี 2561 - ปัจจุบัน

เครื่องสำอางยี่ห้อ3 เครื่องสำอางอันตรายมีส่วนประกอบสารเคมีอันตราย คือปรอทและกรดเรทีโนอิก ซึ่งปรอททำให้เกิดผื่นแพ้ ผิวหน้าดำ ผิวบาง และฝ้าถาวร นอกจากนี้ยังส่งผลอันตรายต่อภายในร่างกาย คือดูดซึมเข้าสู่กระแสโลหิต เกิดโลหิตจาง ตับและไตอักเสบ รวมถึงอันตรายสู่ทารกในครรภ์ ส่วนกรดเรทีโนอิกจะทำให้ผิวแสบร้อนรุนแรง อักเสบ และยังส่งผลต่ออันตรายกับทารกในครรภ์

สารอันตรายในเครื่องสำอางปลอม

เครื่องสำอางหากใช้ที่ไม่ได้มาตรฐานถือว่าเป็นอันตรายอย่างมากเพราะเครื่องสำอางนั้นก็มีองค์ประกอบทางเคมีเช่นเดียวกับยาแต่ก็ไม่ได้มีความเข้มข้นเช่นเดียวกับยาซึ่งทำให้เครื่องสำอางปลอมมีการเกิดขึ้นมากขึ้นเกิดผู้ผลิตรายใหม่ขึ้นได้ง่ายท่ามกลางการแข่งขันทางธุรกิจกับกระแสความงาม เพราะผู้ประกอบการซึ่งหวังเพียงผลกำไร การผลิตเครื่องสำอางปลอมที่อันตรายจึงผสมสารห้ามใช้ สำหรับสารอันตรายที่ผู้ประกอบการมักนำมาเป็นส่วนผสมของครีมยอติที่ติด1 ใน 3 ของการจับกุมคือ

สารปรอท(แอมโมเนีย) ส่วนใหญ่พบในครีมลดสี ลดฝ้า หน้าขาว โดยสารปรอท(แอมโมเนีย) หากใช้เป็นระยะเวลาานจะสะสมในร่างกายเกิดความผิดปกติของระบบทางเดินปัสสาวะทำให้ไตอักเสบ, กรดวิตามินเอสามารถซึมผ่านกระแสเลือดทำให้ทารกในครรภ์พิการ (Westerhof and Kooyers, 2005)

สารไฮโดรควิโนที่พบในครีมหน้าขาว ผิวขาว โดยสารไฮโดรควิโนนจะออกฤทธิ์โดยการยับยั้งกระบวนการสร้างเม็ดสีของผิวหนังหรือที่เรียกว่า เมลานิน จึงส่งผลทำให้ผิวขาวขึ้นได้แต่การใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของไฮโดรควิโนนนั้นควรใช้กับผู้ที่ปัญหาผิวหรือรอยต่างดำจากสีที่รุนแรง และจะต้องมีอัตราของตัวยาที่แน่นอนระบุอยู่ นอกจากนี้ควรใช้ในระยะเวลาที่จำกัดไม่ควรใช้นานเกินไปและไม่ควรหยุดใช้ยาทันทีเนื่องจากอาจจะทำให้ผิวคล้ำลงกว่าเดิมได้จากการที่ผิวหนังเร่งผลิตเซลล์เม็ดสีมาทดแทน ทั้งนี้สารไฮโดรควิโนนเป็นสารที่ทำปฏิกิริยากับแสงแดดซึ่งหากทายาที่มีส่วนผสมของสารไฮโดรควิโนนแล้วไม่ทาครีมกันแดด ฝ้าจะดำกว่าเดิม

มีรายงานระบุว่าปัจจุบันสารไฮโดรควิโนนได้ถูกสั่งห้ามใส่ในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่วางจำหน่ายทั่วไป ส่วนในคลินิกที่จ่ายยารักษาฝ้าโดยแพทย์ยังสามารถจ่ายให้ผู้ป่วยได้ตามความเหมาะสมและดุลยพินิจของแพทย์ ทั้งนี้การใช้เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของไฮโดรควิโนนที่ไม่ได้อยู่ภายใต้การควบคุมของแพทย์ เช่น การหาซื้อเครื่องสำอางทาฝ้ามาใช้เองอาจก่อให้เกิดอันตรายได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้มักจะผสมไฮโดรควิโนนในปริมาณสูงมากกว่าเกณฑ์ที่กำหนด คือร้อยละ 3-5 โดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ได้กำหนดให้ผสมสารไฮโดรควิโนนในการรักษาฝ้าได้ไม่เกินร้อยละ

2 อาจก่อให้เกิดผลข้างเคียงจากการใช้ได้ เริ่มจาก อาการระคายเคืองต่อผิว เกิดจุดต่างขาที่หน้าผักวหน้าดำ เป็นฝ้าถาวรรักษาไม่หาย ทำให้เกิดโรคผิวหนังขึ้น เกิดตุ่มนูนสีด้าบริเวณโหนกแก้มและสันจมูก ซึ่งเป็นบริเวณที่ทาบ่อยๆหากใช้ติดต่อกันเป็นเวลานานมากกว่า 6 เดือนจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของเนื้อเยื่อภายในผิวหนังทำให้เกิดเป็นฝ้าถาวรได้รวมทั้งเพิ่มโอกาสเสี่ยงต่อการเป็นมะเร็งผิวหนังและโลหิตจางที่เกิดจากไขกระดูกฝ่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าใช้ติดต่อกันเป็นเวลานาน

กรดวิตามินเอสามารถซึมผ่านกระแสดเลือดทำให้ทารกในครรภ์พิการแม้ว่าเด็กทารกที่คลอดออกมาจะมีความปกติแต่ก็มีความเสี่ยงสูงที่จะพบความบกพร่องทางสมองได้เช่นกัน (Punyapathiyarn,2004)

เครื่องสำอางที่ปลอมใส่สารอันตรายจึงมีผลกระทบเป็นอย่างมากต่อสุขภาพแม้จะอันตรายแต่ก็ยังมีให้พบอยู่มากในปัจจุบันซึ่งหาซื้อได้ง่ายและยังคงมีพริตตี้บางคนรวมไปถึงบุคคลกลุ่มอื่นใช้กันอย่างแพร่หลาย



รูปภาพที่ 2 สารอันตรายที่ตรวจพบในเครื่องสำอาง

ที่มา : สถาบันโรคผิวหนัง, 2562

จากรูปภาพนี้ คือการแสดงให้เห็นผลการทดสอบสารอันตรายในเครื่องสำอางปี พ.ศ. 2561 - 2562 ซึ่งตัวอย่างสารอันตรายที่ตรวจพบจากผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 420 ผลิตภัณฑ์ มีสารอันตรายอยู่ถึง 109 ผลิตภัณฑ์คิดเป็นร้อยละ 25.95 โดยสารอันตรายที่ตรวจพบนั้น จะพบว่ามีทั้งหมด 3 ชนิดหลัก

และผสมกันอีก 3 รูปแบบรวมเป็นทั้งหมดที่พบมี 6 รูปแบบ โดยส่วนใหญ่จะพบสารปรอทมากเป็นอันดับหนึ่งซึ่งมีสารปรอทที่พบนั้นสูงถึงร้อยละ 15.95 รองลงมาคือสารไฮโดรควิโนนซึ่งมีร้อยละ 4.10 และสารเรทีโนอีกร้อยละ 3.10

“สถิติการจับกุมผู้กระทำความผิดช่วงปี พ.ศ. 2552 - 2557 กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคสามารถจับผู้ประกอบการที่กระทำผิดได้ 1,594 ราย ในฐานความผิด พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 พระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติวัตถุอันตราย พ.ศ.2535 พระราชบัญญัติวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตประสาท พ.ศ.2510 พระราชบัญญัติสถานพยาบาล และพระราชบัญญัติอื่น” (ที่มาจาก ธุรกิจ“ครีม - อาหารเสริม” ภัยเงียบในโลกออนไลน์เขียนวันที่ วันอาทิตย์ที่ 07 มิถุนายน 2558 เวลา 08:00 น. สำนักงานข่าวอิสรา)

ส่วนมากจากข้อมูลของเจ้าหน้าที่ด้านสำนักควบคุมเครื่องสำอางและวัตถุอันตรายองค์การอาหารและยา (อย.) นั้นเครื่องสำอางปลอมในปัจจุบันมักจะโฆษณาอวดอ้างสรรพคุณเพื่อขายให้กับผู้บริโภคผ่านสื่อออนไลน์จำนวนมาก ซึ่งผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่เพียงขั้นตอนการจดแจ้งองค์การอาหารและยาแต่มักจะโฆษณาว่าผ่านองค์การอาหารและยาจึงทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดว่าได้รับการรับรองผลิตภัณฑ์โดยองค์การอาหารและยา ซึ่งในการจดแจ้งนั้นเป็นเพียงการแจ้งของเจ้าของผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสูตรเครื่องสำอางที่ผู้ประกอบการนำมาขึ้นจดแจ้ง หากองค์การอาหารและยาตรวจสอบไม่พบสารต้องห้ามก็ออกเลขจดแจ้งองค์การอาหารและยาให้เพื่อสามารถตรวจสอบได้ ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่มีเลขจดแจ้งองค์การอาหารและยาไม่ได้ยืนยันว่าปลอดภัยทุกชนิด เพียงง่ายต่อการตรวจสอบเมื่อได้รับการร้องเรียนจากประชาชนหรือการสุ่มตรวจเท่านั้น ด้วยเหตุนี้เองผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผลิตขึ้นมาเองจึงมีสรรพคุณอวดอ้างก่อนมีการออกสู่ตลาดโดยแจ้งส่วนประกอบที่ไม่อันตรายแก่องค์การอาหารและยาเพื่อให้สามารถมีฉลากผ่านการรองรับเพื่อให้ผู้บริโภคหลงเชื่อได้

ดังนั้นในการศึกษานี้ศึกษาเครื่องสำอางปลอมของกลุ่มของพริตตี้โดยเครื่องสำอางปลอมจากการศึกษานี้จะครอบคลุมถึงครีมทาผิวทั้งให้ผลซึมเข้าสู่ผิวหนังหรือทาเคลือบที่ผิว สาเหตุที่ให้ความสนใจในกลุ่มพริตตี้นั้นเพราะพริตตี้คือกลุ่มบุคคลธรรมดาทั่วไปที่อาจจะเป็นนิติน นักศึกษา กลุ่มวัยทำงานในสังคม โดยจะมีอาชีพหลักที่แตกต่างแต่มีงานเสริมคือการเป็นพริตตี้ ในกลุ่มคนเหล่านี้มีงานเสริมคือพริตตี้คือเพื่อให้ได้รายได้มากขึ้น และพริตตี้ยังเป็นกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องกับเครื่องสำอางในชีวิตประจำวันมากกว่ากลุ่มอื่นในเรื่องของผู้บริโภคและเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูงต่อการใช้เครื่องสำอางปลอมซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเรื่องของสุขภาพและความเสียหายที่จะเกิดขึ้นมากกว่ากลุ่มอื่น ดังนั้นกลุ่มพริตตี้จึงเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงต่อการใช้เครื่องสำอางปลอมมากที่สุด สาเหตุที่พริตตี้

เป็นกลุ่มที่มีการใช้เครื่องสำอางปลอมเนื่องจากเครื่องสำอางปลอมสามารถตอบโจทย์ผลลัพธ์ของพรีตี้ได้และราคาที่สามารถจับต้องได้ การตอบโจทย์จึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการใช้เครื่องสำอางปลอมของพรีตี้เพราะพรีตี้จะต้องทำงานโดยอาศัยรูปลักษณ์สิ่งเหล่านี้จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้พรีตี้เลือกใช้เครื่องสำอางปลอม ในส่วนของคุณิยมทางสังคมก็เป็นส่วนที่สำคัญที่ทำให้พรีตี้มีการใช้เครื่องสำอางปลอมมากขึ้น เครื่องสำอางปลอมเหล่านี้ไม่ได้มีไว้เพื่อบำรุงผิวแต่เป็นเครื่องมือในการสร้างผิวให้สมบูรณ์แบบในพรีตี้แต่เปรียบเสมือนเครื่องมือที่สำคัญต่อการหาเงินและต่ออาชีพของพรีตี้ได้และการใช้เครื่องสำอางปลอมในพรีตี้ยังมีส่วนสำคัญในการทำให้คนในสังคมหลงเชื่อในเครื่องสำอางปลอม โดยดูผลลัพธ์จากรูปลักษณ์ของพรีตี้โดยเฉพาะด้านดีที่แสดงออกมา ดังนั้นการศึกษานี้จึงมองว่าพรีตี้อาจจะแบ่งออกเป็นกลุ่มที่ถูกหลอกหลวงหรือกลุ่มที่รู้ถึงผลเสียต่อแต่ก็ยังเลือกใช้เพื่อหาสาเหตุที่แน่ชัดว่าเพราะเหตุใดพรีตี้จึงยังคงใช้เครื่องสำอางปลอมเหล่านี้ ทั้งเรื่องของรูปแบบการหลอกหลวงที่ทำให้พรีตี้ใช้หรือปัจจัยใดที่ทำให้พรีตี้ใช้ อาจจะเป็นในส่วนของปัจจัยเรื่องของราคาหรือปัจจัยผลลัพธ์ทางกายภาพในการตอบโจทย์ เพื่อหาสาเหตุที่สำคัญที่เป็นตัวกำหนดหรือโน้มน้าวให้เกิดขึ้นต่อการใช้เครื่องสำอางเหล่านี้ ซึ่งในประเทศไทยมีปัญหาในการหลอกหลวงเครื่องสำอางเป็นจำนวนมากสร้างความเสียหายแก่ผู้บริโภคจึงเป็นที่น่าสนใจถึงผลกระทบหลังจากใช้ในบางคนที่ทำให้เสียโฉมเสียสุขภาพระยะยาวจากการใช้เครื่องสำอางปลอมทำให้หมดโอกาสในเรื่องของงานและเสียค่าใช้จ่ายในการรักษาโดยมาจากสาเหตุหลายประการ ซึ่งสิ่งสำคัญจากผลกระทบที่เกิดขึ้นคือ ปัจจัยใดเป็นตัวชักนำให้เกิดปัญหานี้ได้ง่ายในสังคมเช่นปัจจัยชักจูงในสื่อ ค่านิยมของสังคมหรือบุคคลรอบข้างล้วนแต่มีอิทธิพลในการเลือกใช้เครื่องสำอางปลอมในพรีตี้

2. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางปลอมที่แตกต่างในพรีตี้
2. ศึกษาสาเหตุที่ทำให้พรีตี้ใช้เครื่องสำอางหรือตกเป็นเหยื่อของเครื่องสำอางปลอม
3. ศึกษาผลกระทบที่เกิดขึ้นกับพรีตี้จากการใช้เครื่องสำอางปลอม

3. ปัญหางานวิจัย

1. อะไรคือสาเหตุที่ทำให้ในพรีตี้มีกลุ่มที่ใช้เครื่องสำอางปลอมแต่ขณะเดียวกันอีกกลุ่มไม่ใช้
2. ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นอย่างไร

4. ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยที่ศึกษาการหลอกลวงผู้บริโภคในเครื่องสำอางปลอม(เครื่องสำอางไม่ผ่านมาตรฐาน)ในพริตตี้เพื่อชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างโดยมีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ งานวิจัยชิ้นนี้จึงเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยจะศึกษา เก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และประมวลผลข้อมูลโดยการใช้วิธีการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ

กลุ่มพริตตี้เพศหญิงจำนวน 15 คน โดยแบ่งออกเป็นกลุ่มที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ และกลุ่มที่ไม่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ แบ่งออกทั้งสองกลุ่มออกเป็นกลุ่มละ 7 คน โดย 1 คนคือพริตตี้ที่ไม่ใช้เครื่องสำอางปลอม เพื่อศึกษาแนวโน้มในอนาคตจากคนที่ไม่ใช้ว่าจะมีแนวโน้มไปในทิศทางใด ส่วนภาพรวมเพื่อให้ได้ข้อมูลในด้านพฤติกรรม ระดับความรู้ ความเข้าใจ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

ช่วงระยะเวลาการวิจัยจากวันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 ถึงวันที่ 26 เมษายน พ.ศ. 2563

5. นิยามศัพท์

การหลอกลวง (Fraud) หมายถึง การใช้อุบายทุจริตลวงให้เข้าใจผิดแสดงข้อความอันเป็นเท็จหรือปกปิดข้อความจริงที่ควรบอกให้แจ้ง รวมไปถึงการบอกอย่างไม่ครบถ้วนโดยปิดบังบางอย่างเพื่อให้บุคคลอื่นเข้าใจผิดและหลงเชื่อ

เครื่องสำอาง (Cosmetic) หมายถึง ครีมหรือโลชั่นที่ใช้สำหรับภายนอกใช้สำหรับผิวสวยและผิวหน้ามีผลทำให้ผิวพรรณมีความสวยงาม

พริตตี้ (Model) หมายถึง บุคคลที่ทำงานในการแสดงสินค้าโดยมีบุคลิก หน้าตาที่ดี

เครื่องสำอางปลอม (Fake cosmetic) หมายถึง เครื่องสำอางที่มียี่ห้อแปลกแต่อยู่ในกระแอสั่งคมช่วงระยะเวลาหนึ่งและเครื่องสำอางไม่มียี่ห้อ โดยเป็นเครื่องสำอางที่ไม่ผ่านมาตรฐานหรือพบว่ามีการใช้สารเคมีอันตรายที่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อผิวและสุขภาพต่อผู้ใช้

การเลือกซื้อ (How to shop) หมายถึง การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของพริตตี้เป็นการเลือกซื้อ ที่อาจรับรู้และไม่รับรู้ว่าเป็นเครื่องสำอางปลอมหรือไม่ หรือรับรู้ว่าเป็นเครื่องสำอางปลอม แต่ก็เลือกซื้อเพราะมีปัจจัยบางอย่าง

ช่องทางการจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง ช่องทางที่ได้มาซึ่งเครื่องสำอางปลอมจากการซื้อในสถานที่ต่างๆ รวมไปถึงช่องทางออนไลน์

ค่านิยม (Social Values) สิ่งที่สังคมเห็นชอบและกำหนดไปในทิศทางเดียวกันเป็นส่วนใหญ่ซึ่งไม่มีผิดมีถูกแต่เป็นสิ่งที่คนในสังคมล้วนชอบและต้องการให้เป็นไปในรูปแบบนี้ที่กำหนดขึ้น

บิวตี้บล็อกเกอร์ (Beauty Blogger) กลุ่มคนที่โด่งดังในกระแสสังคมตามสื่อทางอินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอางในกลุ่มพรีตี้

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบสาเหตุที่พรีตี้ยังคงตกเป็นเหยื่อของการหลอกลวงในเครื่องสำอางปลอม เห็นถึงกระแสนิยมในสังคมมีอิทธิพลเป็นอย่างมากและสามารถนำมาแก้ไขปัญหาค่าใช้จ่ายที่จะทำให้สังคมได้มองว่าการใช้กระแสนิยมที่เป็นอยู่มีผลอันตรายต่อสุขภาพโดยสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของพรีตี้
2. เพื่อให้เข้าใจผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการใช้เครื่องสำอางปลอมว่ามีอันตรายมากเพียงใดทำให้พรีตี้และสังคมได้ตระหนักถึงผลเสียระยะยาวมากกว่าผลลัพธ์ที่ได้ในระยะสั้น
3. เพื่อให้สังคมได้ตระหนักถึงปัญหานี้จะเกิดผลกระทบต่อทุกคนในสังคมได้ไม่เพียงแต่เฉพาะกลุ่มของพรีตี้เท่านั้น ทั้งนี้สังคมจะมีแรงกระตุ้นที่จะรับมือและแก้ปัญหา



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “กลไกการหลอกลวงต่อการใช้เครื่องสำอางปลอมในกลุ่มพรีตี้” ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory)
2. ทฤษฎีตัดสินใจเลือกอย่างมีเหตุผล (Rational Choice Theory)
3. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจเครื่องสำอาง (Cosmetic Business)

1. ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory)

เป็นทฤษฎีที่นำมาประยุกต์ใช้โดยอ้างอิงจากแนวคิดในเรื่องสิ่งเร้าและการตอบสนอง ซึ่งได้อธิบายในความแตกต่างกันของมนุษย์ในเรื่องของความแตกต่างปัจเจกบุคคล เช่น ความคิด ความสนใจ การรับรู้ และบุคลิกลักษณะแต่ละบุคคลโดยความแตกต่างเหล่านี้อาศัยอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมของบุคคลที่อยู่ วัฒนธรรมของสังคมนั้น ดังนั้นการรับรู้ของบุคคล ความคิด ความสนใจ อันก่อให้เกิดความแตกต่างได้นั้นเกิดจากการรับอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมที่อยู่ของบุคคล สภาพแวดล้อมที่แตกต่าง การถูกปลูกฝังในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง จนถึงการรับสารอย่างหนึ่งอย่างใดเป็นเวลานานส่งผลให้เกิดความแตกต่างระหว่างบุคคลโดยการเลือกรับสารของแต่ละบุคคลนั้น ความแตกต่างของแต่ละบุคคลจะแบ่งออกเป็น หลักของทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล คือ

ความแตกต่างส่วนบุคคลภายใน	ความแตกต่างจากบุคลิกลักษณะ ความคิดและจิตวิทยาแต่ละบุคคล
ความแตกต่างจากอิทธิพลภายนอก	อิทธิพลจากการเรียนรู้ที่ต่างกัน
	อิทธิพลจากสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน
	อิทธิพลจาก ค่านิยมสังคม ความเชื่อ

Defleur, M. (1989). Theories of mass communication (5 th ed.). New York: Longman.

ในสองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความแตกต่างของแต่ละบุคคลข้างต้นนั้นจะสามารถอธิบายถึงสาเหตุ ซึ่งทั้งสองปัจจัยนี้มีอิทธิพลต่อการรับหรือไม่รับสิ่งนั้นจึงเป็นความแตกต่างที่เกิดขึ้น (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533, หน้า 60 - 67)

1. อิทธิพลจากปัจจัยภายในหรือปัจจัยจากส่วนบุคคลเป็นส่วนประกอบสำคัญของความแตกต่างในแต่ละบุคคล โดยความแตกต่างของแต่ละบุคคลเช่น เพศ ช่วงอายุ ระดับทางเศรษฐกิจของบุคคลและ ส่วนประกอบความแตกต่างของการดำเนินชีวิตบุคคลนั้นจึงเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้บุคคลมีความแตกต่างในการยอมรับหรือไม่ยอมรับบางสิ่งได้

2. อิทธิพลจากปัจจัยจากภายนอกหรือเรียกว่าปัจจัยทางสังคมเกิดจากค่านิยมหรือวัฒนธรรมอันแตกต่าง ส่งผลให้บุคคลจะยอมรับหรือไม่ยอมรับสิ่งใดสิ่งหนึ่งเข้ามาหรือยอมรับสิ่งนั้นได้ซึ่งเป็นส่วนประกอบหลักในการทำให้บุคคลมีความแตกต่างกัน

แนวคิดเรื่องความแตกต่างระหว่างบุคคล (individual differences theory) จึงเป็นตัวแปรสำคัญในการนำมาศึกษาถึงความแตกต่างของพฤติกรรมต่อการเลือกใช้เครื่องสำอางปลอมหรือเครื่องสำอางอันตรายนี้ โดยอิงจากอิทธิพลภายในและภายนอกเพื่อศึกษาถึงความแตกต่างที่เกิดขึ้น อิทธิพลภายในที่ต่างต่างนั้นมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้เครื่องสำอางอันตรายหรือไม่และความแตกต่างจากอิทธิพลภายนอก ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้เครื่องสำอางปลอมหรือไม่ โดยทั้งสองอิทธิพลนี้จะมีการเชื่อมโยงกันเป็นเหตุผลในความแตกต่างระหว่างบุคคลต่อการเลือกใช้

ด้วยเหตุนี้ความแตกต่างจากอิทธิพลหลักทั้งสองนี้ล้วนมีอิทธิพลเป็นอย่างยิ่งในอิทธิพลภายนอกซึ่งเป็นปัจจัยหลักปัจจัยหนึ่งยังแบ่งออกเป็นอิทธิพลภายนอกที่เกิดจากเหตุผลบางประการ ดังนี้

- ก) ความแตกต่างของมนุษย์มีองค์ประกอบทางด้านจิตใจ ความคิด จิตวิทยาในส่วนบุคคล
- ข) แม้ว่าความแตกต่างทางความคิดจะเป็นความแตกต่างของแต่ละบุคคลก็ตามแต่ความแตกต่างทางความคิดนี้ก็อาศัยปัจจัยภายนอก เช่น การเรียนรู้และประสบการณ์ที่ได้รับในแต่ละบุคคล
- ค) การเรียนรู้ของมนุษย์ที่มีความแตกต่างกัน ส่วนประกอบสำคัญอีกชนิดหนึ่งก็คือการเลี้ยงดูที่ต่างต่างกัน มนุษย์จะถูกเลี้ยงดูด้วยสภาพการณ์อันแตกต่างส่งผลให้ความคิดต่างต่างออกไปและการยอมรับหรือไม่ยอมรับบางสิ่งก็แตกต่างออกไปเช่นกัน
- ง) การเรียนรู้รวมไปถึงสิ่งแวดล้อมของมนุษย์แต่ละบุคคล ก่อทำให้เกิดความคิด ความเชื่อ และค่านิยมที่ต่างต่างเช่นกัน

ดังนั้นในความแตกต่างระหว่างบุคคล การเลี้ยงดู สภาพแวดล้อมแต่กำเนิดมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อความคิด ค่านิยม อันส่งผลให้เกิดความแตกต่างขึ้น ด้วยเหตุนี้การถูกปลูกฝังในระยะเวลาหนึ่งที่ยาวนานในช่วงเวลาที่ถูกลีเลี้ยงดูนั้นจึงเป็นการกล่อมเกล่าให้มนุษย์มีชุดความคิดหนึ่งตามรูปแบบนั้น

และการปลูกฝังในการเลี้ยงดูจึงทำให้มนุษย์แต่ละบุคคลมีชุดความคิดที่แตกต่างกันหรือใกล้เคียงกัน หรือเหมือนกันตามแต่การเลี้ยงดูที่เหมือนหรือแตกต่างกันในแต่ละบุคคล

1.1 วิวัฒนาการของการศึกษาเรื่องความแตกต่างระหว่างบุคคล

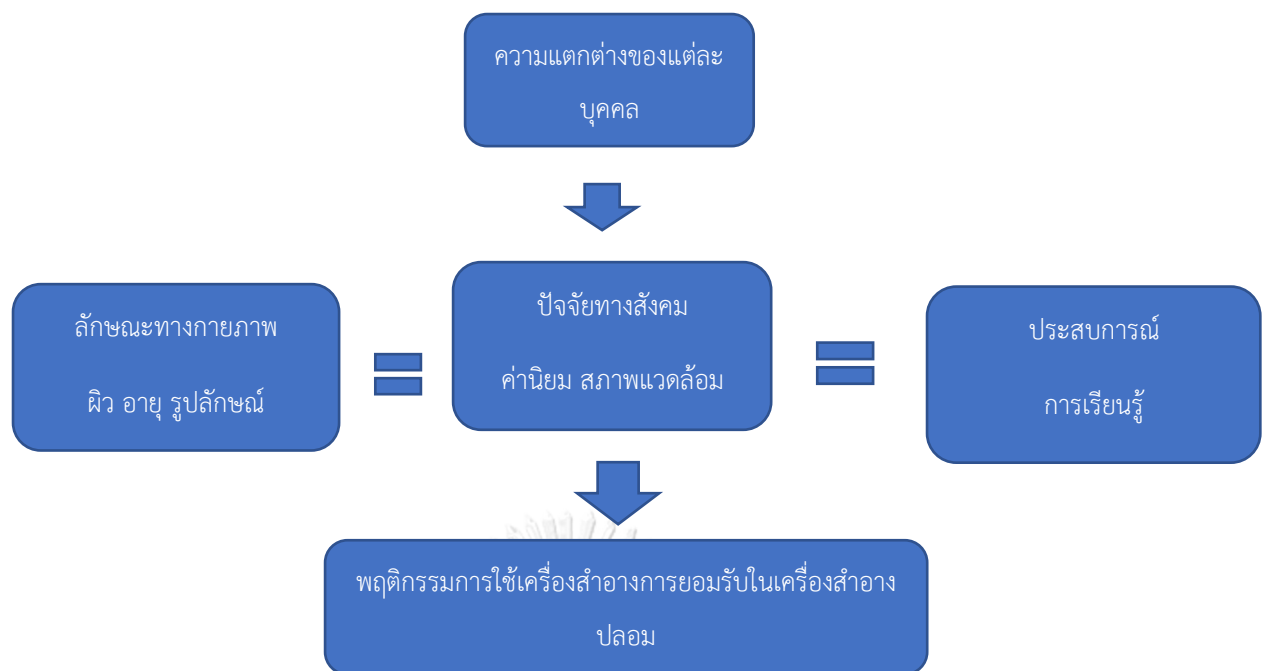
ความแตกต่างระหว่างบุคคลนั้นมีการศึกษามาตั้งแต่สมัยกรีกโบราณโดย เพลโต (Plato) นักปรัชญาชาวกรีกในช่วง ค.ศ. 427 - 347 ก่อนคริสตกาลได้บันทึกไว้ในหนังสือ The Republic ว่าบุคคลทั้งหลายไม่มีใครที่จะมีทางเหมือนกันหมดไปทุกอย่าง ในแต่ละบุคคลนั้นก็จะมี ความแตกต่างกันออกไปในแต่ละบุคคล นอกจากนี้ในช่วงศตวรรษที่ 19 ได้มีนักวิทยาศาสตร์ได้ศึกษาเรื่องความแตกต่างระหว่างบุคคลโดยมีแนวคิดในเชิงทางวิทยาศาสตร์ขึ้นซึ่ง เซอร์ ฟรานซิส กาลตัน (Sir Francis Galton) ได้ศึกษาเรื่องกรรมพันธุ์และสรุปผลว่าความแตกต่างของแต่ละบุคคลนั้นขึ้นอยู่กับกรรมพันธุ์ของแต่ละบุคคลซึ่งมองว่าความแตกต่างนี้มีมาแต่กำเนิด

ต่อมาในช่วงศตวรรษที่ยี่สิบนักจิตวิทยาชาวอเมริกัน เจมส์ แมคคีน แคทเทิลล์ (James Mckeen) และ วิลเฮล์ม วุนด์ (Wilhelm Wundt) มีความสนใจเรื่องความแตกต่างแต่ละบุคคลจึงได้มีการค้นคว้า ทดลองถึงความแตกต่างทางจิตวิทยาขึ้นแต่กระนั้นได้อิงจากแบบทดลองที่เป็นผลงานของนักจิตวิทยาชาวฝรั่งเศสที่ชื่อว่า แอสเพรด บิเนท์ (Alferd Binet) ร่วมกับนายแพทย์ ธีโอดอร์ ไชมอน (Theodore simon) โดยเรียกการวัดความแตกต่างทางจิตวิทยานี้ว่าแบบทดสอบ บิเนท์- ไชมอน รายละเอียดของแบบทดสอบนี้คือจะมีทั้งหมดจำนวนสามสิบข้อ ซึ่งจะเน้นด้านการทำความเข้าใจ เหตุผล และการใช้วิจารณญาณ ซึ่งทั้งสามข้อเหล่านี้ นักจิตวิทยาผู้ออกแบบเห็นว่าเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ จากการทดสอบนั้นได้มีการทดสอบกับเด็กปกติอายุระหว่าง 3 - 11 ปี จำนวน 50 คน และเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาหรือเรียกว่าเด็กพิเศษอีกจำนวนหนึ่ง เป็นการทดสอบแบบหยาบๆ โดยอิงว่าหากเด็กคนใดสามารถทำแบบทดสอบได้คะแนนสูงก็จะถือว่ามีสติปัญญาสูงโดยเป็นการแยกแยะความแตกต่างด้านสติปัญญาของเด็ก ต่อมาปี ค.ศ. 1908 แบบทดสอบชุดนี้ก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงโดยเพิ่มระดับอายุเด็กไปอีก 2 ปี และเพิ่มจำนวนคำถามให้มากขึ้นและมีการอิงกับคะแนนเหมือนเดิมโดยเด็กที่ได้คะแนนเยอะจะแสดงถึงสติปัญญาที่ดีเป็นการแสดงระดับความสามารถผ่านการทดสอบ และนำมาเปรียบเทียบกับอายุเฉลี่ยของเด็กคนนั้น ต่อมาก็ได้มีการปรับปรุงอีกในปี ค.ศ. 1911 ครั้งนี้จะเริ่มตั้งแต่เด็ก 3 ขวบจนถึงวัยผู้ใหญ่ นอกจากนี้ยังมีผู้ที่นำแบบทดสอบ บิเนท์ - ไชต์ไปพัฒนาคือ นักจิตวิทยาชาวอเมริกัน ชื่อ เทอร์แมน (Terman) จากมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ดและเมื่อพัฒนาแบบทดสอบนี้ก็ได้มีการเปลี่ยนชื่อแบบทดสอบเป็น แบบทดสอบ

สแตนฟอร์ด - บิเนท์ หลังจากนั้นเทอร์แมนก็ได้นำอัตราส่วนของเชาว์ปัญญา (IQ) มาใช้เป็นครั้งแรก ในปี ค.ศ. 1916 และได้รับความร่วมมือจาก เมอร์ริล (Merrill) ทำการพัฒนาต่อไป โดยแบบทดสอบเชาว์ปัญญาในปัจจุบันนั้น ล้วนเกิดจากการพัฒนาของแบบทดสอบที่เทอร์แมนและเมอร์ริลช่วยกันพัฒนา

ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าแบบทดสอบทางจิตวิทยานั้นได้ถูกนำมาใช้ประเมินความแตกต่างของแต่ละบุคคล ไม่ว่าจะเป็นวงการต่างๆทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น วงการทหาร การศึกษา สาธารณสุข และเศรษฐกิจด้วยเหตุนี้ บทนี้มุ่งที่จะกล่าวถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลในด้านที่สำคัญสองด้านคือ บุคลิกภาพ และสติปัญญา เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกันของมนุษย์

ทฤษฎีนี้จึงเหมาะสมอย่างยิ่งในการนำมาใช้เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลซึ่งมีความแตกต่างกันเพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างกันของพริตตี้ในการเลือกใช้เครื่องสำอางล้วนเกิดจากความแตกต่างระหว่างบุคคลที่มีองค์ประกอบ เช่น ความแตกต่างทางด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาที่แต่ละบุคคลจะมีความแตกต่างด้านสรีระ รูปร่าง องค์กรประกอบภายนอกความแตกต่างในด้านการเรียนรู้ บุคคลแต่ละบุคคลมีการเรียนรู้ที่ต่างกัน พริตตี้แต่ละคนจะมีการเรียนรู้ ประสบการณ์ในชีวิตและอาชีพที่แตกต่างกัน สภาพแวดล้อมที่อยู่หรือการใช้ชีวิตในสภาพแวดล้อมนั้น ในส่วนนี้จะเกี่ยวข้องกับค่านิยมของสภาพแวดล้อมสังคม เช่นสังคมที่มีค่านิยมอันแตกต่าง บางพื้นที่อาจจะนิยมความผิวขาว ผอม บางพื้นที่จะนิยมในสิ่งตรงกันข้าม หรือจะนิยมในบางอย่างที่แตกต่างออกไปส่งผลให้มีพฤติกรรมที่แตกต่าง การเลือกซื้อเครื่องสำอาง การเป็นผู้ที่ถูกหลอกหรือยินยอมรู้ว่าโดนหลอกจึงแตกต่างกันไปในแต่ละคน คนกลุ่มไหนในพริตตี้ที่จะเสี่ยงต่อการใช้เครื่องสำอางปลอมมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งความแตกต่างทางด้านสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันของสังคมและวัฒนธรรมเป็นส่วนสำคัญที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมที่เกิดขึ้น แต่ก็จะมีองค์ประกอบบางอย่างเป็นตัวกำหนดด้วยเช่นกัน เช่น อายุ รายได้ ซึ่งจะกำหนดถึงความพึงพอใจในการใช้เครื่องสำอางปลอมในแต่ละบุคคล จากทฤษฎีนี้ จะสามารถนำมาศึกษาว่าทำไมพริตตี้แต่ละคนถึงมีพฤติกรรมในการเลือกใช้เครื่องสำอางที่ต่างหรือเหมือนกัน โดยมีปัจจัยใดเป็นตัวกำหนดบ้างและการที่พริตตี้บางคนทำไมไม่รู้ว่าเป็นเครื่องสำอางปลอมแล้วยังคงคิดที่จะใช้ต่อไป โดยมีปัจจัยใดเป็นส่วนที่สนับสนุนและทำไมปัจจัยเหล่านั้นถึงมีอิทธิพลต่อพวกเขามากกว่าการตระหนักถึงผลกระทบหรืออันตรายที่จะเกิดขึ้นได้



2. ทฤษฎีตัดสินใจเลือกอย่างมีเหตุผล (Rational Choice Theory)

ทฤษฎีตัดสินใจเลือกอย่างมีเหตุผล คือ ทฤษฎีที่เชื่อว่ากิจกรรมทุกอย่างของมนุษย์เกิดขึ้นจากการไตร่ตรองและตัดสินใจกระทำอย่างมีเหตุผล (Scott 1999: 1) การกระทำของมนุษย์หลากหลายอย่างที่เกิดขึ้นนั้นล้วนแต่มีเหตุด้วยตัวมันเอง เหตุผลของบุคคลผู้นั้นเป็นเหตุผลของปัจเจกบุคคลหรือเฉพาะบุคคล

กิจกรรมการกระทำต่างๆของมนุษย์ล้วนแต่มีเหตุผลเป็นไปในตัวของมันเอง ไม่ว่าจะเป็กิจกรรมทั่วไปในชีวิตประจำวัน เช่น การไปซื้อของ ทำงาน แม้กระทั่งการเลือกกินบางอย่างหรือไม่กินบางอย่าง นอกจากกิจกรรมใหญ่ที่ส่งผลต่ออนาคตก็เช่นเดียวกัน เช่น การแต่งงาน ดังนั้นกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นกับมนุษย์นั้นล้วนเป็นสิ่งที่ต้องผ่านการคิดไตร่ตรองอย่างมีเหตุผลอยู่

สาเหตุสำคัญสำหรับแนวคิดทฤษฎีการตัดสินใจเลือกอย่างมีเหตุผลจะสังเกตได้จากศาสตร์อื่นๆที่เป็นศาสตร์แตกแขนงออกไปจากศาสตร์นี้ เช่นเรื่องแนวคิดของผู้บริโภค การตัดสินใจเลือก ทฤษฎีปริวรรตที่เลือกสิ่งที่ดีกว่า ทฤษฎีเกม และทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมือง(economic theory of politics) (McCubbins and Thies 2000:) เป็นต้น

การนำทฤษฎีนี้ไปใช้อย่างแพร่หลายในสาขาวิชาต่างๆเพื่ออธิบายพฤติกรรมของมนุษย์ในแต่ละด้านทำให้ James S. Coleman (1989: 5 อ้างใน Ritzer 1996: 427) หนึ่งในนักสังคมวิทยาคน

สำคัญที่ทำให้ทฤษฎีนี้โด่งดังถึงกับสรุปว่าเพราะ Rational Choice Theory เป็น “paradigm of rational action” ซึ่งอธิบายว่าเป็นทฤษฎีหนึ่งที่สามารถนำไปประยุกต์กับทฤษฎีอื่นได้อย่างหลากหลาย โดยเป็นทฤษฎีที่สามารถนำมาอธิบายถึงพฤติกรรมของมนุษย์ได้

นอกจากนี้ในทฤษฎีการตัดสินใจเลือกอย่างมีเหตุผล ยังมีการประยุกต์กับหลักทางเศรษฐศาสตร์เช่นกัน โดยเป็นการประยุกต์จากแนวความคิดของ Ruth A. Wallace และ Alison Wolf แบ่งออกเป็นสี่ข้อ ดังนี้

1. มนุษย์ทุกคนต้องการผลประโยชน์สูงสุดให้แก่ตนเอง โดยอาศัย ความชอบส่วนบุคคล ความต้องการ หรือรสนิยม ในการมาเป็นตัวช่วยตัดสินใจ คือ ใช้ความชอบส่วนบุคคลอาศัยกับการกระทำที่จะทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดในสิ่งที่ตัวเองต้องการ

2. คนเรามักจะมีความต้องการเสมอ แต่ความสิ่งที่ต้องการนั้นมีอยู่แล้วก็จะทำให้ความต้องการในสิ่งนั้นลดลง เช่น หากเราอยู่ในที่ที่ไม่มีน้ำดื่มความต้องการจะมีมากและเห็นคุณค่าในน้ำดื่มมาก แต่หากเรามีมากก็จะเป็นความต้องการที่เพิ่มขึ้นอีกต่อไป ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถใช้ได้โดยทั่วไปกับความต้องการของมนุษย์

3. ในตลาดจะเห็นได้ว่าหากสินค้าขึ้นใดเป็นที่ต้องการแก่มนุษย์สินค้าตัวนั้นก็อาจจะมีราคาที่สูงขึ้น ในส่วนนี้ ค่านิยมทางสังคม และความชอบส่วนบุคคลก็เป็นตัวกำหนดเช่นกัน แต่หากเมื่อถึงจุดหนึ่งแล้ว เมื่อสินค้าชนิดนั้นถูกผลิตมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการ ราคาของสินค้าขึ้นนั้นก็ลดลงทันที

จากในข้อสาม เพื่อให้สินค้ามีราคาแพงขึ้นเป็นที่ต้องการมากขึ้น จึงมีการผูกขาดและมีการผลิตออกมาน้อย เพื่อสร้างเป็นคุณค่าของสิ่งนั้นแม้ว่าจะอยู่ในกระแสสังคมก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าที่มีผู้ผลิตหลากหลายและแข่งขันกันสูง

จากหลักพื้นฐานของทางเศรษฐศาสตร์ที่นำมาประยุกต์กับการตัดสินใจเลือกอย่างมีเหตุผล นั้นแสดงให้เห็นว่ากิจกรรม การกระทำต่างๆของมนุษย์นั้นมีการใช้เหตุผลมาเป็นองค์ประกอบ เหตุส่วนบุคคลเป็นสิ่งที่กำหนดการเลือกทำในกิจกรรมของมนุษย์

การกระทำต่างๆของมนุษย์นั้นมักจะมีเหตุผลประกอบ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ที่มนุษย์ต้องการ การใช้เหตุผลของมนุษย์จึงเป็นประกอบสำคัญในการทำให้ได้มา ซึ่งคือเครื่องมือนำทาง เพื่อการบรรลุเป้าหมาย นอกจากนี้การกระทำหรือกิจกรรมของมนุษย์ก็เป็นการตอบสนองต่อเป้าหมายใน

ความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังซึ่งส่วนนี้จะเป็นหัวใจหลักของมนุษย์ทุกคน ทฤษฎีนี้จะเห็นว่าการกระทำต่าง ๆ ล้วนมีความคาดหวังที่แตกต่างออกไป เช่น ทางเศรษฐศาสตร์ การทำธุรกิจเพื่อผลกำไร และในทางสังคมวิทยา มนุษย์ต้องการเป็นที่รู้จักเพราะมนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องการเป็นที่รู้จัก

มนุษย์ต้องการอรรถประโยชน์สูงสุด (Utility Maximization) โดยต้องมีตัวเลือกอันหลากหลายให้กับตน เช่น ทางเลือกต่าง ๆ ที่มีนั้นมนุษย์จะหาทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด รวดเร็วที่สุด และสบายที่สุด เพื่อให้ได้มาในผลประโยชน์สูงสุดของตนโดยจะจัดทางเลือกที่มีอยู่มาวิเคราะห์ถึงทางที่ดีที่สุด เพื่อบรรลุความต้องการของตนซึ่งเป็นการตัดสินใจที่มีเหตุผลของมนุษย์ เช่น การเลือกซื้อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในปัจจุบันจะพบว่ามนุษย์จะมีการหาข้อมูลจากทางอินเทอร์เน็ตเพื่อหาถึงข้อและข้อเสียของสิ่งนั้นๆ ประโยชน์และราคาที่ดี เหมาะสมที่สุด เป็นการวิเคราะห์โดยอาศัยเหตุผลและประสบการณ์จากมนุษย์คนนั้น

มนุษย์มีเป้าหมายที่ชัดเจน เมื่อมนุษย์มีเป้าหมายที่ชัดเจน การกระทำต่าง ๆ ที่ให้ได้มาซึ่งเป้าหมายที่มีอย่างหลากหลายนั้น จะมีการใช้เหตุผลของมนุษย์ในการเลือกการกระทำต่าง ๆ ที่มีอยู่มาประกอบหลายรูปแบบ หรือเป็นวิธีใดวิธีหนึ่งเป็นแนวทางสำคัญในการบรรลุเป้าหมายนั้นได้ หรือเป้าหมายที่ชัดเจนของมนุษย์นั้นมีเป้าหมายในหลายแบบ แนวทางที่เลือกจึงมีอย่างหลากหลายตามความต้องการของมนุษย์ที่จะเลือกแนวทางต่าง ๆ มาใช้ตามความพึงพอใจและเป้าหมายนั้นๆ

มีสมมุติฐานว่า สิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมหากจะอธิบายถึงที่มาที่ไปสามารถเชื่อมโยงจากบุคคลได้ เนื่องจากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมใดสังคมหนึ่งเกิดจากพฤติกรรมของปัจเจกชนในสังคมนั้นๆ หากพฤติกรรมของคนในสังคมเป็นไปในแนวทางใดทางหนึ่งแล้วจะส่งผลให้เกิดค่านิยมของสังคมนั้นขึ้น ดังนั้นพฤติกรรมของบุคคลในสังคมจึงมีความเกี่ยวข้องและอิทธิพลต่อปรากฏการณ์ของสังคมนั้น

จึงสรุปทฤษฎีการตัดสินใจเลือกอย่างมีเหตุผล (Rational Choice Theory) ได้ว่า

1. ปรัชญาทางการเมืองที่เชื่อว่า มนุษย์เป็นสัตว์ที่มีเหตุผล มีอิทธิพลต่อทฤษฎีการตัดสินใจเลือกอย่างมีเหตุผล โดยเหตุผลนั้นเป็นเครื่องมือที่ถูกรับใช้ใช้ในการเลือกการกระทำเพื่อให้ได้มาซึ่งประโยชน์สูงสุดหรือความพึงพอใจแก่ตน

2. ในทางสังคมวิทยา ได้นำทฤษฎีการตัดสินใจเลือกอย่างมีเหตุผลมาประยุกต์สร้างเป็นอีกทฤษฎีหนึ่ง คือ ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมใช้ในการอธิบายเรื่องการแลกเปลี่ยนต่างๆของมนุษย์ทำไมถึงเป็นเช่นนั้น เช่น ทำไมมนุษย์ถึงสละการอยู่เพียงลำพังมาปฏิบัติสัมพันธ์กับบุคคลอื่น

นอกจากนี้ ในทางเศรษฐศาสตร์กิจกรรมทางเศรษฐกิจคือ มนุษย์มีความสัมพันธ์จากการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ แต่ในทางตรงกันข้าม สังคมวิทยามองว่าเป็นกิจกรรมทางสังคม

ปฏิสัมพันธ์กันนั้น เกิดจากการที่มนุษย์ต้องการแลกเปลี่ยนการยอมรับ ค่านิยม ระหว่างตนเองต่อสังคมหรือสังคมตัวเองต่อสังคมอื่น โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลคือ เรื่องของรางวัลและการลงโทษของสังคม จึงเป็นเงื่อนไขของบุคคลในการเลือกที่จะทำหรือไม่ทำเพื่อให้เกิดผลประโยชน์หรือสิ่งที่ดีที่สุดในตัวเองคล้ายกับแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ในเรื่องของรางวัล ผลตอบแทนกับต้นทุน เช่น การอยู่ร่วมในสังคม การมีส่วนร่วม หากมีการช่วยเหลืองานของสังคม มนุษย์จะต้องมีการช่วยเหลือโดยประโยชน์ คือการถูกมองในแง่ดีเป็นคนดี มีน้ำใจของชุมชน แต่ถ้าหากไม่มีส่วนร่วมหรือปฏิเสธ สังคมและบุคคลในสังคมก็จะมองว่าไร้น้ำใจ เห็นแก่ตัว อาจถูกลงโทษโดยกระบวนการทางสังคม ทำให้ชุมชนสังคมไม่ยอมรับ แต่หากมนุษย์มองว่าการลงโทษนี้ไม่ได้รับผลกระทบมากต่อตน เมื่อเปรียบเทียบกับการทำกิจกรรมตัวนี้ไปทำกิจกรรมอื่นที่ก่อประโยชน์ให้แก่ตนได้มากกว่า มนุษย์ก็จะไม่เข้าร่วมกิจกรรมช่วยเหลือของชุมชน โดยมองถึงประโยชน์สำคัญของตนที่จะได้รับมากกว่า

George Homans คือนักสังคมวิทยาที่นำแนวคิด การตัดสินใจอย่างมีเหตุผลมาใช้กับทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมที่แพร่หลายโดยวิจารณ์แนวคิดของ Talcot Parsons ว่าการปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์นั้นให้ความสำคัญกับสังคม โดยองค์รวมของสังคมคือตัวกำหนดความเป็นจริงในสังคม มองข้ามความสำคัญของปัจเจกชน ซึ่งตรงกันข้ามกับแนวคิดของ Talcot Parsons ที่มองว่าการกระทำของคนในสังคมคือสิ่งสำคัญต่อการเกิดองค์รวมของสังคม ซึ่ง George Homans มองว่าขาดน้ำหนักในการอธิบาย นอกจากนี้ George Homans ยังได้วิจารณ์งานของ Levi Strauss ที่มองว่าแนวคิดของ Levi Strauss ที่ศึกษาระบบเครือญาตินั้นขาดน้ำหนักในการอธิบาย โดยมองว่าหากต้องการอธิบายสถาบันทางสังคมนั้นและแบบแผนทางสังคมจะต้องมองเรื่องการกระทำที่มุ่งผลประโยชน์ส่วนตัวในของปัจเจกชนด้วย ดังนั้นการที่ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมถูกวิจารณ์ว่าเป็น แนวคิดระเบียบวิธีปัจเจกชนนั้นจึงไม่น่าแปลกใจเพราะสำหรับแนวคิดของ George Homans ได้มองว่าการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของมนุษย์นั้นเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่าง ตัวต่อตัว ซึ่งถือว่าเป็นหน่วยย่อยของสถาบันของทุกการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยหลายๆหน่วยนี้ถูกประกอบกันขึ้นจนเป็นสถาบันทางสังคม

ด้วยเหตุนี้สถาบันทางสังคมจึงมีความสลับซับซ้อนก็เพราะกระบวนการทางสังคมในระดับสถาบันนั้นเกิดจากการรวบรวมหน่วยย่อยต่างๆของความสัมพันธ์ขึ้นมา ดังนั้นด้วยความซับซ้อนของมันจึงไม่จำเป็นต้องมองที่ระดับสถาบันแต่มองไปที่ระดับย่อยเพื่อทำความเข้าใจได้ถึงโดยรวม (Scott 195:93)

การอธิบายในทฤษฎีการตัดสินใจเลือกอย่างมีเหตุผล (Rational Choice Theory)

จากสมมุติฐานต่างๆจะเห็นว่ามนุษย์เมื่ออยู่ในสถานการณ์ในการเลือก จากการศึกษาของ Jon Elster ได้มองว่า มนุษย์จะอาศัยกระบวนการ 3 ขั้นตอนมาประกอบการตัดสินใจเลือกอย่างมีเหตุผล คือ

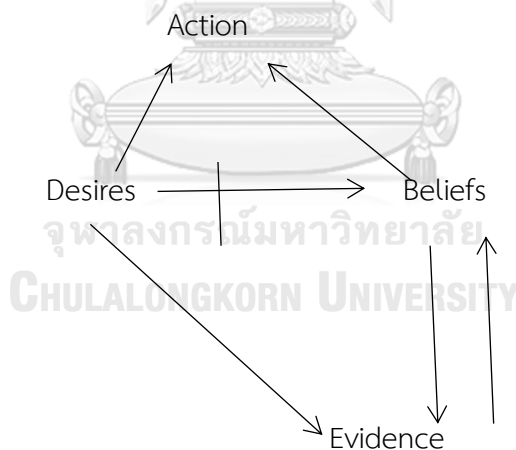
1. พยายามจัดการกับ ชุดของความเป็นไปได้ (Feasible set) ซึ่งเป็นส่วนของแนวทางการกระทำ (Course of action) ในแนวทางอันหลากหลายนี้เชื่อว่าการเลือกของมนุษย์ถึงแนวทางใดแนวทางหนึ่งนั้นจะต้องอาศัยเหตุผลของมนุษย์ในการเลือก แม้ว่าจะมีข้อจำกัดบางประการเช่น ความคิดอันแตกต่าง กายภาพ และเศรษฐกิจของมนุษย์บุคคลเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ทั้งนี้จะอาศัยแนวทางความเป็นไปได้อันมีอยู่ทำให้สำเร็จในเป้าหมายที่ต้องการ

2. เมื่อมีการประเมินความเป็นไปได้ของแนวทางต่างๆที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายได้แล้วก็จะเกิดการพิจารณาขึ้นโดยพิจารณาถึงชุดความเชื่อที่มีเหตุผล (Set of rational beliefs) ซึ่งเกี่ยวข้องกับโครงสร้างด้านเหตุผล (Causal Structure) เพื่อเป็นตัวกำหนดสถานการณ์การเลือกของแนวทางการกระทำและเมื่อเลือกแล้วก็จะนำไปสู่ผลลัพธ์ ซึ่งส่วนนี้จะทำให้เรามองเห็นว่าในแต่ละแนวทางมีความแตกต่างกันอย่างไรและผลลัพธ์สุดท้ายจะมีผลเป็นไปในรูปแบบทิศทางใด แนวทางของการกระทำจึงมีความเป็นไปได้ทั้งหมด โดยจะขึ้นอยู่กับว่าแนวทางใดจะทำให้ผลลัพธ์ออกมาเป็นรูปแบบใด

ด้วยเหตุนี้เมื่อครบขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจเลือกแล้ว การตัดสินใจเลือกอย่างมีเหตุผล คือ การเลือกใช้แนวทางของการกระทำที่อยู่ในอันดับสูงสุด จากชุดความเป็นไปได้ของการกระทำ เช่นในทางเศรษฐศาสตร์ ทฤษฎีผู้บริโภค อธิบายว่าชุดความเป็นไปได้ของผู้บริโภคนั้นถูกกำหนดไว้ด้วยรายได้ คุณสมบัติของสินค้าและราคา เช่น ถ้าเงินไม่พอในการซื้อสินค้า ชุดความเป็นไปได้ก็จะมีแต่อาจมีอีกชุดความเป็นไปได้คือ การกู้หรือยืมเงินแต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผลลัพธ์ที่จะได้ มนุษย์คนนั้นจะต้องการผลลัพธ์มากขนาดไหนเพื่อยอมใช้ชุดความเป็นไปได้นี้ ซึ่งมนุษย์จะประเมินสิ่งที่ทำให้ตนเองพอใจจากเหตุผลและประสบการณ์ตนโดยจะส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของเขา

John Elster (1991:117) อธิบายว่าปรากฏการณ์สำหรับการอธิบาย (explanandum) ที่เป็นหัวใจสำคัญของ Rational Choice Theory ก็คือ การกระทำ (action)

การกระทำที่มีเหตุผล (rational action) มีปัจจัยเกี่ยวข้อง 3 ประการด้วยกันคือ ความต้องการ (desire) ความเชื่อ (believe) และหลักฐาน(evidence) ในการอธิบาย rational action สิ่งสำคัญแรกสุดเราต้องพิสูจน์ให้ได้ว่า action นั้นเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการและความเชื่อที่มีเหตุผลของผู้กระทำที่คาดว่าจะป็นวิธีการที่ดีที่สุดที่จะทำให้เกิดผลออกมาเป็นที่น่าพึงพอใจ ความเชื่อที่ว่ามันจะต้องเกี่ยวข้องกับหลักฐานที่ปรากฏต่อผู้กระทำ ความเชื่อของผู้กระทำมาจากหลักฐานที่มีน้ำหนักทั้งหมดที่ปรากฏต่อผู้กระทำ อย่างไรก็ตามประสิทธิภาพของ action จะด้อยลงถ้ามีหลักฐานมากหรือน้อยเกินไปหลักฐานที่พอเหมาะขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้กระทำ ถ้าเป็นเรื่องสำคัญการรวบรวมหลักฐานก็มีมากกว่าเรื่องเล็กน้อย นอกจากนั้นยังขึ้นอยู่กับความเชื่อของเราที่เคยมีมาก่อนหน้านั้นในเรื่องต้นทุน คุณภาพและน้ำหนักของหลักฐานแต่ละชนิด ซึ่งสามารถถ่ายทอดออกมาเป็นแบบจำลองดังนี้



จากแบบจำลองดังกล่าวนี้ เรียกว่า การกระทำด้วยเหตุผล (Rational action) อธิบายได้ว่าเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้อง กล่าวคือ

1. Action การกระทำคือการใช้เครื่องเครื่องสำอางปลอมในพริตตี้ ซึ่งการกระทำนี้คือผลที่เกิดจากความคิด ความเชื่อและความต้องการของพริตตี้ที่เกิดขึ้น กล่าวคือ การกระทำคือผลลัพธ์

สุดท้าย สิ่งที่ทำให้เกิดการกระทำหรือ Action ขึ้นมาได้นั้นจะต้องประกอบด้วย ความต้องการ และความเชื่อ ซึ่งทั้งสองอย่างนี้เป็นสิ่งที่สามารถทำให้เกิดการกระทำ

2. Desires ความต้องการ พริตต์มีความต้องการแตกต่างหรือเหมือนกันออกไปในแต่ละคน ซึ่งความต้องการนี้เป็นส่วนที่ทำให้เกิดการกระทำที่จะแสดงออกมาภายนอกให้เห็นชัด ดังนั้นความต้องการจึงก่อให้เกิดการกระทำ นอกจากนี้ความต้องการก็เป็นสิ่งที่นำไปสู่หลักฐานได้ กล่าวคือความต้องการนั้นสามารถสร้างชุดหลักฐานขึ้นมาสนับสนุนแนวความคิด เมื่อพริตต์มีความต้องการใช้เครื่องสำอางขึ้นนี้จะเกิดการพยายามหาหลักฐานเพื่อสนับสนุนให้มีการใช้เกิดขึ้น

3. Beliefs ความเชื่อ เป็นส่วนประกอบหนึ่งที่อยู่ในพริตต์ของแต่ละคน ซึ่งชุดความเชื่อนี้อาจจะมีความแตกต่างในแต่ละคน ความเชื่อเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดการกระทำได้ โดยการกระทำของพริตต์แต่ละคนอาจจะอยู่ที่ความเชื่อหรือความต้องการเป็นส่วนประกอบ ทั้งนี้ความเชื่อก็เป็นส่วนที่เกิดขึ้นจาก วัตถุ หลักฐานขึ้นเช่นกัน เพราะหลักฐานเป็นสิ่งที่สนับสนุนความเชื่อและการมีเหตุผลให้เกิดความเชื่อนั้นขึ้น

4. Evidence หลักฐานหรือวัตถุ เป็นส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดการกระทำแต่สิ่งนี้ไม่ได้ก่อให้เกิดการกระทำโดยตรง เพราะจะต้องผ่านความเชื่อซึ่งเมื่อพริตต์ได้เห็นหลักฐานชุดใดชุดหนึ่งว่าเครื่องสำอางขึ้นนี้น่าเชื่อถือจากชุดหลักฐานนี้ก็จะเกิดความเชื่อว่เครื่องสำอางขึ้นนี้มีความน่าเชื่อถือและก่อให้เกิดการใช้ขึ้น

จะเห็นได้ว่าทั้ง การกระทำ ความต้องการ ความเชื่อและหลักฐาน เป็นองค์ประกอบที่เชื่อมโยงกันและมีความสัมพันธ์ต่อกันโดยเป็นสิ่งที่สามารถแสดงให้เห็นว่า การกระทำของพริตต์เกิดจากการใช้ความเชื่อ ความต้องการ ซึ่งส่วนต่าง ๆ เหล่านี้เรียกว่าการกระทำที่ผ่านการมีเหตุผลโดยเหตุผลอาจแตกต่างกันไปในแต่ละคน

ดังนั้นเมื่อในทฤษฎีการตัดสินใจเลือกอย่างมีเหตุผล มนุษย์ล้วนมีการตัดสินใจเลือกบางอย่างด้วยความพึงพอใจของตนโดยมีเหตุผลต่างกัน เมื่อสังคมกำหนดค่านิยมในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง การเลือกของมนุษย์ก็ย่อมเป็นไปตามค่านิยมนั้นเพราะจากทฤษฎีนี้การเลือกของมนุษย์จึงอยู่ในค่านิยมซึ่งมีส่วนสัมพันธ์กับความพึงพอใจและรสนิยมของแต่ละบุคคล จากทฤษฎีนี้จะเห็นได้จากเรื่องของเครื่องสำอางปลอมและการเลือกของพริตต์ ดังเช่นค่านิยมของสังคมได้กำหนดรูปแบบความสวยงามในรูปแบบหนึ่งจึงส่งผลให้บุคคลมีความชอบและรสนิยมไปในทางที่คล้ายคลึงกัน เมื่อกระแสสังคมต้องการผิวขาวพริตต์ซึ่งทำงานในส่วนของการใช้หน้าตา บุคลิกภาพ รูปลักษณ์ภายนอกจึงจะต้องทำ

ให้ตัวเองมีจุดสนใจเป็นไปตามค่านิยมของสังคม กระแสสังคมในขณะนั้น ในทฤษฎีการตัดสินใจเลือกอย่างมีเหตุผลพริตตี้ในแต่ละคนมีความแตกต่างกันไปตามแต่รูปลักษณะภายนอกที่ไม่เหมือนกัน ดังนั้นเมื่อพริตตี้บางคนที่มีสีผิวไม่ตรงตามกระแสสังคมอันเป็นที่นิยมก็จะพยายามอย่างหนักในการเลือกเครื่องสำอางหรือมีการเลือกใช้เครื่องสำอางอันตรายเพื่อให้ได้มาซึ่งสีผิวที่ตัวเองต้องการ ทฤษฎีนี้จึงแสดงให้เห็นว่าพริตตี้เมื่อมีสิ่งที่มีอยู่ ความต้องการและความสนใจต่อสิ่งนั้นจะลดลงแต่ในขณะเดียวกันเมื่อกระแสสังคมเปลี่ยนในทิศทางใดที่ตรงกันข้ามกับสิ่งที่ตนมี พริตตี้ก็ต้องทำตามสิ่งนั้นเพื่อให้ตนเองได้มีรูปลักษณะที่ตรงกันกับค่านิยมของสังคม เมื่อพริตตี้มีรูปลักษณะที่สมบูรณ์ตามกระแสนิยมของสังคม จึงเป็นโอกาสทางการกรงานแก่พริตตี้คนนั้น นอกจากนี้เครื่องสำอางผิวขาวก็มีมากมายในสังคมหลากหลายยี่ห้อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นเครื่องสำอางปลอมเพราะเครื่องสำอางเหล่านี้ถูกผลิตขึ้นมาตามกระแสของสังคมที่นิยม จึงมีการผลิตออกมาอย่างมากมายทำให้มีการเข้าถึงได้ง่ายและบางครั้งก็ปราศจากการ ทฤษฎีการเลือกอย่างมีเหตุผลจึงชี้ให้เห็นถึงเหตุผลของมนุษย์ในการวัดชั่งกันระหว่างสิ่งหนึ่งกับอีกสิ่งหนึ่งว่าสิ่งไหนจะเป็นประโยชน์ต่อตนเองมากกว่ากัน โดยแต่ละคนจะมีเหตุผลเป็นของตนเอง ทั้งนี้อาจมีปัจจัยภายนอกมาเป็นส่วนหนึ่งในการเลือกของมนุษย์ว่าอันไหนเป็นสิ่งที่คุ้มค่ามากกว่ากัน ในส่วนของเรื่องการใช้เครื่องสำอางปลอมของพริตตี้แม้ว่าพริตตี้จะเสี่ยงอันตรายต่อสุขภาพและผิวหนัง แต่พริตตี้ก็ได้เลือกที่จะใช้โดยอาจมีเหตุผลของตนเองเพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่มีประโยชน์สูงสุดต่อตัวเองโดยมองว่าเพื่อความสวยตามกระแสสังคมเพื่อการทำงานและเงิน ดังนั้นจึงเป็นการแลกเปลี่ยนให้ได้สิ่งหนึ่งมาเพื่อแลกเปลี่ยนกับอีกสิ่งหนึ่งโดยมีการเลือกอย่างมีเหตุผลของมนุษย์ในแต่ละคนมองว่าสิ่งที่เลือกคือความคุ้มค่า ส่วนในมุมมองของผู้ผลิต ผู้ขาย ก็เช่นเดียวกันบุคคลเหล่านี้ก็จะมีการตัดสินใจอย่างมีเหตุผลในรูปแบบตนเอง การตัดสินใจขาย การตัดสินใจในการผลิตขึ้นมา ซึ่งการตัดสินใจอย่างมีเหตุผลนี้ คือ เพื่อผลกำไร รายได้ที่มากขึ้น ความคุ้มค่า และการขายที่ง่ายขึ้นโดยใช้ความเชื่อ และความต้องการในผลกำไร ทำให้ผู้ผลิตได้ผลิตเครื่องสำอางปลอมหรือขายเครื่องสำอางปลอมขึ้นมา

เมื่อเปรียบเทียบ ในส่วนของ ผู้ผลิตและเหยื่อทั้งสองจะมีการตัดสินใจอย่างมีเหตุผลที่แตกต่างกันออกไป

มุมมองของเหยื่อ (พริตตี้)

พริตตี้หรือเหยื่อจะมองการตัดสินใจเลือกอย่างมีเหตุผลว่า ทำไมถึงเลือกใช้เครื่องสำอางปลอมเหตุผลเกิดจากความต้องการ ความเชื่อ ความต้องการที่จะใช้โดยจากการเห็น ฟัง จากสื่อหรือบุคคลรอบข้างจนเกิดความต้องการ ซึ่งเป็นกรณีเดียวกับความเชื่ออันเกิดจากการเห็น ฟัง จากสื่อหรือบุคคลรอบข้างบ่อยครั้งจนเกิดความเชื่อว่ามีผลิตภัณฑ์นั้นใช้ดีและเกิดความเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างจากการเลือกของแต่ละคน อยู่ในเหตุผลที่แตกต่างกันออกไปจากส่วนประกอบที่แตกต่างกัน เช่น ความต้องการและความเชื่อของแต่ละพริตตี้

มุมมองของผู้ผลิต ผู้ขาย เครื่องสำอางปลอม

ผู้ผลิตหรือผู้ขายเครื่องสำอางปลอมจะมีการตัดสินใจอย่างมีเหตุผลคือความต้องการ ซึ่งในส่วนความต้องการของผู้ผลิตหรือผู้ขายจะเป็นในเรื่องของกำไรรายได้ที่มากขึ้นและความเชื่อ ในส่วนของความเชื่อของผู้ผลิตหรือผู้ขายนั้น จะมีความเชื่อว่าเหยื่อที่ใช้ผลิตภัณฑ์ของตนอาจจะไม่ได้รับผลกระทบอะไรหรือมองว่าอาจจะมีผลกระทบแต่ทั้งนี้ผู้ขายหรือผู้ผลิตไม่ต้องรับรู้เพราะสิ่งที่เหยื่อเลือกคือสินค้าของตนที่มีราคาถูก ผลลัพธ์ที่ได้รวดเร็วแต่ก็ต้องแลกมาด้วยความเสี่ยง ในขณะเดียวกัน มุมมองของผู้ผลิตการตัดสินใจอย่างมีเหตุผล ในส่วนเรื่องของการฟ้องร้องก็เป็นส่วนประกอบว่า ผู้ผลิต หรือผู้ขายเลือกที่จะฟ้องหรือไม่ฟ้องหากผู้ใช้มีการกล่าวหาว่าผลิตภัณฑ์ของตนนั้นอันตรายจากส่วนประกอบของการตัดสินใจอย่างมีเหตุผลหลักฐานเป็นส่วนสำคัญว่าผู้ขายนั้นจะฟ้องร้องเหยื่อที่กล่าวหาผลิตภัณฑ์ของตนหรือไม่และความเชื่อก็เป็นส่วนสำคัญต่อการฟ้องของผู้ขาย โดยหากความเชื่อของผู้ผลิตหรือผู้ขายสร้างความมั่นใจให้กับเขาการฟ้องกลับอาจจะเกิดขึ้น แต่ทั้งนี้หากหลักฐานปรากฏว่ามีผลกระทบต่อเหยื่อเป็นจำนวนมากจริงก็จะทำให้ผู้ขายเลือกที่จะนิ่งเฉยให้เรื่องหายไป เช่นเดียวกันในเรื่องของความเชื่อหากผู้ขายมีประสบการณ์จนก่อให้เกิดความเชื่อ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งต่อความมั่นใจว่าไม่สมควรที่จะฟ้องเพราะผลิตภัณฑ์ตนนั้นอาจจะอันตรายหรือไม่มีความมั่นใจจากความเชื่อ

ซึ่งจะแสดงให้เห็นการตัดสินใจเลือกอย่างมีเหตุผล โดยแบ่งออกเป็นมุมมองของเหยื่อและผู้ผลิตหรือผู้ขาย เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างของทั้งสองมุมมอง ดังตารางด้านล่างนี้

การตัดสินใจอย่างมีเหตุผล	เหยื่อ (พริตตี้)	ผู้ผลิต ผู้ขาย เครื่องสำอางปลอม
หลักฐาน	เครื่องสำอางดูน่าเชื่อถือ น่าใช้	ผลิตภัณฑ์มีผลลัพธ์ที่ไม่ดีอย่างเห็นได้ชัด, มีผู้ใช้แล้วเกิดอาการแพ้ เป็นจำนวนมากหรือผลลัพธ์ไม่มีการแพ้เกิดขึ้น, เหยื่อใช้แล้วพึงพอใจ
ความเชื่อ	การฟัง, การเห็นโดยบุคคลรอบข้าง สื่อ โฆษณา จนทำให้เชื่อว่าผลิตภัณฑ์ดีเชื่อถือได้	ประสบการณ์ ความมั่นใจความเชื่อมั่น เชื่อว่าผลิตภัณฑ์ไม่มีผลกระทบ เชื่อว่าไม่ต้องรับรู้ในผลกระทบเหยื่อ
ความต้องการ	ความต้องการส่วนบุคคล ต้องการจะใช้ผลิตภัณฑ์นี้ ความต้องการเกิดขึ้นได้จากความต้องการส่วนตัวและความต้องการจากสภาพแวดล้อม สื่อ หรือโฆษณา	ความต้องการในผลกำไร รายได้ที่มากขึ้น การขายที่ง่ายขึ้น การมีต้นทุนที่ถูก อันเกิดจากความต้องการของผู้ขายหรือผู้ผลิต
การกระทำ	เป็นส่วนสำคัญของผลลัพธ์ เกิดจากการรวมกันของทั้งสามอย่างที่กล่าว ก่อให้เกิดเป็นรูปธรรมอย่างเห็นได้ชัด	ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นของผู้ผลิต หรือผู้ขาย 1. เกิดการขายหรือผลิตเครื่องสำอางปลอมขึ้นมาและขายออกไปอย่างแพร่หลาย 2. เกิดการฟ้องร้องหรือไม่ฟ้องเหยื่อหากมีการกล่าวหาผลิตภัณฑ์ของตน ทั้งนี้ล้วนขึ้นอยู่กับองค์ประกอบสองอย่าง คือ หลักฐานและความเชื่อ เป็นองค์ประกอบหลักในการตัดสินใจอย่างมีเหตุผลของผู้ผลิตหรือผู้ขายว่าจะมีการฟ้องหรือไม่ฟ้อง

3. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจเครื่องสำอาง (Cosmetic Business)

เครื่องสำอางเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นต่อชีวิตประจำวันเพราะมีคุณสมบัติในการบำบัด เช่นเดียวกับยาเพียงแต่เป็นการบำบัดในชั้นพื้นฐานและสามารถใช้ได้บ่อยโดยไม่มีอันตรายเหมือนยา ดังนั้นเครื่องสำอางไม่ใช่ยาแต่ก็ยังมียอดคงประกอบทางเคมีเช่นเดียวกับยา ซึ่งในอดีตช่วงปี ค.ศ 1400-1500 เจ้าหน้าที่ชาวฝรั่งเศสแนะนำว่าควรแยกการปฏิบัติด้านเครื่องสำอางออกจากการปฏิบัติการด้านการแพทย์ ซึ่งอาชีพเช่นนั้นจะต้องอยู่ในควบคุมของกฎหมายจน ค.ศ 1800 ความรู้ด้านเครื่องสำอางได้แยกกระจัดกระจายออกเป็นหลายสาขาอาชีพ ซึ่งส่วนมากต้องใช้ความรู้ที่ได้จากเภสัชกรรมและเครื่องสำอางมาดัดแปลงให้เหมาะสมกับอาชีพ ปลายศตวรรษที่ 19 ได้มีผู้นำเอาวิธีการทางวิทยาศาสตร์สมัยใหม่เข้ามาช่วยในการผลิตเครื่องสำอางและมีเครื่องหมายการค้าประจำเป็นการค้าถาวรที่ตั้งต้นทำกำไรให้แก่ผู้ผลิตเพิ่มขึ้นมาเรื่อย ๆ พร้อมกับการปรับปรุงเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ดีขึ้นและทันสมัยอยู่ตลอดเวลา (อรัญญา มโนสร้อย, 2529, หน้า 13-26 และ 39-42) ในชีวิตของมนุษย์ในยุคปัจจุบันมีการใช้เครื่องสำอางตั้งแต่ตื่นนอนจนถึงเข้านอน จึงทำให้เครื่องสำอางมีจำนวนมากและหลายประเภทตอบสนองต่อผู้ใช้ เพื่อประโยชน์แก่ผู้บริโภคสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจึงได้มีการประเมินความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและแบ่งเครื่องสำอางตามความเสี่ยงในด้านความปลอดภัยออกเป็นสามประเภท (พิมลวรรณ พิทยานุกุล, 2549)

1. เครื่องสำอางควบคุมพิเศษ เครื่องสำอางกลุ่มนี้มีโอกาสก่อให้เกิดอันตรายได้มากที่สุดจึงได้รับการกำกับดูแลเข้มงวดที่สุดที่ฉลากผลิตภัณฑ์ต้องแสดงเลขทะเบียนเครื่องสำอาง ตัวอย่าง ยาสีฟัน น้ำยาบ้วนปาก น้ำยาดัดผม ยัดผม ย้อมสีผิว

2. เครื่องสำอางควบคุม เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีโอกาสก่อให้เกิดอันตรายได้บ้างแต่น้อยกว่ากลุ่มแรก ฉลากต้องแสดงข้อความ ‘เครื่องสำอางควบคุม’ ตัวอย่าง ได้แก่ ผ่าอนามัย ผ่าเย็บ แป้งฝุ่นโรยตัว แป้งน้ำ เครื่องสำอางป้องกันแสงแดด เครื่องสำอางขจัดรังแค

3. เครื่องสำอางทั่วไป เครื่องสำอางชนิดนี้เกิดโอกาสอันตรายน้อยกว่าสองกลุ่มแรกเป็นเครื่องสำอางที่ไม่มีส่วนผสมของสารควบคุมพิเศษหรือสารควบคุม เช่น ครีมนวดผม แชมพูสระผมที่ไม่มีส่วนผสมของสารขจัดรังแค โลชั่น ครีมบำรุงผิว आयแซโดว์ ลิปสติก ครีมรองพื้น สบู่ เครื่องสำอางระงับกลิ่นกาย

3.1 พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง

พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง (2535, หน้า 26) ได้ให้ความหมายของเครื่องสำอางว่า

1. วัตถุประสงค์มุ่งหมายสำหรับใช้ทา ถู นวด โยบ หยอด ใส่ อบหรือด้วยวิธีอื่นใดต่อส่วนหนึ่งส่วนใดของร่างกายเพื่อความสะอาด ความสวยงาม หรือส่งเสริมให้เกิดความสวยงามตลอดทั้งเครื่องประดับผิวต่าง ๆ
2. วัตถุประสงค์มุ่งหมายสำหรับใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอางโดยเฉพาะ
3. วัตถุประสงค์ที่กำหนดโดยกฎกระทรวงให้เป็นเครื่องสำอาง

3.2 มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (2518, หน้า 152) ได้ให้ความหมายของเครื่องสำอางคือ

1. ผลิตภัณฑ์สิ่งปรุงร้งเพื่อใช้บนผิวหนังหรือส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกายมนุษย์โดย ถู พ่น ทา หรือโยบ เป็นต้น
2. สิ่งใดๆ ที่ใช้เป็นส่วนผสมในผลิตภัณฑ์สิ่งปรุงร้งเพื่อใช้บนผิวหนังหรือส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกายมนุษย์โดย ถู พ่น ทา หรือโยบ เป็นต้น

3.3 ประโยชน์ของเครื่องสำอาง

1. ช่วยกลบกลิ่นอับทำให้จิตใจสดชื่นเมื่อสูดดม เนื่องจากเครื่องสำอางทุกชนิดมีกลิ่นหอม
 2. ช่วยทำความสะอาดรักษาอนามัย สุขภาพของผิวปากและฟัน เช่น สบู่ และยาสีฟัน
 3. ช่วยตกแต่งให้ผิวดูเนียนและผุดผ่องขึ้น เช่นรองพื้นหรือแป้งแต่งหน้า ดินสอเขียนคิ้ว
 4. ช่วยกลบให้ผิวแลดูเหมือนธรรมชาติและปกปิดเพื่อให้ผิวดูอ่อนเยาว์ เช่น กลบฝ้าหรือไฟต่าง ๆ รวมไปถึงริ้วรอย
 5. ช่วยตกแต่งเส้นผมให้ทรงรูปอยู่ได้ให้สวยงามตามแบบที่ต้องการ
 6. ช่วยทำให้ผิวสวยแก่ความอับชื้นและช่วยกันโรคผิวหนังได้ เช่น แป้งฝุ่นโรยตัว เป็นต้น
- เครื่องสำอางที่ดีควรมีคุณสมบัติที่น่าใช้โดยไม่เปลี่ยนแปลงสภาพรูปลักษณะเมื่อเก็บไว้นานให้ประโยชน์ตามที่ระบุไว้ในฉลากต้องไม่มีสารประกอบที่ทำอันตรายต่อผิวหนังไม่มีสิ่งแปลกปลอมและควรสะอาดปราศจากเชื้อจุลินทรีย์ การนำผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางออกจำหน่ายเมื่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่เตรียมได้ผ่านกระบวนการและขั้นตอนการผลิตมาอย่างถูกต้องควรจะได้ผลิตภัณฑ์ที่มี

คุณภาพดีและปลอดภัยในการใช้ ซึ่งสามารถนำออกสู่ท้องตลาดจำหน่ายแก่ผู้บริโภคและสามารถจะแข่งขันกับผลิตภัณฑ์อื่นที่มีขายในท้องตลาด

เครื่องสำอางมีการใช้มาตั้งแต่ในอดีตแต่เริ่มมีการเกิดเป็นอุตสาหกรรมขึ้นเมื่อช่วงต้นศตวรรษที่ 20 โดยมีปัจจัยสำคัญคือการเปลี่ยนระบบผลิตจากแบบทำใช้กันเองภายในครัวเรือนมาเป็นแบบโรงงาน ผสานแรงผลักดันจากสื่อภาพถ่ายและสื่อโฆษณาช่วยส่งเสริมให้มีชื่อเสียงมากยิ่งขึ้น ผู้บุกเบิกรายสำคัญได้แก่ Eugene Schueller แห่งค่ายความงามลอรีออล ประเทศฝรั่งเศส Paul Beiersdorf เจ้าของเครื่องผลิตภัณฑ์บำรุงผิว นีเวีย ประเทศเยอรมนีและอาร์โนบู ฟูกูฮาระ แห่งซิเซโต้ ประเทศญี่ปุ่น

อุตสาหกรรมเครื่องสำอางทั่วโลกปีหนึ่งทำรายได้สูงถึง 160 พันล้านเหรียญโดยแบ่งส่วนกันระหว่างครีมและโลชั่นบำรุงผิว 24 พันล้านเหรียญ ลิปสติกและแป้งแต่งหน้า 18 พันล้าน แคมพูผลิตภัณฑ์ดูแลผม 38 พันล้าน และน้ำหอม 15 พันล้าน (มีเดีย ทรานเอเชีย, 2546, หน้า 170)

3.4 ลักษณะอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย

อุตสาหกรรมเครื่องสำอางเป็นอุตสาหกรรมที่มีโครงสร้างตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทยมีสมาชิก 161 ราย เฉพาะผู้ผลิตจริงมีประมาณกว่า 100 ราย ผู้ผลิตรายใหญ่คือ ลีเวอร์บาร์เธอร์ คอลเกต จอห์นสันแอนด์จอห์นสัน พีแอนด์จี คาโอ ผู้ผลิตรายใหญ่ส่วนมากจะเป็นบริษัทข้ามชาติซึ่งมีโรงงานผลิตอยู่หลายประเทศในอาเซียนโดยแต่ละแห่งจะผลิตสินค้าหลายชนิด ส่วนบริษัทผู้ผลิตคนไทยจะเป็นบริษัทเล็กกว่า 100 ราย ผลิตครีมทาผิว ลอกฝ้า แป้งน้ำ ลิปสติกและอื่น ๆ ด้านเทคโนโลยีการผลิตเครื่องสำอางเป็นการนำสารเคมีสังเคราะห์ประเภทต่าง ๆ มาผสมกันในสัดส่วนที่แน่นอนตามหลักวิทยาศาสตร์เพื่อให้ได้เครื่องสำอางที่มีคุณภาพ ซึ่งประเทศไทยได้รับการควบคุมดูแลจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อ.ย) เทคโนโลยีการผลิตส่วนใหญ่ไทยนำเข้าจากต่างประเทศซึ่งมักมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากตลาดเครื่องสำอางมีการแข่งขันสูงมากทำให้ผู้ผลิตต้องพัฒนาตนเองตลอดเวลาธุรกิจความงามของไทยโดยภาพรวม ไทยมีศักยภาพเป็นอันดับ 3 ของเอเชีย รองจากญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ โดยเป็นอันดับ 1 ในอาเซียนมีมูลค่าตลาดรวม 2.1 แสนล้านบาท แบ่งเป็นตลาดในประเทศร้อยละ 60 คิดเป็นมูลค่า 1.2 แสนล้านบาทและตลาดส่งออกร้อยละ 40 คิดเป็นมูลค่า 9 หมื่นล้านบาท (โพสท์ทูเดย์, 2561)

เครื่องสำอางของไทยส่วนใหญ่จะผลิตภายใต้ลิขสิทธิ์ของต่างประเทศและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตประมาณร้อยละ 80 - 90 ต้องนำเข้าจากต่างประเทศและต้องเสียภาษีนำเข้าในอัตราที่ค่อนข้างสูง (อัตราภาษีนำเข้าเฉลี่ยร้อยละ 20 - 30) เช่น เคมีภัณฑ์ สีทำเครื่องสำอาง สารกันแดด สารสกัดจากพืชและสัตว์ เป็นต้น เนื่องจากยังไม่สามารถผลิตได้เอง นอกจากนี้บรรจุกุณณ์ซึ่งเป็นส่วนประกอบที่สำคัญและบางส่วนต้องนำเข้าจากต่างประเทศโดยเสียภาษีนำเข้าเฉลี่ยร้อยละ 25 - 45 เนื่องจากบรรจุกุณณ์ที่ผลิตในประเทศมีไม่เพียงพอ และบางชนิดยังไม่มีคุณภาพดีพอ การจัดเก็บภาษีนำเข้าในอัตราที่สูงดังกล่าวจึงเป็นปัญหาอุปสรรคประการหนึ่งที่มีผลต่อศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย แต่จากการเปิดเสรีทางการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) อาจทำให้อุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยต้องมีการปรับตัวค่อนข้างมาก

ตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของไทยแบ่งตามลักษณะผลิตภัณฑ์ออกเป็น 4 กลุ่ม คือ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า และผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวกาย

เครื่องสำอางเป็นเรื่องของสองสิ่งที่ต้องนำมารวมกันให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุดคือคุณภาพใหม่ล้ำเลิศที่ดีกว่าคู่แข่งตามท้องตลาดและเสน่ห์เย้ายวนของความงามแบบที่กำลังนำเสนอมองอยู่ โดยทั่วไปผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมีการแบ่งออกเป็น 4 ประเภทคือ สินค้าสำหรับตลาดฟุ่มเฟือย สินค้าสำหรับกลุ่มผู้เสพระดับทั่วไป สินค้าสำหรับมืออาชีพและสินค้าสำหรับกลุ่มผู้เสพเฉพาะด้าน สำหรับธุรกิจเครื่องสำอางหัวใจของการทำงานมีอยู่สองประการ คือต้องยึดมั่นในคุณค่าของยี่ห้อและไม่ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณตัวเองบกพร่อง การแข่งขัน เทคนิคการขายเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ใหญ่กว่า ดีกว่า การค้นคว้าใหม่ๆ เพื่อสิ่งที่ดีกว่าจึงเกิดขึ้นทุกวัน (วัชรินทร์ ผ่องใส, 2546, หน้า 178-186)

ในแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจเครื่องสำอางนั้นมิงงานวิจัยที่ได้อ้างอิงในแนวคิดนี้โดยเฉพาะงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องเนื่องจากเป็นแนวคิดที่เป็นพื้นฐานในเรื่องธุรกิจเศรษฐกิจเครื่องสำอาง โดยจะมีงานที่มีความคล้ายคลึงในงานวิจัยเกี่ยวกับเครื่องสำอางที่ใช้แนวคิดนี้หรือแนวคิดที่ใกล้เคียงกับแนวคิดนี้ คือ การจัดทำกลยุทธ์ของบริษัท ฟาร์มาคอสเมติก จำกัด ศึกษาเฉพาะ : ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า (กมลวรรณ สุจริตธรรม, 2551) และปัจจัยด้านการออกแบบเอกลักษณ์หน้าร้านประเภทร้านเดี่ยว (Stand-alone Shop) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของธุรกิจร้านขายเครื่องสำอางเกาหลี (The unique store design factors affecting purchase decision making of Korean Imported cosmetic) (นาถนดา ชัชวาลกิจกุล, 2554)

ในงานวิจัยเรื่องการจัดทำกลยุทธ์ของ บริษัท ฟาร์มาคอสเม็ท จำกัด ศึกษาเฉพาะ :
ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า (กมลวรรณ สุจริตธรรม, 2547)

ผลการวิจัยที่ได้คือบริษัทฟาร์มาคอสเม็ท จำกัดมีศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันที่สูงโดยดำเนินงานให้สามารถแข่งขันเพื่อให้บริษัทมีการเติบโตของผลกำไรและเป้าหมายหลักคือการทำกำไรระยะยาว ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจในเรื่องนี้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับปัญหาที่ผู้วิจัยได้สนใจธุรกิจของเครื่องสำอางที่ผู้ผลิตมองถึงกำไรเป็นสำคัญ ซึ่งงานวิจัยที่กล่าวมาเป็นการจำวิจัยในบริษัทผู้ผลิตเครื่องสำอางบริษัทหนึ่งที่มีเภสัชกรเป็นผู้ก่อตั้งแสดงให้เห็นถึงผลกำไรเป็นสำคัญของบริษัท ซึ่งอาจจะเชื่อมโยงไปถึงเรื่องการหลอกลวงผู้บริโภคในเครื่องสำอางอันมีผลมาจากการมองเห็นกำไรของผู้ผลิต ส่วนงานวิจัยเรื่องปัจจัยด้านการออกแบบเอกลักษณ์หน้าร้านประเภทร้านเดี่ยว (Stand-alone Shop) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของธุรกิจร้านขายเครื่องสำอางเกาหลี (The unique store design factors affecting purchase decision making of Korean Imported cosmetic) (นาถณดา ชัชวาลกิจกุล, 2554) ผลวิจัยที่ได้คือ สิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อันดับแรกคือด้านผลิตภัณฑ์ อันดับสองด้านราคา อันดับสามด้านส่งเสริมการตลาด และอันดับสุดท้ายคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นจุดสร้างความแตกต่างจากร้านอื่น และสร้างจุดเด่นของร้านค้าในการดึงดูดลูกค้าใหม่ๆเข้ามาสนใจ ซึ่งข้อมูลจากผลการวิจัยที่อ้างอิงชิ้นนี้เป็นประโยชน์ในการนำมาศึกษาของผู้วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องสำอาง เพื่อนำไปสู่วิธีที่เครื่องสำอางปลอมเข้ามามีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในปัจจุบันที่มีอิทธิพลเหล่านี้

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเหล่านี้เป็นผลงานที่ยกตัวอย่างมาจากงานวิจัยที่มีความคล้ายคลึงกันในการศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอาง เครื่องสำอางปลอม ปัจจัยอันเป็นสิ่งที่สนับสนุนให้เกิดขึ้นในการใช้ของบุคคลที่มีความแตกต่างกัน ปัจจัยที่ทำให้เกิดความแตกต่างโดยจะยกอ้างอิงงานวิจัยที่มีความคล้ายคลึงกันดังนี้

เรื่องการศึกษาพฤติกรรมการใช้ “เครื่องสำอางอันตราย” ของวัยรุ่นหญิง จังหวัดอุบลราชธานี (รุ่งนภา กงวงษ์และวิบูลย์ วัฒนนามกุล, 2554)

จะเป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้ “เครื่องสำอางอันตราย” ของวัยรุ่นหญิงจังหวัดอุบลราชธานีดังกล่าว ส่งผลกระทบต่อเกิดอันตรายทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจต่อผู้ใช้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเพื่อหาแนวทางที่เหมาะสม

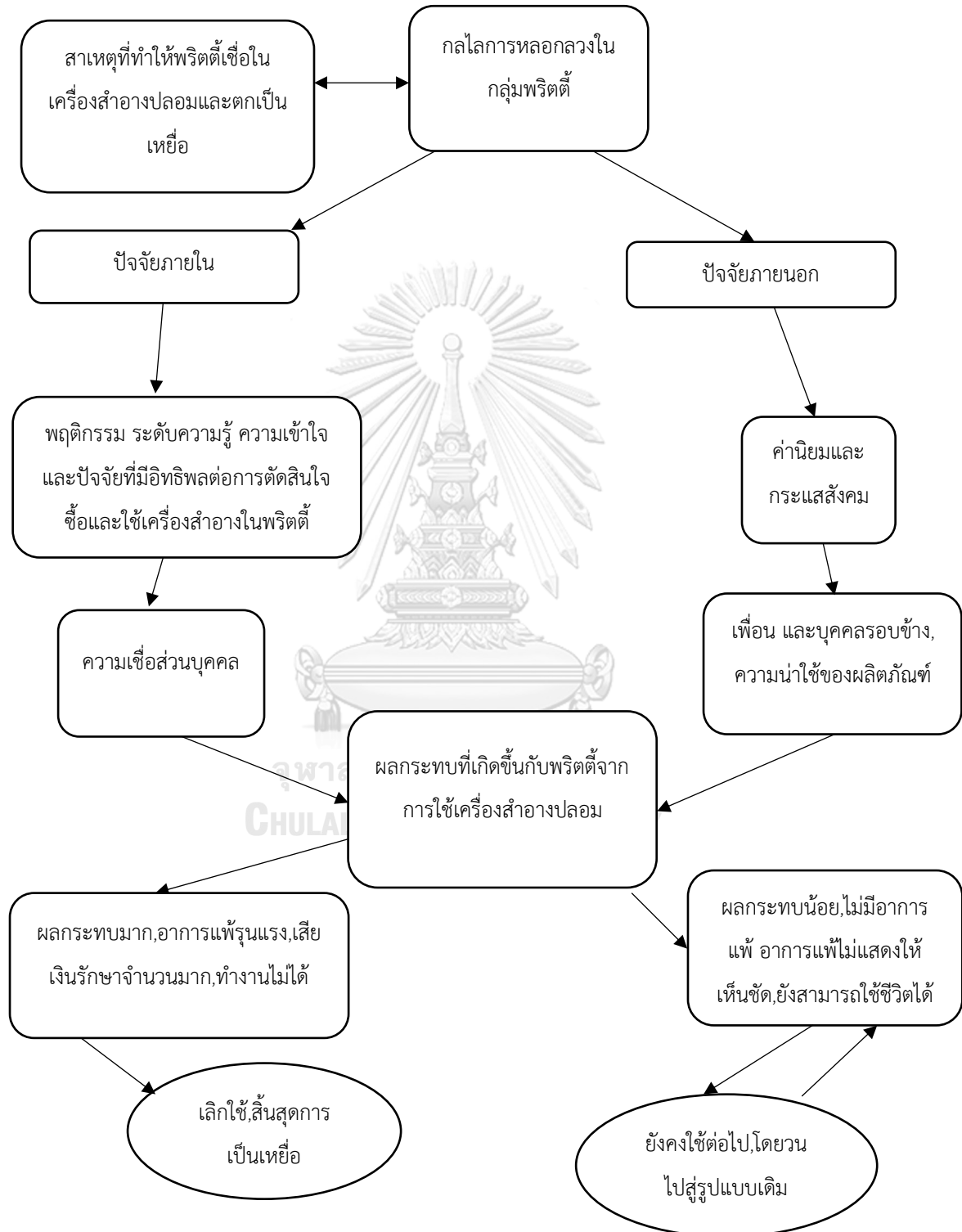
ในการลดพฤติกรรมการใช้นั้นวิธีการ: รูปแบบงานวิจัยเป็นแบบผสมระหว่างเชิงปริมาณและคุณภาพ ศึกษาในเขตพื้นที่อำเภอวารินชำราบและอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี จำนวนตัวอย่าง 539 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาและใช้สถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษา: วัยรุ่นหญิงให้ความสำคัญในการใช้เครื่องสำอางทาหน้ามากโดยปัจจัยที่ทำให้ความสำคัญมากที่สุดในการเลือกซื้อได้แก่การรับรองมาตรฐานจากองค์การอาหารและยา ยี่ห้อน่าเชื่อถือและทดลองใช้แล้วได้ผลและเน้นสรรพคุณบำรุงผิว ป้องกันแดดและทำให้หน้าขาวตามลำดับความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอางทาหน้าอยู่ในระดับต่ำพบพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมในเรื่องซื้อเครื่องสำอางยี่ห้อดังมาลดราคาตามตลาดนัด, ใช้เครื่องสำอางร่วมกับผู้อื่นและไม่ทดสอบการแพ้เมื่อใช้เครื่องสำอางชนิดนั้นเป็นครั้งแรก อาการแพ้ที่พบบ่อยคือผื่นแดงคันและสาเหตุที่ใช้เครื่องสำอางอันตรายเนื่องจากอยากสวย สรุปผล: แนวทางลดพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง ภาครัฐต้องบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง สร้างจิตสำนึกให้กับผู้ประกอบการ เพิ่มศักยภาพให้ผู้บริโภค ผลิตเครื่องสำอางที่ปลอดภัยและชุดทดสอบเบื้องต้นออกมาจำหน่าย เพิ่มแรงบันดาลใจให้กับเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงาน สร้างเครือข่ายเฝ้าระวังที่เข้มแข็งและปลูกฝังค่านิยมที่ถูกต้อง

เรื่องการเปิดรับโฆษณา ทศนคติ และการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง (Exposure to advertisements, attitudes and cosmetic purchasing decision) (สิทธิโชค สวัสดิวัฒน์, 2541)

โดยผลสรุปของผลการวิจัยคือสถานภาพเศรษฐกิจและสังคมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางตราต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การเปิดรับโฆษณาเครื่องสำอางตราไทยและตราต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางไทยและตราต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทศนคติต่อเครื่องสำอางตราไทยและตราต่างประเทศ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางตราไทยและตราต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ความพึงพอใจในโฆษณาเครื่องสำอางตราไทยและตราต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางตราไทยและตราต่างประเทศ

ในงานศึกษาวิจัยเรื่องการเปิดรับโฆษณา ทศนคติ และการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง (Exposure to advertisements, attitudes and cosmetic purchasing decision) โดยผลสรุปของผลการวิจัยคือ สถานภาพเศรษฐกิจและสังคมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางตราต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การเปิดรับโฆษณาเครื่องสำอางตราไทยและตราต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางไทยและตราต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทศนคติต่อเครื่องสำอางตราไทยและตราต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางตราไทยและตราต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ความพึงพอใจในโฆษณาเครื่องสำอางตราไทยและตราต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางตราไทยและตราต่างประเทศ โดยผู้วิจัยสามารถนำงานชิ้นนี้มาเปรียบเทียบในเรื่องที่ผู้วิจัยให้ความสนใจ เช่นสถานภาพทางเศรษฐกิจ (รายได้)มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอาง เรื่องทศนคติและความพึงพอใจต่อโฆษณา

5. กรอบแนวคิด (Conceptual Framework)



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่องกลไกการหลอกลวงต่อการใช้เครื่องสำอางปลอมในกลุ่มพรีตี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อแสดงให้เห็นพฤติกรรมของกลุ่มพรีตี้ในการเลือกซื้อเครื่องสำอางปลอม กระแสนิยมทางสังคมที่ส่งผลต่อการถูกหลอกลวง ระดับความรู้ความเข้าใจทางความคิดที่แตกต่างในเลือกซื้อเครื่องสำอาง โดยมีบริบทที่แตกต่างกันในเรื่องของปัจจัย

สาเหตุที่ผู้วิจัยเลือกเรื่องกลไกการหลอกลวงต่อการใช้เครื่องสำอางปลอมในกลุ่มพรีตี้ เนื่องจากเป็นเรื่องสำคัญที่พบในสังคมไทย การตกเป็นเหยื่อของพรีตี้ในเครื่องสำอางนั้นสาเหตุจากปัจจัยบางอย่าง เช่น ความมั่นคงในอาชีพ รายได้ เป็นส่วนประกอบสำคัญในการใช้เครื่องสำอางปลอมในพรีตี้และเป็นส่วนสำคัญที่เครื่องสำอางปลอมยังคงมีอยู่ในสังคมและอาจจะมีอัตราเพิ่มมากขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงเป็นสาเหตุที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาเรื่องนี้ ซึ่งผู้วิจัยมีความสนใจในกลุ่มพรีตี้เพราะเป็นกลุ่มแรกและกลุ่มหลักที่ได้ใช้เครื่องสำอางปลอม นอกจากจะใช้เพื่อความสวยงามแล้วยังเป็นการใช้เพื่อส่งเสริมอาชีพของตน นอกจากนี้เพื่อทราบถึงข้อมูลเชิงลึกในเรื่องกลไกการหลอกลวงต่อการใช้เครื่องสำอางในพรีตี้

ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาพฤติกรรม วิธีคิด และค่านิยมของกลุ่มพรีตี้ที่มีปัจจัยต่างกันในการเลือกใช้เครื่องสำอาง การตกเป็นเหยื่อ ช่องทางการจำหน่ายเพื่อให้ได้ถึงข้อมูลเชิงลึกและการศึกษาหาข้อมูลกลุ่มพรีตี้ที่ได้รับผลกระทบทางสุขภาพหรือเสียโฉมจนทำให้ไม่สามารถทำงานได้ นอกจากนี้เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างชัดเจนในพฤติกรรมการใช้ในระดับบุคคลของพรีตี้โดยมีการใช้ข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องประกอบเพื่อเป็นแนวทางในการทำความเข้าใจมากขึ้น

การศึกษาพฤติกรรมของพรีตี้ในการเลือกซื้อหรือเลือกใช้เครื่องสำอางและได้รับผลกระทบจากการใช้ โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

1. แหล่งที่มาของข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิจากบุคคล (Primary Data) โดยศึกษาจากการสัมภาษณ์ (Interview) จากกลุ่มพริตตี้จำนวน 15 คน โดยเป็นกลุ่มผู้ใช้เครื่องสำอางเป็นประจำ ทั้งนี้จะเป็นการเลือกแบบชนิดเจาะจงจากกลุ่มพริตตี้ที่ใช้เครื่องสำอางเป็นประจำเพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอาง และความคิดเห็นเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกของเรื่องที่ศึกษา

2. ข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Secondary Data) โดยศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของพริตตี้ โดยเฉพาะพฤติกรรมการเลือกซื้อ เลือกใช้เครื่องสำอาง ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการลอกลวงในเครื่องสำอางและช่องทางในการจำหน่ายเพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้น จากในเอกสารต่าง ๆ เช่น วารสาร บทความ นิตยสาร สื่อออนไลน์ เอกสารอ้างอิงที่เกี่ยวข้อง เอกสารวิชาการ และงานวิจัย

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกอย่างไม่เป็นทางการ กลุ่มพริตตี้ที่อาศัยอยู่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลเป็นจำนวน 15 คน โดยแบ่งออกเป็นกลุ่มที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำและกลุ่มที่ไม่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ โดยแบ่งออกทั้งสองกลุ่มออกเป็นกลุ่มละ 7 คน โดย 1 คน คือ คนที่ไม่เคยใช้เครื่องสำอางปลอม

วิธีนัดสัมภาษณ์ สัมภาษณ์เป็นรายคน โดยแบ่งออกเป็น

1. การสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์เพื่อเป็นการยืนยันข้อมูลเบื้องต้นและนัดพบเพื่อสัมภาษณ์ด้วยตนเอง

2. การสัมภาษณ์ด้วยตนเองหลังจากยืนยันข้อมูลเบื้องต้นรายบุคคลจึงทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง แบ่งออกเป็น การสัมภาษณ์สถานที่ทำงานของพริตตี้หลังเลิกงาน และการสัมภาษณ์ที่ร้านกาแฟ

ส่วนข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะใช้เครื่องมือสื่อออนไลน์เพื่อได้ข้อมูลในการสนับสนุนการสัมภาษณ์จากข้อมูลปฐมภูมิ

เพื่อได้ข้อมูลพฤติกรรม การรับรู้ ความเข้าใจของพริตตี้ในการเลือกซื้อเครื่องสำอางข้อมูลของแหล่งที่มีการจำหน่ายเครื่องสำอางเหล่านี้และกระแสตอบรับของพริตตี้ต่อเครื่องสำอางปลอมโดยนำ

ข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบกับระหว่างพฤติกรรมของกลุ่มพริตตี้และหาปัจจัยที่ทำให้ตกเป็นเหยื่อของการหลอกลวงทางเครื่องสำอางปลอมเพื่อให้เข้าใจได้มากขึ้น

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์ เพื่อใช้ในการสอบถามข้อมูลเป็นลักษณะคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้อธิบายแสดงความคิดเห็นและประสบการณ์ของผู้ถูกสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัย เข้าใจมากขึ้นและสามารถนำไปต่อยอดกับข้อมูลจากแหล่งอื่นได้ โดยจะมีแนวคำถามแบ่งออกเป็นสองแนว คือ

แนวคำถามที่หนึ่งจะเป็นคำถามในเรื่องเกี่ยวกับพฤติกรรมของพริตตี้ต่อการเลือกเครื่องสำอางปลอม โดยจะเป็นคำถามทั่วไปในเรื่องการทำความเข้าใจต่อพฤติกรรมและปัจจัยการเลือกของพริตตี้ ความรู้สึกพึงพอใจจากการใช้เครื่องสำอางปลอมอย่างละเอียด

แนวคำถามที่สองจะเป็นคำถามเชิงลึกต่อเครื่องสำอางปลอม สำหรับผู้ถูกสัมภาษณ์ที่มีประสบการณ์ในเรื่องการใช้เครื่องสำอางปลอมทั้งที่ได้รับผลกระทบมากและได้รับผลกระทบเล็กน้อย คำถามชุดนี้จึงเป็นคำถามเฉพาะ เพื่อเข้าใจถึงกลไกของการหลอกลวงในเครื่องสำอาง ช่องทางการจำหน่ายและสาเหตุที่พริตตี้ยังคงให้การสนับสนุนและใช้ ซึ่งจะเป็นคำถามนำไปสู่แนวคำถามถึงผลกระทบของผู้ที่มีประสบการณ์ใช้

นอกจากนี้ยังมีข้อสัมภาษณ์เพิ่มเติมในเรื่องเครื่องสำอาง

1.1 เพื่อให้ได้ข้อมูลถึงกระแสของเครื่องสำอาง

1.2 เพื่อเปรียบเทียบเรื่องความแตกต่างในการเลือก

1.3 เพื่อเข้าถึงข้อมูลการรับรู้ของค่านิยมทางสังคมและความแตกต่างของกลุ่ม

ประชากร

โดยจะช่วยให้ได้ข้อมูลกลไกการหลอกลวงเครื่องสำอางปลอมในพริตตี้ที่อาศัยกระแสสังคมว่ามีปัจจัยต่างๆสนับสนุน

2. การจดบันทึก เพื่อช่วยให้ผู้วิจัยสามารถบันทึกเรื่องราวข้อมูลจากผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ให้ไว้ตรงประเด็นและไม่ตกหล่น โดยสามารถจับใจความสำคัญจากคำตอบได้และยังเป็นประโยชน์ในการที่ผู้วิจัยได้ใช้ในการถามคำถามต่อเนื่องจากคำตอบของผู้ถูกสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แม่นยำรวมถึงข้อมูลเพิ่มเติมจากนอกแนวคำถามการวิจัยเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการต่อยอดของเรื่องที่วิจัย

3. แบบันทักเสียง สำหรับการบันทึกข้อมูลจากการสัมภาษณ์ให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดครบถ้วน เพื่อนำมาถอดความในใจความสำคัญ

4. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ในการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้ออกแบบคำถามการสัมภาษณ์ แนวทางการสัมภาษณ์จากเรื่องที่ผู้วิจัยศึกษา วัตถุประสงค์ในการศึกษาและการนำแนวคิดที่เกี่ยวข้องเป็นกรอบแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์ โดยอาจารย์ที่ปรึกษาได้ตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมของแบบสัมภาษณ์ เพื่อให้แน่ใจว่าแบบสัมภาษณ์นี้สามารถนำมาเป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำวิจัยได้อย่างครบถ้วน ครอบคลุมประเด็นเรื่องที่วิจัยและวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ผู้วิจัยกำหนด จากนั้นจึงนำมาตรวจสอบและแก้ไขแบบสอบถามให้เหมาะสมเพื่อนำไปใช้ให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบคำถามได้ตรงประเด็นวัตถุประสงค์การศึกษาและเข้าใจคำถามในแบบสอบถามได้ดี

5. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ กลุ่มปริตต์ที่อาศัยอยู่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลเป็นจำนวน 15 คน โดยแบ่งออกเป็นกลุ่มที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำและกลุ่มที่ไม่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ โดยแบ่งออกทั้งสองกลุ่มออกเป็นกลุ่มละ 7 คน โดย 1 คนคือคนที่ไม่เคยใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นการคัดเลือกโดยความสัมพันธ์ส่วนตัวและการแนะนำ

6. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์จากแหล่งข้อมูลโดยตรง สัมภาษณ์ปริตต์ที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ ไม่ได้ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ และปริตต์ที่ไม่เคยใช้เครื่องสำอางปลอมเพื่อเปรียบเทียบ นอกจากนี้ยังวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องผลกระทบของปริตต์จากการใช้เครื่องสำอางปลอม โดยแบ่งออกเป็นปริตต์ที่ได้รับผลกระทบมากและปริตต์ที่ได้รับผลกระทบน้อยเพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและสาเหตุที่ยังใช้ของปริตต์ ซึ่งแบ่งประเภทผู้ถูกสัมภาษณ์ออกเป็น 3 กลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แตกต่างครบถ้วน จากนั้นจะนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์

แยกแยะเป็นออกเป็นประเด็นโดยอาศัยวัตถุประสงค์และแนวคิดในเรื่องที่วิจัยมาเป็นกรอบในแนวทางการวิเคราะห์

การนำเสนอข้อมูลจะใช้วิธีวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยยกตัวอย่างจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ เพื่อให้เห็นถึงการเปรียบเทียบระหว่างพริตตี้ที่มีความแตกต่างกันทั้งด้านอายุ รายได้ แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของการหลอกลงในเครื่องสำอางปลอม ทำให้ทราบถึงความแตกต่างของกลุ่มพริตตี้และแสดงให้เห็นว่าทำไมพริตตี้บางกลุ่มยังคงใช้เครื่องสำอางปลอมอยู่ โดยยังคงเป็นเป้าหมายต่อการถูกหลอกในเรื่องเครื่องสำอางปลอม การวิเคราะห์นี้จะแยกออกเป็นประเด็นต่างๆเพื่อให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น



บทที่ 4

ผลการศึกษา กลไกการหลอกลวงเครื่องสำอางปลอมในพริตตี้ อิทธิพลของสื่อ บุคคลรอบข้าง และค่านิยมของสังคม ต่อพฤติกรรมและผลกระทบของ กลุ่มพริตตี้

ในสังคมทุกยุคทุกสมัยจะมีการกำหนดค่านิยมหรือกระแสขึ้นในสังคม ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามช่วงเวลา ค่านิยมของสังคมมีความสำคัญเป็นอย่างมากในการกำหนดความเป็นไปของสังคมนั้น ความนิยมขึ้นอยู่กับค่านิยมหรือกระแสสังคมจึงเป็นไปไม่เหมือนกันตามแต่ละสังคมตามแต่ละยุคสมัย ส่วนในปัจจุบันนั้นเป็นโลกยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การเข้าถึงสื่อที่ง่ายขึ้น กระแสนิยมจึงมาเร็วและจากไปเร็ว ดังนั้นอิทธิพลของสื่อมีความสำคัญต่อสังคมเป็นอย่างมาก

ในบทนี้จะนำเสนออิทธิพลของสื่อและบุคคลรอบข้างและค่านิยมของสังคมที่มีผลต่อพฤติกรรมของกลุ่มพริตตี้ในการเลือกเครื่องสำอาง จากการศึกษาค่านิยมของสังคมเป็นสิ่งสำคัญในการกำหนดแนวทางของพฤติกรรม โดยมีสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา แม้กระทั่งการประชาสัมพันธ์ทางอ้อม เช่น หุ่นนางแบบ โดยสิ่งที่สำคัญที่สุดคือสื่อออนไลน์และบุคคลรอบข้าง ในเรื่องของบุคคลรอบข้างจากการศึกษาเมื่อนุชย้ายจากกลุ่มคนกลุ่มหนึ่งไปยังอีกกลุ่มหนึ่งจะเกิดเปลี่ยนแปลงให้เข้ากับกลุ่มคนกลุ่มนั้นตามธรรมชาติทางด้านพฤติกรรม ตามสภาพแวดล้อมของสังคมในกลุ่ม การเลือกสิ่งต่าง ๆ บุคคลรอบข้างจึงมีอิทธิพลสำคัญต่อการเลือกสรร แม้ว่ามนุษย์จะมีความแตกต่างระหว่างบุคคลมีความชอบในลักษณะที่แตกต่างแต่เมื่อนุชยังเห็นบางสิ่งเป็นสิ่งใหม่เป็นสิ่งที่ไม่เคยลอง บุคคลรอบข้างคือกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการเลือกของมนุษย์ในการลองในสิ่งใหม่หรือลองพฤติกรรมในรูปแบบใหม่ที่แตกต่าง นอกจากนี้ถ้ามนุษย์ไม่ได้มีกลุ่มบุคคลรอบข้างก็จะเชื่อถือตามสังคมส่วนใหญ่ เมื่อสังคมส่วนใหญ่ไปในแนวทิศทางใดก็จะเปลี่ยนเป็นไปตามทิศทางนั้น การเลือกเครื่องสำอางของกลุ่มพริตตี้ก็เช่นเดียวกัน จากการศึกษาหากพริตตี้จะลองเครื่องสำอางใหม่ ๆ หรือเครื่องสำอางปลอม พริตตี้มักจะถูกอิทธิพลจากคนใกล้ตัวเป็นสิ่งแรก โดยมองข้ามว่าเป็นเครื่องสำอางปลอมและมองข้ามความอันตรายเพราะอาศัยความเชื่อใจของกลุ่ม บุคคลรอบข้าง ในส่วนเหตุที่เชื่อคือบุคคลรอบข้างเป็นผู้ใช้จริงและเห็นด้วยว่าได้ผลตามบุคคลรอบข้าง แม้ว่าเครื่องสำอางชิ้นนั้นจะเป็นอันตรายตามที่มีการประกาศของ องค์การอาหารและยา ความเชื่อในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

เพื่อใช้ตามบุคคลรอบข้างเป็นความมั่นใจที่กลุ่มพรีตี้เชื่อถือมากกว่าการเชื่อประกาศของรัฐ แต่ในขณะเดียวกันเมื่อมีการบอกกล่าวของบุคคลรอบข้างว่าเครื่องสำอางที่ใช้อยู่ในใช้แล้วไม่ตรงกับผลลัพธ์ หรือมีอาการแพ้ปรากฏขึ้นพรีตี้ที่ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ชิ้นนั้นจะไม่กล้าที่จะลองใช้ในผลิตภัณฑ์ชิ้นนั้น ความเชื่อมั่นต่อการเลือกเครื่องสำอางของพรีตี้ขึ้นนอกจากจะเชื่อในบุคคลรอบข้างแล้วสื่อก็มีอิทธิพลต่อความมั่นใจในการเลือกใช้เครื่องสำอางของพรีตี้เช่นเดียวกัน จากการศึกษาพบว่าพรีตี้ส่วนใหญ่จะเชื่อบุคคลรอบข้าง แต่ก็มีบางส่วนที่เชื่อในสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะในปัจจุบันการเข้าถึงสื่อเป็นสิ่งที่ง่าย เช่น สื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงได้ทุกคน ซึ่งนอกจากจะเข้าถึงง่ายแล้วยังเป็นสิ่งที่สามารถหากลวงได้ง่ายเช่นเดียวกัน พรีตี้ส่วนใหญ่เชื่อว่าหากเครื่องสำอางมีการรีวิวดีตามสื่อต่าง ๆ หรือมีการพูดถึงตามสื่อ แม้ว่าคนในสื่อจะเป็นคนที่ไม่รู้จักถึงตัวตนเขาแต่ก็เลือกที่จะเชื่อโดยอาศัยว่าคนจำนวนมากเชื่อถือและสื่อก็มีการสนับสนุนเป็นจำนวนมากทำให้เกิดความอยากลอง ด้วยเหตุนี้พรีตี้ก็จะมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการลองเครื่องสำอางปลอมนั้น แม้ว่าอาจจะเกิดผลกระทบภายหลังก็ตามซึ่งการศึกษานั้นพรีตี้ส่วนมากกล้าที่จะลองใช้ เพราะคิดว่าอาจจะส่งผลกระทบเพียงเล็กน้อยหรือถ้าส่งผลกระทบที่เห็นได้ชัดทางกายภาพ ร่างกาย เช่น มีสิ่ว ผดขึ้นเยอะเป็นจำนวนมากก็จะรีบทำลายทันที

1. การเลือกเครื่องสำอางของพรีตี้มีความแตกต่าง

ความแตกต่างระหว่างบุคคลเป็นธรรมชาติของมนุษย์แต่ละคนทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ความชอบของคนนั้นแต่ในกรณีพรีตี้ไม่ได้มีประสบการณ์ในการใช้สิ่งนั้นก็เกิดพฤติกรรมอยากทดลองในสิ่งใหม่ตามกระแสของสังคม

จากการศึกษาพบว่าพรีตี้ส่วนมากจะมีการเชื่อถือในเครื่องสำอางตัวใหม่ที่ไม่เคยได้ทดลองใช้มาก่อนจากสื่อและคนรอบข้างโดยความเชื่อนี้จะมากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับบุคคลตามความแตกต่าง ทั้งนี้หากพรีตี้มีการใช้แล้วหรือมีการทดลองใช้แล้วก็จะเกิดประสบการณ์ในตัวเอง ดังนั้นพฤติกรรม การเชื่อถือคนรอบข้างและสื่อจึงไม่ได้ผลหากมีการพรีตี้มีการลองใช้แล้ว ซึ่งความแตกต่างของพฤติกรรมของบุคคลในการเลือกเครื่องสำอางจึงมีความแตกต่างในแง่ของประสบการณ์

ความแตกต่างนี้จะแบ่งออกเป็น 2 อย่างหลัก คือแตกต่างในด้านพฤติกรรมของแต่ละคนและแตกต่างทางความเชื่อของแต่ละคน ซึ่งความแตกต่างที่ทำให้พรีตี้แบ่งออกเป็นกลุ่มเพราะพรีตี้บางคนจะมีรูปแบบการใช้ชีวิตเป็นไปในทิศทางเดียวกันและพฤติกรรมเดียวกัน นอกจากนี้พรีตี้บางคนก็

กลายมามีวิถีชีวิตแบบเดียวกับกลุ่มเพราะว่าได้ซึมซับวิถีชีวิตและพฤติกรรมของกลุ่มนั้นจนกลายมาเป็นส่วนหนึ่งของตนเองแต่สิ่งที่กำหนดความแตกต่างของบุคคลของกลุ่มนั้นก็คือ

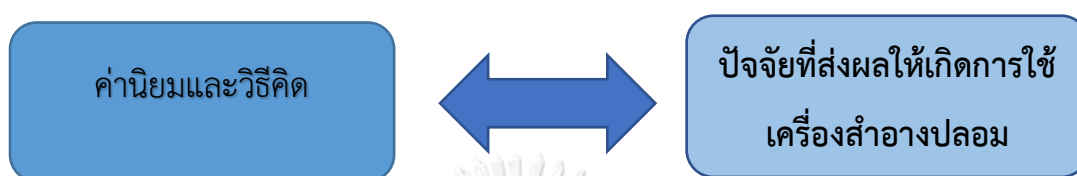
2. พฤติกรรมการใช้ของแต่ละคน

พริตตี้แต่ละคนมีความแตกต่างกันในหลายเรื่องนอกจากเรื่องทางกายภาพแล้วเช่น คุณภาพชีวิต สุขภาพ การงานและการเงิน ส่วนประกอบเหล่านี้ล้วนเกี่ยวข้องกับค่านิยมของสังคมที่พริตตี้คนนั้นอยู่ เมื่อพริตตี้มีการย้ายจากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่งค่านิยมก็อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงได้เช่นกันเพราะการย้ายไปอีกที่หนึ่ง องค์ประกอบความแตกต่างของบุคคลก็มีการเปลี่ยนแปลง เช่นเมื่อพริตตี้ย้ายจากสังคมที่ให้ค่านิยมความผอม พริตตี้ก็จะสามารถเปลี่ยนพฤติกรรมส่วนตัวให้มีค่านิยมตามสังคมที่อยู่ซึ่งอาจจะแตกต่างจากสังคมเดิม กลายเป็นพฤติกรรมความแตกต่างแต่ละบุคคลซึ่งแตกต่างจากกลุ่มสังคมเดิมเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพ เพราะการย้ายจากอีกสังคมหนึ่งองค์ประกอบทุกอย่างมีการเปลี่ยนแปลงทั้งคุณภาพชีวิต สุขภาพ และการงานและส่งผลให้มีการเลือกเครื่องสำอางที่แตกต่าง

3. ความเชื่อที่แตกต่างของบุคคล

ในพริตตี้แต่ละคนจะมีความเชื่อที่แตกต่างกัน ซึ่งความเชื่อนี้ก็เกิดจากส่วนหนึ่งของค่านิยม เพราะค่านิยมเป็นสิ่งที่กำหนดสังคมและเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความเชื่อขึ้นมาในบุคคล ความเชื่อทั้งหลายนั้นนอกจากเกิดจากค่านิยมของสังคมแล้วยังผ่านขั้นตอนการเรียนรู้ การเรียนรู้ในแต่ละคนมีความแตกต่างกัน พริตตี้บางคนมีการเรียนรู้จากประสบการณ์ของตนและสิ่งรอบข้าง จากการศึกษาพริตตี้มีการเลือกเครื่องสำอางหรือไม่เลือกเครื่องสำอางนั้นผ่านการเรียนรู้ เช่นพริตตี้บางคนเคยใช้เครื่องสำอางปลอมแล้วเกิดอาการแพ้หรือเคยเห็นเพื่อนใช้แล้วมีอาการแพ้ จึงไม่กล้าที่จะใช้เครื่องสำอางปลอมแม้ว่าจะอยู่ในกระแสโด่งดังก็ตาม นอกจากนี้การเปรียบเทียบของแต่ละบุคคลในการเปรียบเทียบระหว่างผลเสียและผลลัพธ์เป็นสิ่งที่พริตตี้คาดการณ์ว่าสิ่งไหนที่จะคุ้มค่ากว่าสำหรับตน การแลกเปลี่ยนทั้งสองสิ่ง เช่น เมื่อจะสูญเสียสิ่งใดสิ่งหนึ่งไปแต่กลับได้มาซึ่งหนึ่งที่มีความคุ้มค่ามากกว่าก็จะยินยอมให้สูญเสียสิ่งที่ต้องแลกไปหากไม่คุ้มค่าก็จะไม่มีการยินยอมแลกไป การยินยอมที่จะใช้เครื่องสำอางปลอมเพื่อแลกกับอาการแพ้เครื่องสำอางหากการใช้มีความคุ้มค่ามากกว่าอาการแพ้พริตตี้ก็จะเลือกการใช้และสั่งสมจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของความเชื่อในที่สุด

ค่านิยมของสังคมนั้นสร้างตัวตนของปริตต์ให้มีลักษณะเฉพาะของแต่ละคนหรือลักษณะเฉพาะของกลุ่ม ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้และความเชื่อที่แตกต่างกัน เนื่องจากความเชื่อของแต่ละบุคคลแต่ละกลุ่มจะแตกต่างกันตามแต่ละสังคมและค่านิยมในสังคมนั้น ดังนั้นค่านิยมจึงเป็นส่วนสำคัญในการประกอบสร้างความแตกต่างของบุคคลหรือของกลุ่มและความเชื่อที่แตกต่าง



ค่านิยมของสังคมและวิธีคิดของปริตต์เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้เกิดการใช้เครื่องสำอางปลอม

ในความแตกต่างระหว่างบุคคลด้านพฤติกรรมและความเชื่อเกิดจากปัจจัยสภาพแวดล้อมเป็นพื้นฐานสำคัญที่ทำให้ปริตต์มีพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางที่แตกต่างกันออกไป ด้วยเหตุนี้จากการศึกษาจะพบอีกว่า ปริตต์แต่ละคนนั้นจะมีความคล้ายคลึงด้านพฤติกรรมการเลือกเครื่องสำอางในกลุ่มของตนและจะแตกต่างจากอีกกลุ่ม

ในกรณีศึกษาจะพบว่าความแตกต่างของปริตต์แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่คือ กลุ่มที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำและกลุ่มที่ใช้เครื่องสำอางปลอมไม่ประจำ ซึ่งทั้งสองกลุ่มนี้ความแตกต่างโดยหลักแล้วจะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างเป็นส่วนประกอบที่ทำให้มีความแตกต่างกัน เช่น

จำนวน ความถี่ในการใช้เครื่องสำอาง	รายได้	อิทธิพลภายนอก
		<ul style="list-style-type: none"> - กระแสสังคม (เทรนด์) - เพื่อนร่วมงาน (บุคคลรอบข้าง) - บิวตี้บล็อกเกอร์ บุคคลรอบข้างหรือคนดังในกระแสสังคม - การโฆษณา รีวิวจากช่องทางสื่อต่างๆ - แฟ้มเกจของสินค้า

ความเห็นเกี่ยวกับเครื่องสำอางปลอมและการใช้ ระหว่างกลุ่มพรีตี้ด้วยกัน	บุคคลที่แนะนำพรีตี้ในการใช้เครื่องสำอางปลอม	การแนะนำของพรีตี้ต่อบุคคลอื่น ส่งผลให้นำไปสู่การเป็นที่นิยมในกระแสสังคม
การมองถึงอิทธิพลของกระแสสังคม (การทำตามกระแสสังคม)	การซื้อเครื่องสำอางตามกระแส	ความมั่นใจในเครื่องสำอางปลอมในกระแสสังคม
สิ่งที่ทำให้กล้าใช้เครื่องสำอางปลอมครั้งแรก	ประสบการณ์การถูกห้ามใช้เครื่องสำอางปลอม	การหวั่นความเสี่ยงต่อสุขภาพ
การมองตนเองว่าเป็นตัวแทนของกระแสสังคม	ระดับอันตรายจากการแพ้เครื่องสำอางปลอมของพรีตี้	ผลกระทบจากการแพ้เครื่องสำอางปลอม
การรับรู้ถึงผลกระทบของเครื่องสำอางปลอม	การเห็นบุคคลอื่นที่แพ้เครื่องสำอางปลอม	การกลัวอันตรายของเครื่องสำอางปลอมโดยเปรียบเทียบผลการแพ้ ระหว่างผิวหนังและระบบภายในร่างกาย
ความรู้สึกรั้งแรกที่ใช้เครื่องสำอางปลอม		

แจกแจงรายละเอียด ดังนี้

1. จำนวนความถี่ในการใช้เครื่องสำอาง

การใช้เครื่องสำอางของพรีตี้ นั้นมีการใช้อยู่ในความถี่ที่สูง ซึ่งกลุ่มพรีตี้ที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำจะเป็นกลุ่มที่มีการความถี่ในการใช้เครื่องสำอางสูงไม่เพียงแต่เฉพาะในการทำงานเท่านั้นแต่ยังมีการใช้แม้จะออกไปข้างนอก การใช้เครื่องสำอางตลอดเวลาของพรีตี้ อยู่ที่จำนวนปริมาณ ดังนั้นการใช้เครื่องสำอางเป็นประจำทำให้มีการซื้อเครื่องสำอางบ่อยซึ่งมีผลต่อรายได้ซึ่งผลลัพธ์และความยอมเยี่ยวของราคาเครื่องสำอางจึงเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ หากเครื่องสำอางมีราคาแพงก็จะกระทบกับค่าใช้จ่ายที่ไม่สมดุลต่อรายได้ของพรีตี้จึงเป็นส่วนที่ทำให้เลือกใช้พรีตี้กลุ่มนี้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ

2. การเลือกซื้อเครื่องสำอางโดยอิงจากรายได้

กลุ่มพรีตี้ส่วนใหญ่จะต้องซื้อเครื่องสำอางโดยมองถึงรายได้ตัวเองเป็นสำคัญ เนื่องจากการซื้อเครื่องสำอางคือการลงทุนรูปแบบหนึ่งของพรีตี้ หากพรีตี้ซื้อเครื่องสำอางมีราคาแพงอาจจะกระทบค่าใช้จ่ายอื่น นอกจากนี้อ้างอิงจำนวนความถี่ในการใช้เครื่องสำอาง ยิ่งมีความถี่มากพรีตี้จะมีการซื้อเครื่องสำอางบ่อยครั้ง จากการศึกษาพบว่าหากพรีตี้มีรายได้ที่มากขึ้น จำนวนเครื่องสำอางและคุณภาพของที่ซื้อก็จะสูงขึ้น นอกจากนี้ยังมีส่วนประกอบอื่นในการตัดสินใจ

3. อิทธิพลภายนอกต่อการเลือกเครื่องสำอางของกลุ่มพรีตี้

กลุ่มพรีตี้มักจะมองหาเครื่องสำอางที่ตอบโจทย์ตนเองได้ เช่นเครื่องสำอางในกระแสสังคม เครื่องสำอางที่สามารถทำให้เกิดผลลัพธ์ที่รวดเร็วต่อการใช้ อิทธิพลภายนอกที่มีผลต่อการเลือกของพรีตี้คือ กระแสสังคม (เทรนด์) เพื่อนร่วมงาน บิวตี้บล็อกเกอร์ เน็ตไอดอล คนดังในกระแส การรีวิวจากสื่อ โฆษณาและแพ็คเกจของสินค้า รายละเอียดของอิทธิพลในการเลือกเครื่องสำอางของพรีตี้สามารถแจกแจงดังนี้

3.1 กระแสสังคม (เทรนด์) สิ่งที่สำคัญมาก เนื่องจากพรีตี้จะต้องใช้เครื่องสำอางตามกระแสสังคมที่เป็นอยู่ เช่นถ้ากระแสสังคมเป็นไปในทิศทางใด พรีตี้ก็จะมีการใช้เครื่องสำอางในรูปแบบนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับกระแสสังคม ดังนั้นกระแสสังคมจึงมีอิทธิพลอย่างมากในพรีตี้ หากเครื่องสำอางที่ไม่สามารถตอบโจทย์ตามแบบกระแสสังคมพรีตี้ก็จะไม่เลือกใช้

3.2 เพื่อนร่วมงาน (บุคคลรอบข้าง) บุคคลรอบข้างของพรีตี้ เช่นเพื่อนมีความสำคัญเนื่องจากเป็นบุคคลใกล้ชิดเป็นคนแนะนำในหลายเรื่องโดยเฉพาะเรื่องเครื่องสำอางก็เช่นเดียวกันและพรีตี้ก็เชื่อคนใกล้ชิดตัวในการเลือกเครื่องสำอาง เช่น รุ่นพีโนวงการพรีตี้ เพื่อนร่วมงานที่เป็นพรีตี้ กลุ่มคนเหล่านี้พรีตี้มองว่าอาจมีประสบการณ์มากกว่าตน สิ่งทีกลุ่มคนเหล่านี้แนะนำจึงเป็นสิ่งที่คิดว่าน่าจะเหมาะสม

3.3 บิวตี้บล็อกเกอร์ เน็ตไอดอล คนดังในกระแส กลุ่มบุคคลเหล่านี้คือคนที่เป็นตัวอย่างในกระแสสังคม ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความชอบในเรื่องใดเรื่องหนึ่งจนมีผู้ติดตามเยอะโดยเฉพาะในปัจจุบันการมีอินเทอร์เน็ตทำให้ผู้คนเข้าถึงข้อมูลง่ายและบางคนใช้ในการให้คนอื่นเข้าถึงการเกิดขึ้นของกลุ่มบุคคลนี้จึงมีมากขึ้น นอกจากนี้พรีตี้ที่ติดตามบุคคลเหล่านี้ก็จะใช้ตามสิ่งที่บุคคลเหล่านี้ใช้

โดยเฉพาะเครื่องสำอางหรือหากพริตตี้มีการลงเลเครื่องสำอางตัวใดตัวหนึ่งหากเห็นกลุ่มคนเหล่านี้มีการใช้ก็จะมั่นใจที่จะใช้โดยไม่ลังเลอีก

3.4 การรีวิวจากสื่อและโฆษณา รีวิวจากสื่อเป็นการรีวิวที่เกิดจากทั้งคนดังหรือบุคคลทั่วไปโดยเฉพาะอย่างยิ่งในอินเทอร์เน็ต เมื่อพริตตี้เห็นการรีวิวบอกถึงประโยชน์ของเครื่องสำอางชิ้นนั้นจึงทำให้พริตตี้มีความสนใจมากขึ้นในการใช้เช่นเดียวกับกับโฆษณา ส่วนนี้เป็นสิ่งสำคัญเพราะหากมีการเห็นบ่อยครั้งจะทำให้เกิดความคิดว่าสิ่งนั้นดีจริงและอยากที่จะลอง การทำงานของการรีวิวกับโฆษณาจึงไปในทิศทางเดียวกัน

3.5 แพ็คเกจของสินค้า แพ็คเกจเป็นส่วนหนึ่งในการเลือกใช้เครื่องสำอางของพริตตี้ การออกแบบแพ็คเกจให้มีความน่าใช้ ดูน่าเชื่อถือ ทำให้พริตตี้มีความสนใจในเครื่องสำอางชิ้นนี้ แม้ว่าจะเป็นส่วนน้อยในการตัดสินใจเลือกเครื่องสำอางของพริตตี้แต่แพ็คเกจก็เป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งในการเลือกสามารถทำให้พริตตี้ตัดสินใจได้ดีขึ้นในการเลือกเครื่องสำอางชิ้นใดชิ้นหนึ่งโดยใช้ส่วนนี้เป็นองค์ประกอบ

จากปัจจัยอิทธิพลภายนอกต่อการเลือกเครื่องสำอางของพริตตี้จะเห็นว่า สิ่งเหล่านี้ล้วนมีอิทธิพลต่อการเลือกเครื่องสำอางและมีการเชื่อมโยงกันโดยแยกเป็นองค์ประกอบต่างกัน ซึ่งล้วนเสริมความมั่นใจต่อพริตตี้ในการเลือก ดังนั้นการเลือกเครื่องสำอางของพริตตี้จากสิ่งใดสิ่งหนึ่งอาจทำให้ลังเลแต่เมื่อมีองค์ประกอบต่างๆนี้รวมเข้าด้วยกันจะยิ่งเสริมให้พริตตี้มีความมั่นใจในการเลือกเครื่องสำอางอาจจะมีพริตตี้บางคนที่ยังองค์ประกอบอิทธิพลข้อเดียวจะเป็นสิ่งที่ทำให้พริตตี้เลือกใช้เครื่องสำอางแต่ส่วนมากก็ต้องมีองค์ประกอบบรวมนั้น 2-3 ข้อเพื่อสนับสนุนในการเลือกมากขึ้น ดังนั้นเครื่องสำอางปลอมนอกจากจะมีการสร้างขึ้นมาจากกระแสสังคมแล้วยังคงต้องอาศัยการใช้สื่อคนรีวิว การทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างตามอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นการนำไปสู่การแนะนำปากต่อปากระหว่างบุคคล

4. ความเห็นเกี่ยวกับเครื่องสำอางปลอมและเคยใช้หรือไม่

ความคิดเห็นของกลุ่มพริตตี้ในเรื่องเครื่องสำอางปลอมสำคัญเป็นอย่างมากเพราะหากพริตตี้เห็นด้วยและมองว่าเป็นเรื่องธรรมดาโอกาสการใช้เครื่องสำอางปลอมในพริตตี้ก็จะมีแนวโน้มสูง จากการศึกษาส่วนมากพริตตี้มีการมองเครื่องสำอางปลอมในแง่ลบ โดยมองว่าอาจเป็นอันตรายซึ่งจะมีส่วนน้อยเท่านั้นที่มองว่าผลลัพธ์ดี ราคาถูกเป็นที่ยอมรับได้แต่ในทางตรงกันข้ามพบว่าเครื่องสำอางปลอมกลับมีพริตตี้เคยใช้เกือบทั้งหมด ดังนั้นจึงเป็นที่น่าสนใจว่าพริตตี้ส่วนมากมองเครื่องสำอาง

ปลอมในแง่ลบแต่ส่วนมากที่มองในแง่ลบล้วนแต่เคยใช้กันมาแล้วและบางส่วนยังคงใช้อยู่ ดังนั้นจึงเป็นเรื่องของการเปรียบเทียบโดยมองผลประโยชน์สูงสุดกับสิ่งที่เสียไป

5. บุคคลที่แนะนำพริตตี้ในการใช้เครื่องสำอางปลอม

การใช้เครื่องสำอางปลอมนอกจากจะเป็นการนำมาใช้ด้วยตนเองจากสื่อหรือการพิจารณาเลือกด้วยตนเอง แต่สิ่งสำคัญในการเริ่มต้นใช้ครั้งแรกของพริตตี้คือการที่มีบุคคลแนะนำ บุคคลแนะนำนี้จะเป็นส่วนสำคัญในการช่วยการตัดสินใจจากความลังเล ส่วนมากคนที่แนะนำพริตตี้มักจะเป็นเพื่อน ซึ่งเพื่อนเป็นกลุ่มคนที่พริตตี้ไว้วางใจและมีความใกล้ชิดเป็นอย่างมาก นอกจากนี้อาจจะมีบางส่วนนอกจากเพื่อน เช่น รุ่นพี่ หรือคนรู้จักในวงการ

6. การแนะนำของพริตตี้ต่อบุคคลอื่น

ส่วนมากพริตตี้ก็จะมีการแนะนำเครื่องสำอางเหล่านี้ โดยเฉพาะกับเพื่อนเพราะเป็นกลุ่มที่สนิทใกล้ชิดมากพร้อมที่จะแนะนำโดยที่ยังไม่ขอคำแนะนำ ส่วนอีกกลุ่มคือบุคคลอื่นที่เจอตามงานสถานที่ต่างๆ เป็นการถามโดยกว้างเช่นใช้อะไร ผิวดูดีจัง ดังนั้นการแนะนำรูปแบบนี้เป็นการแนะนำจากบุคคลไปสู่บุคคลส่งผลให้มีการขยายวงกว้างของเครื่องสำอางที่ใช้ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้กลายเป็นเครื่องสำอางที่อยู่ในกระแสสังคมได้ เช่น กลุ่มพริตตี้กลุ่มหนึ่งแนะนำให้บุคคลทั่วไปจนเป็นที่นิยมจะส่งผลให้เครื่องสำอางปลอมตัวนี้อยู่ในกระแสและส่งผลให้พริตตี้กลุ่มอื่นมีการใช้ตาม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

7. การมองถึงอิทธิพลของกระแสสังคม

กระแสสังคมมีอิทธิพลเป็นอย่างมากโดยเฉพาะเรื่องเครื่องสำอาง ด้วยเหตุนี้การที่พริตตี้รับรู้ว่าตัวเองนั้นกำลังอยู่ภายใต้อิทธิพลของกระแสสังคมหรือไม่ ซึ่งพริตตี้้นั้นนอกจากจะรู้ว่าอยู่ภายใต้กระแสสังคมยังเลือกเครื่องสำอางตามแบบกระแสสังคมด้วย โดยมองว่ากระแสต่าง ๆ มีอิทธิพลจนทำให้ตัวเองต้องทำตามกระแส

8. การซื้อเครื่องสำอางตามกระแส

ส่วนมากการเลือกซื้อเครื่องสำอางของพริตตี้จะเป็นไปตามกระแสสังคม ซึ่งจะมีบางอย่างที่ไม่ได้เป็นเครื่องสำอางตามกระแสแต่เครื่องสำอางที่พริตตี้จะมีต้องเป็นเครื่องสำอางในกระแสรวมอยู่ด้วยเพราะกระแสสังคมมีอิทธิพลต่อการใช้เครื่องสำอางและกระแสสังคมทำให้อยากลอง

9. ความมั่นใจในเครื่องสำอางปลอมในกระแสสังคม

ส่วนมากพริตตี้จะเชื่อมั่นในเครื่องสำอางปลอมยิ่งถ้าเป็นเครื่องสำอางปลอมที่อยู่ในกระแสสังคม โดยเฉพาะการเห็นจากสิ่งเร้าทั้งจากโฆษณาและการรีวิวที่มีผู้ลงจำนวนมาก การเชื่อมั่นว่าหากไม่ดีคงไม่มีลงในสังคมออนไลน์ มองถึงจำนวนผู้ใช้จำนวนมากจากโลกออนไลน์ส่วนกลุ่มที่ไม่มั่นใจจะเป็นส่วนน้อยที่ได้รับผลกระทบจากเครื่องสำอางปลอมจนไม่กล้าใช้

10. สิ่งที่ทำให้กล้าใช้เครื่องสำอางปลอมครั้งแรก

โดยส่วนมากพริตตี้จะมีการใช้เครื่องสำอางปลอมครั้งแรกจากคนรอบข้างเป็นส่วนใหญ่ แม้ว่าสื่อจะมีอิทธิพลอย่างมากในเรื่องการเลือกเครื่องสำอาง จากการศึกษาพบว่าพริตตี้หากไม่เคยได้ลองใช้หรือรู้จักเครื่องสำอางดีพอคนรอบข้างเป็นสิ่งที่มามีอิทธิพลมากสุดในครั้งแรกเพราะเป็นกลุ่มที่ให้ความไว้วางใจมาก ดังนั้นในครั้งแรกที่ไม่รู้จักเครื่องสำอางปลอมเหล่านี้การตัดสินใจด้วยตนเองจึงลำบาก การแนะนำจากคนรอบข้างจึงเป็นส่วนที่เสริมความมั่นใจแต่ก็มีบางส่วนที่กล้าใช้จากโฆษณาในครั้งแรก ซึ่งส่วนน้อยของกลุ่มบุคคลที่มีความมั่นใจในตนเอง

11. ประสบการณ์ถูกห้ามใช้เครื่องสำอางปลอม

พริตตี้แต่ละคนมักจะมีการแนะนำห้ามใช้เครื่องสำอางปลอมโดยเฉพาะคนรอบข้าง ครอบครัว หรือเพื่อนสนิทจึงเป็นที่น่าสนใจเพราะส่วนใหญ่คนที่แนะนำการใช้เครื่องสำอางปลอมก็คือเพื่อนและคนที่ห้ามก็คือเพื่อน ดังนั้นจึงเป็นการเลือกของพริตตี้เองในการเลือกที่จะเชื่อใครระหว่างบุคคลสองกลุ่มนี้ ในขณะที่เดียวกันพริตตี้บางคนก็ไม่มีคนห้ามแต่เป็นคนไปห้ามคนอื่นจากประสบการณ์ตัวเอง

12. การห่วงความเสี่ยงต่อสุขภาพ

ส่วนมากพริตตี้จะห่วงความเสี่ยงต่อสุขภาพหากมีการใช้เครื่องสำอางปลอมเพราะมักจะรู้ผลเสียแต่จะมองว่าต้องการผลลัพธ์ที่ควบคู่ไปกับสุขภาพ เช่น อาการแพ้ที่ไม่รุนแรงพอรับได้กับผลลัพธ์ที่ดี

13. การมองตนเองว่าเป็นตัวแทนของกระแสสังคม

พริตตี้ส่วนมากจะมองตัวเองเป็นตัวแทนของกระแสสังคมเพราะเป็นผู้ตามกระแสสังคมจากอาชีพที่ทำ จากการมองตนเองของพริตตี้ที่นั่น ส่วนใหญ่มักจะมองว่าในบรรดาเพื่อนและคนอื่นมักจะมีคนมาถามว่าทำไมดูดี ใช้อะไรทำไมดูดี การที่มีคนส่วนใหญ่พูดถึงและขอคำแนะนำเป็นส่วนที่ทำให้พวกเขามองตนเองว่าเป็นตัวแทนของกระแสสังคม

14. ระดับอันตรายจากการแพ้เครื่องสำอางปลอมของพริตตี้

อันตรายจากการแพ้เครื่องสำอางจะมีตั้งแต่ระดับน้อยไปหนัก ซึ่งระดับน้อยคือการระคายเคืองของผิว ระดับหนักคืออาจจะมีผลต่อระบบภายในร่างกายหรือถึงขั้นเสียชีวิตได้ ส่วนมากพริตตี้จะมีอาการแพ้ในระดับน้อยคือมีสิ่วหรือผื่นขึ้น ซึ่งเป็นระดับที่รับได้บางคนแต่ระดับที่ร้ายแรงคือมีผื่นขึ้นหน้าเสียโฉมจนต้องรักษาทั้งหมดในที่สุดทำให้เสียค่าใช้จ่ายมากขึ้น ในส่วนนี้พริตตี้บางกลุ่มยอมรับได้กับระดับการแพ้เพราะคิดว่าไม่เป็นอันตรายมาก

15. ผลกระทบจากการแพ้เครื่องสำอางปลอม

เครื่องสำอางปลอมนอกจากจะสร้างผลกระทบในเรื่องผิวหนังและสุขภาพยังส่งผลในด้านอื่นทางอ้อมด้วย ในพริตตี้บางคนประสบปัญหาการทำงานและการเงินจากการใช้เครื่องสำอางปลอมเนื่องจากให้เสียโฉมจนไม่สามารถทำงานเป็นพริตตี้ได้หรือต้องเสียค่าใช้จ่ายในการรักษาขึ้นอยู่กับผลกระทบระดับความแรงของเครื่องสำอางแต่พริตตี้บางกลุ่มยังมีการใช้ เนื่องจากกลุ่มตัวเองมีการใช้แล้วไม่เกิดผลกระทบเรื่องการแพ้

16. การรับรู้ถึงผลกระทบของเครื่องสำอางปลอม

พริตตี้ส่วนใหญ่รับรู้ถึงผลกระทบของเครื่องสำอางปลอมแต่ก็ยังมีการใช้โดยคิดว่าผลกระทบจากจะเกิดการระคายเคืองเพียงเล็กน้อย พริตตี้บางคนมีความเชื่อว่าผิวของตนเองนั้นมีความแข็งแรงสารเคมีต่างๆเหล่านี้จึงไม่น่าทำให้ผิวระคายเคืองได้ ดังนั้นแม้จะทราบถึงผลกระทบเครื่องสำอางแต่พริตตี้ก็ยังคงมีการใช้

17. การเห็นบุคคลอื่นที่แพ้เครื่องสำอางปลอม

ส่วนมากพริตตี้จะรับรู้ถึงบุคคลอื่นที่แพ้เครื่องสำอางทั้งทางตรงและทางอ้อมโดยส่วนมากทางตรงจะเห็นจากเพื่อนและบุคคลใกล้ชิดแต่ในทางอ้อมมักจะเห็นจากสื่อที่นำเสนอ ดังนั้นในการเห็นบุคคลที่แพ้เครื่องสำอางปลอมส่งผลให้พริตตี้มีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลง พริตตี้ที่เห็นบุคคลใกล้ชิดหรือเพื่อนระดับอาการแพ้ที่รุนแรงจะกลัวที่จะใช้ ส่วนถ้าเป็นการเห็นจากสื่ออาจจะมีการตระหนักบ้างแต่ก็ยังมีความมั่นใจที่ใช้อยู่เพราะเป็นการเห็นจากสิ่งไกลตัวในความคิดของพริตตี้

18. การกลัวอันตรายของเครื่องสำอางปลอมโดยเปรียบเทียบระหว่างผิวหนังและระบบภายในร่างกาย

อาการแพ้เครื่องสำอางปลอมนอกจากจะมีอาการแพ้ในด้านผิวหนังยังมีการแสดงอาการแพ้ภายในระบบร่างกาย ซึ่งพริตตี้ส่วนมากมักจะกังวลกับอาการแพ้ในระบบร่างกายมากกว่าอาการแพ้ในด้านผิวหนังเพราะผลกระทบในระบบร่างกายเป็นสิ่งที่ไม่สามารถสังเกตได้และรักษาด้วยตัวเองยากไม่เหมือนผิวหนังที่สามารถรักษาด้วยตัวเองได้โดยการทายา แต่ก็มีบางกลุ่มที่มองว่าเรื่องผิวหนังสำคัญกว่าเพราะเป็นภาพลักษณ์ของตน แต่โดยรวมแล้วมักจะกังวลกับระบบภายในร่างกายมากกว่า

19. ความรู้สึกครั้งแรกที่ใช้เครื่องสำอางปลอม

ความรู้สึกครั้งแรกของพริตตี้ที่ลองใช้เครื่องสำอางปลอมจะมีความตื่นเต้นหรือตระหนักกังวลในการใช้โดยปกติแล้วเมื่อมนุษย์ได้ลองของใหม่จะมีความตื่นเต้นแต่เครื่องสำอางปลอมเป็นสิ่งที่อาจก่อให้เกิดอันตรายได้ จึงเป็นสิ่งที่น่าจะตระหนักหากใช้ซึ่งพริตตี้ส่วนมากล้วนมีความตื่นเต้นที่จะใช้เพราะหวังผลในผลลัพธ์ของมันว่าจะใช้ให้ผลที่รวดเร็วแต่ก็มีส่วนน้อยที่ตระหนักและกังวลในการใช้ครั้งแรกจึงมีการนำไปทาบริเวณผิวในร่มผ้าก่อนเพื่อทดลองก่อนนำมาใช้จริง

จากพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางในกลุ่มพริตตี้จะเห็นถึงแนวทางที่เอื้อให้กลุ่มพริตตี้มีการใช้เครื่องสำอางปลอม การกังวลและการแลกเปลี่ยนระหว่างผลลัพธ์ที่ได้และผลเสียแต่ในแนวทางการใช้เครื่องสำอางของพริตตี้ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมและความคิดเห็นไปในทางเดียวกันโดยมีค่านิยมและบุคคลรอบข้างมีอิทธิพลที่สำคัญ

ด้วยเหตุนี้ปัจจัยเหล่านี้จึงมีอิทธิพลต่อความแตกต่างของกลุ่มพริตตี้โดยชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อพริตตี้บางกลุ่มเป็นอย่างมากจึงทำให้พริตตี้มีพฤติกรรมที่แตกต่างกันในการเลือกซื้อ

เครื่องสำอาง เนื่องจากกลุ่มพรีตี้ที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำนั้นจะมีความถี่ในการใช้เครื่องสำอางมากกว่าอีกกลุ่ม มีการติดตามกระแสสังคมและรายได้ที่แตกต่างจากอีกกลุ่ม โดยเฉพาะรายได้เป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งเนื่องจากเครื่องสำอางคือต้นทุนค่าใช้จ่ายที่สำคัญของพรีตี้ รายได้ไม่เพียงพอ พรีตี้ก็จะใช้เครื่องสำอางที่ราคาถูกกว่า เห็นผลลัพธ์ในความต้องการของตนได้เร็วกว่า พรีตี้กลุ่มที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำจึงเลือกวิธีการใช้เครื่องสำอางปลอม ในขณะที่เดียวกันจากการศึกษากลุ่มพรีตี้ที่มีการใช้เครื่องสำอางปลอมไม่เป็นประจำนั้นมีการใช้เครื่องสำอางปลอมเฉพาะตัวที่ตั้งในกระแสสังคมจริงหรือเครื่องสำอางปลอมที่ได้ผลลัพธ์ความต้องการอย่างเห็นผลได้ไว ซึ่งไม่ได้ใช้เครื่องสำอางปลอมโดยลองใช้ทุกแบบเหมือนกลุ่มที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำเพราะรายได้ที่เพียงพอทำให้พรีตี้กลุ่มนี้สามารถเลือกใช้เครื่องสำอางในแบบที่ตนเองต้องการ

นอกจากนี้ความแตกต่างของกลุ่มพรีตี้ยังมีส่วนในผลกระทบจากการใช้เครื่องสำอางปลอมที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ ในระยะยาวพรีตี้บางคนนั้นเลิกใช้เครื่องสำอางปลอมเนื่องจากได้รับผลกระทบรุนแรงเมื่อไปใช้เครื่องสำอางปลอมบางยี่ห้อจึงทำให้เกิดอาการแพ้ขั้นรุนแรง

จากปัจจัยทั้งหมด 19 ปัจจัยที่แสดงให้เห็นว่าเป็นปัจจัยเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มพรีตี้ที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ นอกจากนี้ปัจจัยเหล่านี้บางปัจจัยก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เครื่องสำอางปลอมนิยมในกลุ่มพรีตี้ทุกกลุ่ม จากการศึกษาก็พบว่า 4 ปัจจัยที่เป็นสาเหตุหลักที่ทำให้เครื่องสำอางปลอมนิยมในกลุ่มพรีตี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

4. สาเหตุที่ทำให้เครื่องสำอางปลอมนิยมในกลุ่มพรีตี้

จากการสำรวจเรื่องพฤติกรรมที่แตกต่างระหว่างบุคคลจะเห็นว่าในแต่ละด้านของพฤติกรรมหรือความแตกต่างเฉพาะบุคคลของพรีตี้เป็นตัวกำหนดถึงการเลือกเครื่องสำอาง ซึ่งนอกจากแต่ละด้านในความแตกต่างของพรีตี้เป็นตัวกำหนดในการเลือกแล้ว ปัจจัยที่ทำให้เครื่องสำอางปลอมนิยมในกลุ่มพรีตี้ล้วนมีปัจจัยที่ต่างกัน ดังนี้

- 4.1 ค่านิยมและกระแสสังคม
- 4.2 ผลลัพธ์ของเครื่องสำอางปลอม
- 4.3 ราคาที่ถูกกว่า
- 4.4 การตระหนักถึงผลเสีย

4.1 ค่านิยมและกระแสสังคม

ค่านิยมและกระแสสังคมเกิดจากการที่สังคมนั้นได้กำหนดคุณค่าในบางสิ่งบางอย่าง เช่น กำหนดคุณค่าความงาม ความสมบูรณ์แบบของสังคมนั้น ซึ่งส่วนนี้จะเปลี่ยนแปลงได้ตลอดตามเวลา ในปัจจุบันสังคมไทยหรือสังคมเอเชียมีการกำหนดความงามของผิวโดยเฉพาะผิวขาวใส เนื่องจากเป็นกระแสโลกาภิวัตน์จากสื่อบันเทิงจากประเทศเกาหลีโดยมีนักแสดงนำเป็นตัวแทนในการกำหนด ค่านิยมความชอบแก่ผู้ชมทางอ้อมได้ เมื่อคุณค่าความงามถูกกำหนด กระแสสังคมจะมีความคล้อยตามไปในรูปแบบนั้นกลายเป็นค่านิยมในสังคมส่งผลให้คนในสังคมต้องการมีความงามตามที่สังคม กำหนด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพรีตี้ซึ่งพรีตี้เป็นกลุ่มคนสำคัญที่เป็นสื่อแสดงการเป็นตัวแทนของ ค่านิยมในสังคมนั้น เมื่อสังคมให้คุณค่าเรื่องผิวขาวพรีตี้ก็ต้องการมีผิวขาวแต่ในความแตกต่าง ระหว่างบุคคลนั้น ล้วนมีความแตกต่างในด้านกายภาพเมื่อมีพรีตี้บางคนไม่ได้มีผิวขาว พรีตี้คนนั้นก็ จะหาวิธีทำให้ตนมีผิวขาวเพราะยังมีความงามตามกระแสสังคมที่เป็นอยู่ได้มากก็จะทำให้เป็นบุคคลที่ ดั่งได้ นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้ได้รับการจ้างงานที่มากขึ้นรวมไปถึงรายได้ที่มากขึ้นไปด้วย เครื่องสำอาง จึงเป็นคำตอบเรื่องผิวสำหรับพรีตี้ แต่เครื่องสำอางทั่วไปบางครั้งไม่สามารถตอบโจทย์ความต้องการ ของพรีตี้ได้ เนื่องจากการรักษาคุณภาพทำให้ไม่สามารถใส่ส่วนประกอบสารบางชนิดลงไปได้หรือไม่ สามารถใส่ส่วนประกอบที่ช่วยให้ผิวขาวได้มากเพราะอาจจะไม่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค เครื่องสำอาง ปลอมจึงเป็นสิ่งที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของพรีตี้ให้เป็นไปตามกระแสสังคมที่ต้องการเป็น ความสวยสมบูรณ์แบบของสังคม

4.2 ผลลัพธ์ของเครื่องสำอางปลอม

เครื่องสำอางล้วนมีส่วนประกอบที่ช่วยบำรุงผิวทำให้ผู้ใช้มีผิวพรรณที่สมบูรณ์แบบแต่เป็นการ ช่วยบำรุงแต่ภายนอกจึงต้องใช้เวลาพอสมควรเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตามต้องการแต่ในเครื่องสำอางปลอม การใส่ส่วนประกอบสารเคมีเป็นการใส่สารประกอบที่ไม่ต้องคำนึงสุขภาพของผู้ใช้เน้นให้ได้ผลลัพธ์ อย่างรวดเร็ว สารเคมีบางชนิดมีอันตรายต่อผิวของมนุษย์ แต่จะแสดงถึงผลกระทบในรูปแบบที่ แตกต่างกันทั้งรุนแรงและไม่รุนแรงหรือสะสมในร่างกาย ดังนั้นเครื่องสำอางปลอมจึงทำให้มีผลลัพธ์ได้ อย่างรวดเร็วต่อการใช้ของผู้บริโภค เช่นถ้าต้องการมีผิวขาว สารเคมีที่เป็นส่วนประกอบบางอย่างจะ ส่งผลให้ผู้ใช้มีผิวขาวได้เร็วกว่าเครื่องสำอางทั่วไปหรือผิวใสสวยก็จะได้ผลลัพธ์ที่รวดเร็ว เครื่องสำอาง ปลอมจึงตอบโจทย์แก่พรีตี้เป็นอย่างมากต่อการทำงาน แต่โดยปกติแล้วมนุษย์มักต้องการสิ่งที่เห็น ผลลัพธ์ไว การใช้ระยะเวลาอาจเสียเวลาโดยเฉพาะในสังคมปัจจุบันที่ทุกอย่างต้องอาศัยความ

รวดเร็ว ผลลัพธ์ที่รวดเร็วจึงสำคัญ นอกจากนี้ในปัญหาบางอย่างเรื่องของผิว เครื่องสำอางทั่วไปอาจให้ผลลัพธ์ที่ไม่ดีพอไม่สามารถตอบโจทย์ความต้องการได้จึงต้องมีการใช้เครื่องสำอางปลอมเพราะปัญหาบางอย่างการใช้เครื่องสำอางเป็นการทาภายนอกจึงไม่สามารถช่วยได้และส่วนประกอบที่ไม่เป็นอันตรายต่อมนุษย์อาจจะไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอแต่ในเครื่องสำอางปลอมส่วนประกอบบางอย่างที่เป็นอันตรายต่อมนุษย์เมื่อมีการนำมาใช้ในเครื่องสำอางปลอมอาจจะมีผลต่อผิวหนังเพื่อช่วยให้ผู้ใช้ได้ผลลัพธ์ตามต้องการแต่ส่วนประกอบตัวนั้นอาจจะมีอันตรายจากการกัดผิวหนังของสารเคมี หรือทำให้ผิวอ่อนแอระคายเคืองได้ นอกจากนี้แม้บางสารเคมีจะเหมือนไม่มีอันตรายที่เห็นได้จากภายนอกแต่จะมีอันตรายสะสมซึ่งส่งผลเสียต่อสุขภาพเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นเครื่องสำอางปลอมยังเป็นที่ยินยอมแก่พริตตี้เพราะสามารถตอบโจทย์ในด้านให้ผลลัพธ์อย่างรวดเร็วและให้ผลลัพธ์ที่ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทั่วไปไม่สามารถตอบโจทย์ได้

4.3 ราคาที่ถูกกว่า

เครื่องสำอางล้วนมีต้นทุนการผลิตโดยเฉพาะอย่างยิ่งส่วนประกอบของสารเคมีในเครื่องสำอาง การวิจัยในการหาสารประกอบตัวใหม่ให้มีประสิทธิภาพได้มาตรฐานแต่ในส่วนประกอบบางชนิดนั้นจะมีข้อจำกัดต่อผลลัพธ์ จึงทำให้ต้องมีการวิจัยเพื่อหาส่วนประกอบตัวใหม่ นอกจากนี้การโฆษณาเครื่องสำอางทั่วไปอาศัยการโฆษณาโดยการใช้อีคาร์เนชันนักแสดงนำรวมไปถึงการโฆษณาตามป้ายและโทรทัศน์จึงทำให้มีค่าใช้จ่ายที่สูง ทั้งการวิจัยและการโฆษณา แต่ในเครื่องสำอางปลอมการใช้สารเคมีทั่วไปโดยไม่คำนึงถึงอันตรายต่อผู้บริโภค การใช้สารเคมีที่ใช้ในการอุตสาหกรรมที่มีราคาถูกมาใช้เป็นส่วนประกอบของเครื่องสำอางปลอมสามารถทำให้มีต้นทุนที่ถูก เมื่อมีต้นทุนราคาถูกและผลิตออกมาจำนวนมาก ส่วนในการโฆษณาเครื่องสำอางปลอมนั้น ส่วนมากจะเน้นการโฆษณาออนไลน์ มีการรีวิวทางอินเทอร์เน็ต รวมไปถึงการใช้เน็ตไอดอลในการโปรโมตซึ่งมีราคาถูกกว่า เมื่อเครื่องสำอางปลอมแบกรับค่าใช้จ่ายน้อยทำให้เครื่องสำอางปลอมมีราคาที่ถูกกว่าเมื่อเทียบกับเครื่องสำอางทั่วไป เมื่อเครื่องสำอางปลอมมีราคาถูกกว่าจึงทำให้เป็นที่ต้องการแก่พริตตี้เพราะสำหรับพริตตี้แล้วเครื่องสำอางเสมือนการลงทุนชนิดหนึ่งเพื่อการทำงาน เมื่อพริตตี้มีรายได้น้อยก็จะมองหาเครื่องสำอางที่มีราคาไม่แพงเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายตน นอกจากนี้ยังเหมาะสมกับค่าครองชีพและรายได้อย่างสัมพันธ์กัน เนื่องจากรายได้ในประเทศไทยต่อคนมีรายได้ในระดับกลางเมื่อเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางส่วนมากมักจะมีราคาที่สูงเหมาะสมกับรายได้ประเทศเหล่านั้น แต่เมื่อมีการนำเข้ามาในประเทศไทยแล้วราคาจึงไม่เหมาะสมกับรายได้ บางครั้งพริตตี้ไม่

สามารถจะใช้จ่ายในส่วนค่าใช้จ่ายนี้ได้ เครื่องสำอางปลอมที่ผลิตออกมาจึงเป็นที่นิยมในหมู่พรีตี้ เพราะมีขายทั่วไปและราคาที่ถูกเข้าถึงได้ง่าย

4.4 การตระหนักถึงผลเสีย

มนุษย์ทุกคนมักจะกลัวผลเสียที่เกิดขึ้นกับตนแต่ผลเสียนั้นก็มีความรุนแรงมากน้อยแตกต่างกันถ้าผลเสียนั้นเกิดขึ้นโดยที่ไม่มีผลลัพธ์มนุษย์จะไม่พอใจกับสิ่งที่เกิดขึ้นแม้เพียงว่าจะจะเป็นผลเสียที่เกิดขึ้นเพียงเล็กน้อยแต่ถ้าเกิดมีการแลกมาด้วยผลลัพธ์การมองผลเสียของมนุษย์จะเกิดการชั่งน้ำหนักระหว่างสองอย่าง ผลลัพธ์และผลเสียโดยเปรียบเทียบกัน เมื่อมีการเปรียบเทียบโดยคิดไตร่ตรอง มนุษย์จะมีการมองว่าสิ่งไหนจะเป็นประโยชน์ต่อตัวเอง ในเครื่องสำอางปลอมจากการศึกษาพรีตี้จะมองว่าเครื่องสำอางปลอมอาจจะให้ผลลัพธ์ตรงตามความต้องการ ราคาถูก เมื่อเปรียบเทียบกับข้อเสียพรีตี้มองว่าอาจจะมีผลเสียเพียงเล็กน้อย เช่น อาจจะมีสิวผด หรือผื่นขึ้นเล็กน้อยและอาจจะหายไปเองและคิดว่าหากมีอาการมากขึ้นก็แค่เลิกใช้แต่การตระหนักถึงผลเสียของพรีตี้มองเพียงผลกระทบภายนอกเท่านั้นเพราะบางครั้งเครื่องสำอางปลอมอาจไม่ได้ทำร้ายแต่เพียงผิวหนังภายนอกแต่ยังสามารถส่งผลกระทบต่อภายในร่างกายจากการสะสมของสารเคมี การตระหนักถึงผลเสียของเครื่องสำอางปลอมในพรีตี้จะมีไม่เพียงพอในการตระหนักหรือกังวลผลเสียจึงทำให้พรีตี้ที่กล้าที่จะใช้และลองเครื่องสำอางปลอมแม้จะรู้ถึงผลเสียแต่ก็ไม่ได้มองว่าน่ากลัวเมื่อเทียบกับผลลัพธ์ที่จะได้

พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางของพรีตี้จะพบว่า ทำไมเครื่องสำอางถึงเป็นสิ่งสำคัญต่อชีวิตประจำวันในพรีตี้ ความรู้ในการเลือกเครื่องสำอางและการแนะนำของพรีตี้ในเรื่องเครื่องสำอางเป็นการมองเครื่องสำอางและนำมาใช้โดยมีอิทธิพลจากสื่อเป็นสิ่งสำคัญ พฤติกรรมต่างๆ เหล่านี้มีผลทำให้พรีตี้สามารถเลือกที่จะใช้เครื่องสำอางปลอมได้ จากการศึกษาพฤติกรรมส่วนตัวพรีตี้ในเรื่องเครื่องสำอาง เช่น ความถี่ในการใช้เครื่องสำอาง การเลือกซื้อเครื่องสำอางโดยอิงจากรายได้ สิ่งที่มีอิทธิพลในการเลือกเครื่องสำอาง ความเห็นเกี่ยวกับเครื่องสำอางปลอมและเคยใช้ บุคคลที่แนะนำพรีตี้ในการใช้เครื่องสำอางปลอม การแนะนำของพรีตี้ต่อบุคคลอื่น การมองถึงอิทธิพลของกระแสสังคม การซื้อเครื่องสำอางตามกระแส สิ่งที่ทำให้มั่นใจในเครื่องสำอางปลอมในกระแส สิ่งที่ทำให้กล้าใช้เครื่องสำอางปลอมครั้งแรก ประสบการณ์ถูกห้ามใช้เครื่องสำอางปลอม การห่วงความเสียหายต่อสุขภาพ การซื้อตามเครื่องสำอางของบุคคลอื่น การมองตนเองว่าเป็นตัวแทนของกระแสสังคม จำนวนชนิดของเครื่องสำอางปลอมที่ใช้แล้วแพ้ ระดับการแพ้ของพรีตี้ ผลกระทบจากการแพ้

เครื่องสำอางปลอม การรับรู้ถึงผลกระทบของเครื่องสำอางปลอม การเห็นบุคคลอื่นที่แพ้เครื่องสำอางปลอม การกลัวอันตรายของเครื่องสำอางปลอมโดยเปรียบเทียบระหว่างผิวหนังและระบบภายในร่างกาย กระแสสังคมที่ยังคงมีอิทธิพลหากเล็กเป็นพรตดีและความรู้สึกครั้งแรกที่ใช้เครื่องสำอางปลอม จากปัจจัยเหล่านี้จะทำให้เห็นตัวตนของพรตดีอันส่งผลต่อพฤติกรรมในตัวพรตดีต่อเครื่องสำอางซึ่งนำไปสู่การใช้เครื่องสำอางปลอม ดังนั้นเมื่อจึงต้องมีการอธิบายโดยละเอียดในหัวข้อต่างๆเหล่านี้ให้เข้าใจในพฤติกรรมมากขึ้น แม้ว่าพฤติกรรมของพรตดีแต่ละคนจะแตกต่างกันแต่พรตดีก็มีการใช้เครื่องสำอาง การมองอิทธิพลของค่านิยม กระแสสังคมและสื่อไปในทิศทางเดียวกันของกลุ่มพรตดีที่มีพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางปลอมต่างกัน แต่โดยรวมก็มีการใช้ซึ่งเป็นความแตกต่างกันที่ความถี่ในการใช้ เนื่องจากพรตดีนั้นเป็นรูปแบบสังคมเดียวกัน การทำงานที่ต้องอาศัยค่านิยมของสังคมและความงามตามรูปแบบกระแสนิยมเป็นตัวกำหนดสำคัญต่อพฤติกรรมในเรื่องเครื่องสำอางของพรตดี นอกจากนี้สิ่งสำคัญในพฤติกรรมในการใช้เครื่องสำอางของพรตดีคือ การแนะนำในเครื่องสำอางของพรตดีสู่บุคคลอื่น ซึ่งสิ่งนี้เป็นตัวชี้้นำสำคัญเพราะพรตดีคือตัวแสดงแทนของกระแสสังคมที่อาจแนะนำเครื่องสำอางปลอมสู่บุคคลอื่นได้เช่นกัน

5. สรุปปัจจัยที่เป็นส่วนสำคัญในกลไกการหลอกลวงของกลุ่มพรตดี

การใช้เครื่องสำอางปลอมของพรตดีไม่ใช่สิ่งที่พรตดีมั่นใจในการใช้โดยสมัครใจ แต่เกิดจากกระบวนการต่างๆที่มีค่านิยมเป็นสิ่งที่กำหนดและผู้ประกอบการผู้ผลิตเครื่องสำอางปลอมได้ใช้สิ่งเหล่านี้ ทำให้พรตดีหลงเชื่อ เพราะเมื่อพรตดีมีการหลงเชื่อจะเป็นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างและสร้างกำไรจำนวนมหาศาล

กลไกการหลอกลวงในเครื่องสำอางเหล่านี้อาศัยองค์ประกอบต่างๆจากสังคมเพื่อให้หลงเชื่อได้ง่ายและเสริมความมั่นใจแก่ผู้ใช้ในการเลือกเครื่องสำอาง สาเหตุที่ต้องเสริมความมั่นใจเพราะเครื่องสำอางปลอมเหล่านี้ต้องการความเชื่อมั่นในผู้บริโภค สิ่งที่เป็นกลไกที่เครื่องสำอางปลอมเหล่านี้อาศัยคือค่านิยมของสังคม การใช้สื่อทางออนไลน์ที่เข้าถึงง่าย โฆษณาชวนเชื่อ เน็ตไอดอล บล็อกเกอร์ที่มีชื่อเสียงมารีวิว คนทั่วไปในการสร้างกระแสรีวิวกให้เป็นที่ยอมรับและการสร้างความน่าเชื่อถือโดยการใช้อำนาจแนะนำของบุคคลระหว่างบุคคล ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญต่อความน่าเชื่อถือในบุคคล สิ่งเหล่านี้เป็นกลไกที่ทำให้เครื่องสำอางปลอมยังคงมีขายโดยทั่วไปในสังคมและเป็นการสร้างแนวคิดให้ผู้คนที่ต้องการ

ทดลองใช้โดยปราศจากการตระหนักรู้ กลไกในการหลอกลวงเครื่องสำอางปลอมจะแยกโดยละเอียด
ดังนี้

5.1 การใช้ค่านิยมของสังคม

ค่านิยมของสังคมเป็นสิ่งสำคัญและเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตของคนในสังคมนั้น
ค่านิยมเป็นสิ่งที่กำหนดสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งค่านิยมของสังคมหนึ่งจะมีความ
แตกต่างจากค่านิยมของอีกสังคมหนึ่ง ความสำคัญในแต่ละสิ่งของค่านิยมแต่ละที่การให้คุณค่าจึง
แตกต่างกัน ในสังคมหนึ่งอาจจะนิยมการมีผิวขาว ในอีกสังคมอาจจะชอบผิวสีน้ำตาล ดังนั้นความ
สมบูรณ์แบบในแต่ละสังคมจึงมีรูปแบบที่แตกต่างกัน สิ่งสำคัญที่จะทำให้เป็นที่นิยมในสังคมนั้นคือ
ต้องมีลักษณะที่สมบูรณ์แบบตามที่สังคมนั้นให้คุณค่า โดยค่านิยมของสังคมนั้นเป็นสิ่งที่กำหนดพรตดี
อาศัยค่านิยมทางสังคมในการทำให้ตนเองเป็นที่นิยมและพรตดีคือภาพแสดงของความงามในสังคม
เช่นมีผิวพรรณที่ดี เกิดความน่าเชื่อถือ เมื่อเป็นที่นิยมโอกาสการทำงานก็มากขึ้น รายได้ก็เข้ามามาก
ขึ้น จึงส่งผลดีต่อตัวพรตดีทำให้พรตดีต่างแสวงหาโอกาสที่จะเป็นที่นิยมในสังคม เครื่องสำอางปลอม
เป็นสิ่งที่ผลิตออกมาเพื่อตอบสนองค่านิยมของสังคม ซึ่งเหมือนจะเป็นโอกาสที่ดีต่อผู้ใช้แต่
เครื่องสำอางปลอมนั้นใช้ส่วนผสมที่มีสารอันตรายโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อผู้ใช้ ดังนั้นจึง
อันตรายเป็นอย่างมากต่อผู้บริโภคที่ใช้เครื่องสำอางปลอมการใช้ค่านิยมของสังคมเป็นตัวช่วยในการ
ผลิตเครื่องสำอางปลอมให้ตรงกับเป้าหมายของผู้บริโภค นอกจากนี้เครื่องสำอางปลอมยังใช้
ส่วนผสมอันตรายเพื่อให้เห็นผลลัพธ์ตามความต้องการของผู้บริโภคในรูปแบบของค่านิยมในสังคม
เครื่องสำอางปลอมจึงตอบสนองต่อความต้องการค่านิยมในสังคมได้ทุกรูปแบบและยังให้ผลลัพธ์ที่เร็ว
ตรงกับความต้องการของพรตดีในสังคม

5.2 การใช้สื่อ โฆษณาชวนเชื่อ

สื่อเป็นสิ่งสำคัญต่อการสร้างความเชื่อมั่นของผู้คนในสังคมพรตดีเองก็เช่นกันเมื่อสื่อมีการ
นำเสนอในชุดข้อมูลบางอย่างบ่อยครั้ง ชุดข้อมูลนั้นก็กลายเป็นความเชื่อต่อผู้คนในสังคมเกิดเป็น
กระแสสังคม ในปัจจุบันเป็นสังคมยุคโลกาภิวัตน์การกระจายข่าวสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว กระแสต่าง ๆ
บนโลกมีการเผยแพร่ไปได้อย่างรวดเร็วจะเห็นได้ว่าการมีอินเทอร์เน็ตทำให้ทุกคนมีการเข้าถึงข้อมูลได้
ง่ายและบางกลุ่มก็ได้ใช้อินเทอร์เน็ตในการให้ข้อมูลชุดบางอย่างแก่ทุกคนได้ เครื่องสำอางปลอม

ส่วนมากมีการใช้อินเตอร์เน็ตในการโฆษณาสร้างความน่าเชื่อถือ สื่อเป็นสิ่งสำคัญที่สร้างความเชื่อให้แก่ผู้คนในสังคมและเผยแพร่สิ่งต่างๆให้สังคมรับรู้ ดังนั้นเครื่องสำอางปลอมจึงอาศัยสื่อในการโปรโมตทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักและมีการกล่าวถึง สื่อในปัจจุบันจะเน้นไปในทางออนไลน์มากกว่าออฟไลน์ เนื่องจากมีความรวดเร็วเข้าถึงง่ายไม่ว่าจะอยู่ในเพศหรือช่วงอายุเท่าใด สื่อจึงเป็นสิ่งที่ชวนเชื่อได้คล้ายกับการเชื่อโดยบุคคลรอบข้าง นอกจากนี้สื่อยังเข้าถึงได้ง่ายกับบุคคลที่ไม่มีสังคมในชีวิตจริงและบุคคลที่เชื่อได้ง่าย กลไกในการใช้สื่อของเครื่องสำอางปลอมคือการพยายามนำเสนอสิ่งที่มีประโยชน์และสร้างความน่าเชื่อถือ รวมไปถึงการกล่าวถึงและโฆษณาบ่อยครั้งจนพริตตี้มีการหลงเชื่อ สื่อจึงเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์โดยเฉพาะการเปลี่ยนแนวคิดหรือช่วยให้ตัดสินใจได้จากความลังเล เมื่อพริตตี้มีการลังเลที่จะเลือกใช้เครื่องสำอางปลอมแต่เมื่อมีสื่อกล่าวถึงสรรพคุณต่างๆ พริตตี้อาจจะหลุดจากความลังเลนั้นและเชื่อมั่นในการใช้เครื่องสำอางปลอมตัวนั้น ทั้งนี้การใช้สื่อโฆษณาเพียงแค่นี้ก็ครั้งอาจจะไม่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือได้ ดังนั้นจึงต้องมีการใช้สื่อโฆษณาต่างๆจนสร้างความเคยชินแก่พริตตี้เพื่อให้เกิดความคุ้นเคย

5.3 เน็ตไอดอล บล็อกเกอร์ที่มีชื่อเสียงมารีวิวและการรีวิวจากคนทั่วไป

เน็ตไอดอลและบล็อกเกอร์ที่มีชื่อเสียงนั้นเป็นที่นิยมในบางกลุ่มและเป็นที่นิยมเป็นอย่างมากในบุคคลโดยทั่วไปแต่เน็ตไอดอลหรือบล็อกเกอร์มักจะโด่งดังแค่ช่วงใดช่วงหนึ่งเท่านั้นและจะหายไปจากความนิยม แต่ขณะเป็นที่นิยมนั้นมักจะมีอิทธิพลเป็นอย่างมากต่อพริตตี้เพราะบุคคลเหล่านี้สามารถเป็นผู้นำกระแสใหม่ๆมาสู่สังคมได้ ทั้งกระแสที่นำเข้ามาจากสังคมอื่นหรือกระแสที่เกิดขึ้นเอง ดังนั้นหากบุคคลเหล่านี้รีวิวเครื่องสำอางจะสร้างความน่าเชื่อถือเป็นอย่างมากและจะมีคนทำตามเมื่อบุคคลเหล่านี้เป็นผู้นำกระแสสังคม ซึ่งกลุ่มพริตตี้มีอาชีพที่ต้องตามกระแสสังคมให้ทันมักจะเชื่อถือบุคคลเหล่านี้และเลือกตามโดยไม่มีเงื่อนไข

การจ้างเน็ตไอดอลให้รีวิวเครื่องสำอางจัดเป็นกลไกรูปแบบหนึ่งของการหลอกลวงในเครื่องสำอางปลอม ยิ่งถ้าเป็นบุคคลที่โด่งดังผลตอบรับของเครื่องสำอางที่ให้นำเสนอก็คะขายดีและเป็นส่วนหนึ่งของการโฆษณาเพื่อให้ผู้ติดตามเน็ตไอดอลนั้นได้รับรู้จึงถือเป็นการโฆษณาเฉพาะกลุ่ม ซึ่งอาจจะได้ผลลัพธ์ที่ดีกว่าการโฆษณาโดยกระจายเพราะโฆษณาผ่านเน็ตไอดอลจะแสดงให้เห็นแก่คนที่ชื่นชอบและตามเน็ตไอดอลคนนั้น และคนที่ชื่นชอบมักจะต้องการเป็นเหมือนเน็ตไอดอลผู้นั้นเพราะส่วนมากผู้ที่ชื่นชอบเน็ตไอดอลหรือเรียกว่าสาวกมักจะเชื่อถือในเน็ตไอดอลช่วงที่ยังอยู่ในกระแสและคิดว่าเน็ตไอดอลมีการใช้จริงในเครื่องสำอางที่มีการนำเสนอ

การรีวิวจากคนทั่วไปเป็นรูปแบบวิธีหนึ่งที่ทำให้ผู้รับสารรู้สึกเข้าถึงง่ายและน่าเชื่อถือ ซึ่งกลุ่มพรีตี้จึง มองว่าการรีวิวจากคนทั่วไปคือรีวิวจากผู้ใช้งานจริงและยังมีรีวิวจำนวนมากในเครื่องสำอาง ยี่ห้อเดียวกันในรีวิวกว่า หลากหลาย ยิ่งสร้างความน่าเชื่อถือโดยมองว่าหากไม่จริงคงไม่มีคนรีวิว จำนวนมาก จึงเป็นการเชื่อถือโดยอาศัยจากคนหมู่มาก กลไกการหลอกลวงในเรื่องเครื่องสำอางปลอม ก็จะมีการใช้คนธรรมดา รีวิวโดยการแลกกับผลิตภัณฑ์ใช้ฟรี ซึ่งการรีวิวที่มากขึ้นมีผู้คนรีวิวจำนวนมาก ส่งผลให้มีความเชื่อถือมากขึ้นและจะมีคนบางกลุ่มที่พึงพอใจจนยอมรับรีวิวเองโดยสมัครใจ การรีวิวจากคนทั่วไปในโลกออนไลน์จึงเป็นส่วนหนึ่งของกลไกในการหลอกลวงเครื่องสำอางเช่นเดียวกัน

5.4 การสร้างความน่าเชื่อถือโดยการใช้การแนะนำของบุคคลระหว่างบุคคล

ความเชื่อจากบุคคลรอบข้าง พรีตี้ส่วนมากจะเชื่อถือบุคคลรอบข้างในการเลือกเครื่องสำอางหรือ การได้รับคำแนะนำจากบุคคลรอบข้างซึ่งจะมีน้ำหนักความน่าเชื่อถือเป็นอย่างมาก ในขณะที่มีผลิตภัณฑ์ เครื่องสำอางตัวใหม่ที่กำลังดังในกระแส จากการศึกษาพรีตี้จะเกิดความลังเล แต่หากได้รับคำแนะนำจากกลุ่ม เพื่อนรุ่นพี่พรีตี้ด้วยกันจะทำให้กล้าที่จะทดลองใช้โดยพรีตี้มองว่ากลุ่มบุคคลรอบข้างเป็นกลุ่มที่ใช้เวลาอยู่ ด้วยกัน เมื่อเห็นว่ามีการใช้เครื่องสำอางแล้วดูดีก็จะมีการใช้ตามแม้ว่าจะจะเป็นเครื่องสำอางปลอมก็ตาม แม้กระทั่งการแนะนำจากคนรอบข้างในการใช้เครื่องสำอางปลอมนี้ก็จะเป็ผลที่สร้างความมั่นใจของตัวพรีตี้ ในขณะเดียวกันหากคนรอบข้างบอกว่าเครื่องสำอางยี่ห้อนั้นไม่ดีพรีตี้ก็จะเชื่อและไม่ใช้เครื่องสำอางนั้น

ดังนั้นกลไกในการหลอกลวงเครื่องสำอางโดยการใช้คนรอบข้างไม่สามารถทำได้โดยตรงในการสร้าง กลไกการหลอกลวงส่วนนี้ แต่เป็นกลไกการหลอกลวงที่เกิดขึ้นทางอ้อมโดยอาศัย ส่วนประกอบอื่นในการทำให้ เกิดการหลอกลวงในขั้นนี้ เช่นอาศัยสื่อ เน็ตไอตอลและรีวิว เมื่อพรีตี้คนหนึ่งเชื่อในสื่อหรือการรีวิวซึ่งเป็น เครื่องมือในกลไกการหลอกลวงพรีตี้ก็จะตกเป็นเครื่องมือของกลไกในการใช้หลอกลวงโดยบุคคลอื่นต่อไป โดยเป็นไปตามรูปแบบของการสร้างความน่าเชื่อถือโดยการแนะนำระหว่างบุคคลและพรีตี้ที่กลายเป็น เครื่องมือของกลไกการหลอกลวงเมื่อได้แนะนำพรีตี้อื่น พรีตี้นั้นก็กลายเป็นเครื่องมือต่อไป กลไกการหลอกลวงนี้ก็จะดำเนินต่อไปเสมือนลูกโซ่เป็นการดำเนินไปโดยตัวของมันเองแบบอัตโนมัติ กลไกการหลอกลวงชนิดนี้จึงมีประสิทธิภาพเป็นอย่างมากเพราะเป็นกลไกที่ดำเนินไปอย่างธรรมชาติและพรีตี้ก็ไม่คาดคิดว่าจะเป็นส่วนหนึ่งของกลไกในการหลอกลวงของเครื่องสำอางปลอม

จากกลไกการหลอกลวงเครื่องสำอางปลอมในพรีตี้ทั้ง 4 อย่างเป็นลั้วนสิ่งที่สนับสนุนให้กลุ่มพรีตี้ หลงเชื่อได้ง่ายโดยเฉพาะอย่างยิ่งหากเครื่องสำอางทั่วไปไม่สามารถตอบโจทย์ความ

ต้องการได้และกระแส สังคมยังเป็นส่วนให้เกิดการสนับสนุนในค่านิยมความสวยงามรูปแบบหลักที่ขาดความหลากหลายเครื่องสำอางปลอมก็จะคงอยู่ในสังคม

ความสำคัญในการเชื่อถือของพรีตี้แบ่งออกเป็น 2 ข้อใหญ่ คือจากบุคคลรอบข้างและสื่อ

แม้ว่าจะแบ่งออกเป็นสองรูปแบบแต่ทั้งสองรูปแบบนี้จะสนับสนุนไปในทิศทางเดียวกัน เช่น เมื่อพรีตี้บางคนได้ดูสื่อ การโฆษณา หรือรีวิวกทางอินเทอร์เน็ต พรีตี้จะเกิดความเชื่อมั่นในเครื่องสำอางและใช้ตามสื่อที่รีวิว พรีตี้ที่เชื่อถือตามสื่อก็จะมีการบอกต่อให้กับกลุ่มพรีตี้อื่นจนเข้าข่ายในเรื่องของการเชื่อถือบุคคลรอบข้าง พรีตี้บางคนจะเชื่อถือบุคคลรอบข้างมากกว่าการเชื่อถือสื่อแต่เครื่องสำอางที่พรีตี้เชื่อถือจากบุคคลรอบข้างจะมีความเป็นไปได้จากการเชื่อถือที่มาจากสื่อ

สาเหตุสำคัญนอกจากการเชื่อถือจากบุคคลรอบข้างและสื่อที่ทำให้พรีตี้มีการลองใช้เครื่องสำอางปลอมแม้จะรู้ว่าจะมีผลกระทบต่อสุขภาพ คือพรีตี้ส่วนมากจะคิดว่าเครื่องสำอางอาจจะให้ผลลัพธ์เป็นที่พอใจมากกว่าผลกระทบบที่จะเกิดขึ้น โดยพรีตี้ให้ความเห็นว่าการลองใช้เครื่องสำอางปลอมที่เป็นกระแสโด่งดังแม้ว่าจะแพ้แต่ถ้ามีอาการแพ้แค่คันเล็กน้อยหรือบางครั้งพรีตี้มองว่าผลกระทบบที่จะเกิดกับร่างกายอาจจะไม่ได้เกิดขึ้นทันทีจึงมองว่าคุ้มค่าที่จะเสี่ยงกับผลลัพธ์

ดังนั้นกลไกการหลอกลวงเครื่องสำอางในพรีตี้คือกลไกในการอาศัยค่านิยม กระแสสังคมโดยพรีตี้ ส่วนมากยอมรับว่ากระแสสังคมมีอิทธิพลเป็นอย่างมากกับตนแม้กระทั่งบางคนทีเลิกจากอาชีพพรีตี้แล้วก็ยัง ยอมรับว่ามีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิต การหลอกลวงของกลุ่มผู้ประกอบการนั้นเป็นการอาศัยกระแสสังคมโดยมอง ว่ากระแสสังคมไปในทิศทางใด ผลิตเครื่องสำอางที่สามารถตอบโจทย์สังคมใช้วิธีโฆษณาชวนเชื่อตามสื่อ เช่น สื่อออนไลน์ที่เข้าถึงง่าย การจ้างไอดอลที่ดังและน่าเชื่อถือนำเสนอผลิตภัณฑ์ตนทำให้พรีตี้มีความต้องการ และเชื่อมั่นเพราะเมื่อมีการเชื่อมั่นและโด่งดังจึงมีการพูดถึงจนนำสู่ความเชื่อจากบุคคลรอบข้าง เกิดการขยายวงกว้างของผู้ที่ใช้ออกไป

จากการศึกษาจะมีการอ้างอิงคำพูดของพรีตี้ที่ถูกสัมภาษณ์ โดยเป็นกรณีความคิดเห็นเห็นของพรีตี้ บางคนจากกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม แบ่งเป็น กลุ่มใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ 3 คน กลุ่มไม่ได้ใช้ เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ 3 คน และพรีตี้ที่ไม่ได้ใช้เครื่องสำอางปลอม 1 คน

กลุ่มที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ

“ถ้าไม่ตีจริงคงไม่ออกมาในโซเชียล คนคงออกมาท้วง”

กรณีที่ 1 พริตตี้ผู้ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ

สัมภาษณ์เมื่อ 18 ธันวาคม พ.ศ. 2562

จากคำพูดของตัวอย่าง พริตตี้ได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่าเครื่องสำอางปลอมนั้น หากมีการใช้ดี และผู้คน ใช้กันไม่มีปัญหาก็น่าเชื่อถือ ถ้าหากไม่ตีจริงก็ต้องมีคนออกมาฟ้องร้องโดยยังคงจะใช้อยู่หากไม่มีผลกระทบต่อตัวเองหรือไม่เป็นข่าวในสังคมว่าเครื่องสำอางตัวนี้มีปัญหา

ดังนั้นในความคิดของพริตตี้ที่ตรงกับความเชื่อที่ปรากฏการตัดสินใจอย่างมีเหตุผลในเรื่องของหลักฐานที่ ก่อให้เกิดความเชื่อ จึงเป็นผู้ที่มีความเชื่อตามกระแสของสังคม

“เชื่อเพราะ มีคนใช้จริงๆ และมีรีวิวกันมา มีการการันตีจากรีวิว”

กรณีที่ 2 พริตตี้งานมอเตอร์โชว์และ MC

สัมภาษณ์เมื่อ 24 ธันวาคม พ.ศ. 2562

ในส่วน of ตัวอย่างที่สองจะมีความเชื่อเช่นเดียวกับตัวอย่างที่หนึ่ง โดยพริตตี้ให้ความเห็นเพิ่มเติมจาก คำพูดว่าหากคนอื่นมีการใช้กันแล้วไม่มีปัญหาก็น่าเชื่อถือ รีวิวก็น่าเชื่อถือ มีคนรีวิวจำนวนมากก็ต้องใช้ดี หาก ใช้ไม่ตีรีวิวก็น่าจะเป็นไปไม่ทางไม่ตีมากกว่าดี พริตตี้จึงบอกว่าการการันตีขึ้นอยู่กับรีวิว ทั้งนี้ในส่วน of พริตตี้ เองจะมีความเหมือนกับความคิดของกรณีก่อนหน้าเพียงแต่จะเชื่อถือการการันตีจากรีวิวเป็นหลัก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

“ถ้าเพื่อนบอกว่าว่าดี ก็เชื่อเพื่อนถ้าเพื่อนพูดเรื่อย ๆ”

กรณีที่ 3 พริตตี้งานอีเว้นท์ทั่วไป

สัมภาษณ์เมื่อ 20 ธันวาคม พ.ศ. 2562

อธิบายความเห็นเพิ่มเติมจากคำพูดว่าตนเองจะเชื่อเพื่อนมากกว่า แต่ทั้งนี้อาจจะไม่ได้เชื่อเพียงครั้ง แรก แต่ถ้าเพื่อนมีการพูดเรื่อย ๆ บ่อยครั้งจะเกิดการลังเลและอยากลองที่จะใช้ตาม ซึ่งมองว่าหากไม่ตีจริง เพื่อนคงไม่พูดบ่อยแบบนี้ ดังนั้นในส่วน of พริตตี้จึงเป็นการเชื่อถือจากบุคคลรอบข้างมากกว่ากระแสสังคม

กลุ่มที่ไม่ได้ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ

“ลองใช้ดูเพราะเพื่อนบอกว่าใช้แล้วดี แต่ถ้าใช้อีกคงคิดดูก่อน”

กรณีที่ 4 พริตตี้ไวนท์ชั่วคราว (นักศึกษา)

สัมภาษณ์เมื่อ 5 มกราคม พ.ศ. 2563

จากคำอธิบายเพิ่มเติมของพริตตี้ มองว่าเครื่องสำอางปลอมนั้นเคยลองใช้ตามเพื่อนเพราะทน กระแส สังคมไม่ไหว แต่ใช้แล้วมีอาการแพ้เล็กน้อยทำให้เลิกใช้แต่ถ้ามีสิ่งใหม่ๆก็อยากลองถ้าลองแล้ว ไม่แพ้ก็อยากลองใช้อีก

“น่าสนใจหากเป็นที่นิยมและเพื่อนๆใช้กัน แต่ก็ต้องดูก่อนว่าจะโอเคไหม”

กรณีที่ 5 พริตตี้สระงานส่งเสริมผลิตภัณฑ์แอลกอฮอล์

สัมภาษณ์เมื่อ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2562

จากคำอธิบายนั้น พริตตี้ได้เพิ่มเติมว่ามีความต้องการใช้เครื่องสำอางปลอมเฉพาะบางครั้งเท่านั้น หากเห็นแล้วน่าใช้ เพื่อนๆชอบและแนะนำ แต่ตัวเองก็ขอลองดูก่อนว่าจะใช้ดีไหม ใช้แล้วจะแพ้ไหม แต่ ก็ต้องการใช้หากคิดว่าใช้แล้วเห็นผล

“ถ้าใช้แล้วไม่แพ้ก็จะใช้ ถ้าคนอื่นแพ้ผิวเขาอาจไม่เหมือนเรา”

กรณีที่ 6 พริตตี้สระงานส่งเสริมผลิตภัณฑ์แอลกอฮอล์

สัมภาษณ์เมื่อ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2562

จากคำอธิบาย พริตตี้ได้ให้ความหมายเพิ่มเติมจากคำพูดว่าเครื่องสำอางปลอมเคยใช้แล้วก็ดี เห็น ผลลัพธ์ดี น้องพริตตี้ที่ทำงานด้วยกันใช้แล้วแพ้แต่ตนเองไม่เป็นไรจึงคิดว่าถ้าตัวเองใช้แล้วไม่แพ้ก็ ใช้ ถ้าแพ้ก็ไปใช้เครื่องสำอางตัวอื่นแทน

พริตตี้ที่ไม่เคยใช้เครื่องสำอางปลอม

“ไม่กล้าที่จะลองเครื่องสำอางปลอม แม้ว่าตั้ง เนื่องจากเคยเห็นเพื่อนลองแล้ว
เพื่อนแพ้น้ำหอมมาก น่ากลัว”

กรณีที่ 7 พริตตี้อิสระงานอีเว้นท์ทั่วไป

สัมภาษณ์เมื่อ 15 มกราคม พ.ศ. 2563

พริตตี้บอกเพิ่มเติมว่า เคยเห็นเพื่อนใช้แล้วผิวพัง ตนเองเลยไม่กล้าลองที่จะใช้และคิดว่าตัวเองมีกำลัง ซื้อเครื่องสำอางดี ๆ ราคาแพงได้ดีกว่าไปเสี่ยงผิวพัง

จากกรณีการศึกษาเคสต่าง ๆ ของพริตตี้จะพบว่า พริตตี้แต่ละคนมีความเชื่อในเครื่องสำอางปลอมที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะปัจจัยหลัก 4 อย่าง เช่น ค่านิยมของสังคม สื่อ และโฆษณาต่าง ๆ บุคคลโต้งตั้งในสังคม เน็ตไอดอลหรือวีวีในสื่อออนไลน์และสิ่งที่สำคัญที่สุด เพื่อนและบุคคลรอบข้าง สิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้พริตตี้มีการใช้เครื่องสำอางปลอมทั้งประจำหรืออยากลองแค่บางครั้ง แต่ในบางกรณีบุคคลรอบข้างก็เป็นกรณีศึกษาให้กับพริตตี้ได้ เช่น กรณีศึกษานี้จึงไม่กล้าใช้เพราะบุคคลรอบข้าง

ในกรณีนี้จะแสดงให้เห็นชัดว่าพริตตี้ที่มีประสบการณ์โดยตรงหรือจากคนใกล้เคียงทำให้มีความกลัว และไม่เชื่อในการใช้เครื่องสำอางใหม่ๆที่เป็นกระแสดังในสังคม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการเสริมความมั่นใจแก่พริตตี้ คือเมื่อมีความเชื่อมั่นในตนเองมากขึ้น การเชื่อถือบุคคลอื่น สื่อต่างๆก็เป็นไปได้ยากขึ้นเป็นลักษณะความแตกต่างของแต่ละบุคคล การเลือกจึงมีลักษณะเฉพาะต่างจากกลุ่มคนส่วนมาก โดยพริตตี้จะมีการชั่งน้ำหนักในสิ่งที่ตัวเองเลือก เช่นถ้าหากใช้เครื่องสำอางที่โต้งตั้งในกระแสแต่ก็มาด้วยความเสี่ยง ในกรณีนี้พริตตี้มีประสบการณ์ตรงจากเพื่อนที่ได้รับผลกระทบเสียหายจากการใช้เครื่องสำอางปลอม ทำให้ค่าความเสี่ยงในการต้องการใช้เครื่องสำอางปลอมในกระแสมีมากขึ้น ดังนั้นพริตตี้คนนั้นจึงไม่กล้าที่จะเสี่ยง เมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่เกิดกับเพื่อนที่ใช้ ความแตกต่างระหว่างบุคคลส่งผลอย่างมีนัยยะสำคัญต่อการเลือกเครื่องสำอางของพริตตี้ ซึ่งในความแตกต่างของพริตตี้แต่ละคนนอกจากขึ้นอยู่กับประสบการณ์แล้วก็ขึ้นอยู่กับ การศึกษา การงาน สภาพแวดล้อม ภูมิภาคที่อาศัย อายุ คุณภาพชีวิต รายได้ ความแตกต่างพื้นฐานแต่ละบุคคลส่งผลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอางและส่งผลต่อการตกเป็นเหยื่อในกลไกการตลาดของเครื่องสำอางปลอม



แผนภูมิแสดงองค์ประกอบสำคัญที่มีผลต่อการเกิดกลไกในการหลอกลวงเครื่องสำอางปลอม

6. ผลกระทบจากการใช้เครื่องสำอางปลอมของพริตตี้

พริตตี้บางคนใช้เครื่องสำอางปลอมแล้วทำให้เกิดผลกระทบตั้งแต่เล็กน้อยไปจนถึงมาก ในผลกระทบเพียงเล็กน้อย เช่น การเกิดผื่น หรือสิวแพ้นขนาดเล็กและสามารถหายได้เอง จากการศึกษาโดยเฉลี่ยพริตตี้ได้รับผลกระทบการใช้เครื่องสำอางอยู่ที่ระดับการแพ้ในมากพอสมควร มีอาการแพ้สิว อักเสบและสิวผด แต่ก็มีบางส่วนที่มีอาการแพ้ในขั้นอาการหนักที่ต้องเข้ารับการรักษาทางการแพทย์ ความแตกต่างในผลกระทบนั้นมีตั้งแต่อาการทางสุขภาพทั้งภายในและภายนอกและผลกระทบต่อเรื่องการเงินและการงาน

6.1 ผลกระทบในเรื่องสุขภาพ แบ่งออกเป็นภายนอกเช่นระบบผิวหนัง และระบบภายในร่างกาย

6.1.1 ระบบภายนอกในร่างกาย (ผิวหนัง) เป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นทำให้มีอาการเกิดสิิว ผื่นและผดเป็นอาการผิดปกติที่เกิดขึ้นบนผิวหนังซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นอาการโดยทั่วไปแต่อาการที่มากกว่าคืออาการที่ทำให้เกิดผื่นแดงแสบร้อนลอกอักเสบดี ผลกระทบเหล่านี้ทำให้เกิดความรำคาญใจแก่ผู้ใช้ และเสียรูปลักษณ์หรือเสียโฉมภายนอกแก่ผู้ใช้ ทำให้ต้องเสียเวลาและเข้ารับการรักษาโดยแพทย์หากมีอาการหนัก

6.1.2 ระบบภายในร่างกาย เป็นผลกระทบการใช้เครื่องสำอางที่มีสารอันตราย ซึ่งสามารถสะสมภายในร่างกายก่อให้เกิดผลกระทบในร่างกายได้ เช่น สารปรอท(แอมโมเนีย) หากใช้เป็นระยะเวลานานจะสะสมในร่างกายเกิดความผิดปกติของระบบทางเดินปัสสาวะทำให้ไตอักเสบ, กรดวิตามินเอสามารถซึมผ่านกระแสเลือดทำให้ทารกในครรภ์พิการและกรดวิตามินเอซึ่งสามารถซึมผ่านกระแสเลือดทำให้ทารกในครรภ์พิการ แม้ว่าเด็กทารกที่คลอดออกมาจะมีความปกติแต่ก็มีความเสี่ยงสูงที่จะพบความบกพร่องทางสมองได้เช่นกัน

6.2 ผลกระทบเรื่องอื่นนอกจากเรื่องสุขภาพ ผลกระทบนี้คือผลข้างเคียงจากผลกระทบที่เกิดขึ้นในเรื่องของสุขภาพ โดยแบ่งเป็นหลักคือเรื่องเงินและเรื่องการเงิน

6.2.1 ผลกระทบเรื่องเงิน ผลกระทบนี้เกิดจากหากพริตตี้ได้รับผลกระทบเรื่องร่างกายจะต้องมีการรักษาจากความผิดปกติที่เกิดขึ้นในผลกระทบของร่างกาย โดยจะเป็นทั้งผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งภายนอกและภายในร่างกาย ซึ่งถ้าได้รับผลกระทบหนักมากจะต้องมีการใช้เงินที่รักษามาก ซึ่งต้องใช้ระยะเวลาและเงินในการรักษาเพื่อเยียวยา

6.2.2 ผลกระทบเรื่องงาน เป็นผลกระทบข้างเคียงจากการเสียโฉมทางด้านร่างกายในพริตตี้ ทำให้พริตตี้ไม่สามารถไปทำงานได้ นอกจากนี้ทั้งภายในสุขภาพก็เช่นเดียวกัน เพราะสามารถทำให้พริตตี้มีอาการเจ็บป่วย จึงทำให้มีผลกระทบต่อการทำงานในพริตตี้

ตารางที่ 2 กรณีศึกษาพริตตี้จากผลกระทบจากการใช้เครื่องสำอางปลอม 15 คน

ชื่อเล่น	กลุ่ม	แพ้/ไม่แพ้ เครื่องสำอาง ปลอม	อาการแพ้ ที่เกิดขึ้น	ค่าใช้จ่ายใน การรักษา	ผลกระทบ ต่อการ งาน/รายได้	ความคิดที่ จะยังใช้ เครื่องสำอาง ปลอมอยู่
กรณีที่ 4	ไม่ได้ใช้ เครื่องสำอาง ปลอมเป็น ประจำ	แพ้	แพ้รุนแรง สิวอักเสบ และสิว เรื้อรัง	3000 -5000 ต่อครั้ง	ไม่สามารถทำ อาชีพเสริม พริตตี้ได้ เพราะเสีย โฉม ขาด รายได้	ไม่เลือกที่จะ ใช้อีกเพราะ ทำให้ผิวหนัง เสียโฉม เสีย ค่ารักษาจน ปัจจุบัน
กรณีที่ 8	ไม่ได้ใช้ เครื่องสำอาง ปลอมเป็น ประจำ	ไม่แพ้	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ถ้ารีวิวดีกี่จะ ใช้
กรณีที่ 7	ไม่ได้ใช้ เครื่องสำอาง ปลอม	ไม่เคยใช้	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่ใช่

ชื่อเล่น	กลุ่ม	แพ้/ไม่แพ้ เครื่องสำอาง ปลอม	อาการแพ้ ที่เกิดขึ้น	ค่าใช้จ่ายใน การรักษา	ผลกระทบ ต่อการ งาน/รายได้	ความคิดที่ จะยังใช้ เครื่องสำอาง ปลอมอยู่
กรณีที่ 9	ไม่ได้ใช้ เครื่องสำอาง ปลอมเป็น ประจำ	แพ้	มีอาการ ระคายเคือง และสิวผด	ครั้งละ 2,000 - 3.000 บาท รักษา 2 ครั้ง	เล็กน้อย	ไม่ใช่
กรณีที่ 1	ใช้ เครื่องสำอาง ปลอมเป็น ประจำ	ไม่แพ้	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ใช้อยู่
กรณีที่ 3	ใช้ เครื่องสำอาง ปลอมเป็น ประจำ	ไม่แพ้	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ถ้าเพื่อน แนะนำก็ใช้ ตาม
กรณีที่ 2	ใช้ เครื่องสำอาง ปลอมเป็น ประจำ	ไม่แพ้	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	รีวิวดีก็จะใช้ ตามรีวิว

ชื่อเล่น	กลุ่ม	แพ้/ไม่แพ้ เครื่องสำอาง ปลอม	อาการแพ้ ที่เกิดขึ้น	ค่าใช้จ่ายใน การรักษา	ผลกระทบ ต่อการ งาน/รายได้	ความคิดที่ จะยังใช้ เครื่องสำอาง ปลอมอยู่
กรณีที่ 10	ใช้ เครื่องสำอาง ปลอมเป็น ประจำ	แพ้	เป็นสิว อักเสบ เยอะจนทำ ให้หน้าเป็น หลุมสิวใน ปัจจุบัน	ค่าใช้จ่าย ครั้งละ 3000 บาท รักษา6ครั้ง รักษาหลุม สิว 18000 บาท	มีผลกระทบ ทำให้หยุด การทำงาน เป็นพรืดดี และเสียเงิน จำนวนมาก ในการรักษา	ไม่ใช่
กรณีที่ 11	ใช้ เครื่องสำอาง ปลอมเป็น ประจำ	แพ้	สิวอุดตันทั่ว หน้า	ค่าใช้จ่าย ครั้งละ 800- 1000 บาท รักษา4ครั้ง	เล็กน้อยแต่ ยังทำงานได้	อาจจะใช้อีก ครั้งแต่ต้องดู เพื่อนว่ามี อาการแพ้ หรือไม่
กรณีที่ 12	ไม่ได้ใช้ เครื่องสำอาง ปลอมเป็น ประจำ	ไม่แพ้	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ใช้บ้างถ้า กระแสนี้ สังคมดี

ชื่อเล่น	กลุ่ม	แพ้/ไม่แพ้ เครื่องสำอาง ปลอม	อาการแพ้ ที่เกิดขึ้น	ค่าใช้จ่ายใน การรักษา	ผลกระทบ ต่อการ งาน/รายได้	ความคิดที่ จะยังใช้ เครื่องสำอาง ปลอมอยู่
กรณีที่ 13	ใช้ เครื่องสำอาง ปลอมเป็น ประจำ	แพ้	สิิวอักเสบ และสิิวอด ตันทั่วหน้า	ครั้งละ 2,500 บาท รักษา มากกว่า 5 ครั้ง โดยประมาณ	หยุดการ ทำงาน เป็นพริตตี้ และเสีย ค่าใช้จ่าย การรักษา	ไม่ใช้
กรณีที่ 14	ใช้ เครื่องสำอาง ปลอมเป็น ประจำ	แพ้	ผื่นคันเป็น ปื้น	ค่ารักษา 500 บาท โดยซื้อยามา ทาเอง	เล็กน้อย	ไม่ใช้
กรณีที่ 15	ไม่ได้ใช้ เครื่องสำอาง ปลอมเป็น ประจำ	ไม่แพ้	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	อาจใช้ถ้า เพื่อน พยายาม แนะนำ
กรณีที่ 6	ไม่ได้ใช้ เครื่องสำอาง ปลอมเป็น ประจำ	ไม่แพ้	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ใช้บ้างเพราะ เซ็อริวิวและ เพื่อนกลุ่ม พริตตี้
กรณีที่ 5	ไม่ได้ใช้ เครื่องสำอาง ปลอมเป็น ประจำ	ไม่แพ้	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	อาจจะใช้ บ้างแต่ต้อง ดูก่อนว่า โอเคไหม

จากตารางจะเห็นว่าพริตตี้ที่ได้รับผลกระทบจากการใช้เครื่องสำอางปลอมนั้น ส่วนมากจะเป็นพริตตี้ ที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ ดังนั้นผลกระทบในพริตตี้จากตารางจะเห็นว่ามีอาการแพ้ที่แตกต่างกัน นอกจากอาการแพ้ที่แตกต่างกันแล้วยังส่งผลให้พริตตี้ได้รับผลกระทบทั้งหน้าที่การทำงานและค่าใช้จ่ายที่เสียไป กับการรักษา แม้ว่าบางคนจะมีอาการแพ้เกิดขึ้นแต่ก็ยังใช้เครื่องสำอางปลอมอยู่ โดยเฉพาะกลุ่มพริตตี้ที่เกิด อาการแพ้เล็กน้อย เช่นเดียวกันพริตตี้ที่ใช้แล้วไม่เกิดอาการแพ้ก็ยังคงมีการใช้เครื่องสำอางปลอม

ด้วยเหตุนี้จึงมีการจัดหมวดหมู่ของพริตตี้ ทั้ง 3 รูปแบบ คือ 2 กลุ่ม และ 1 ราย เพื่อแสดงให้เห็น ผลกระทบและสิ่งที่เกิดขึ้นในผลที่ตามมาของแต่ละกลุ่ม ซึ่งจะแจกแจงอย่างละเอียด ทั้ง 15 ตัวอย่างได้ดังนี้

กรณีศึกษาที่ 1

กรณีศึกษาที่ 1 อายุ 29 ปี วุฒิมัธยมศึกษาปริญญาตรี ภูมิลำเนาจังหวัดสมุทรปราการ อาชีพหลักคือพนักงานบริษัท ประสบการณ์การเป็นพริตตี้ 4 ปี จากการศึกษา ในกรณีศึกษาพบว่า เป็นกลุ่มที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ สาเหตุหลักที่ได้จากการสัมภาษณ์คือ เครื่องสำอางปลอมนั้นมีราคาที่เหมาะสม ไม่สูงเกินไป จับต้องง่าย นอกจากนี้ทั้งเห็นผลไว โดยผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความเห็นว่า ผลที่ได้รับคือ ผิวเรียบเนียนขึ้น มีความขาวกระจ่างใสขึ้นเร็ว จึงมีความต้องการใช้ตลอดเวลา นอกจากนี้กรณีตัวอย่างที่ 1 ยังให้ข้อมูลถึง สื่อทางสังคมทางอินเทอร์เน็ตก็มีส่วนในการช่วยประกอบการตัดสินใจใช้ กระแสนิยมทางสังคมสามารถใช้เครื่องสำอางเหล่านี้ในการตอบสนอง เช่น ครีมนิวขาว เมื่อทาหน้าแล้วใช้เวลา 7 วันก็จะมีผิวขาวเรียบเนียน ซึ่งการเป็นพริตตี้จึงให้จำเป็นต้องใช้เครื่องสำอางปลอมจากผลลัพธ์ที่รวดเร็ว ในส่วนผลกระทบนั้นกรณีศึกษาที่ 1 ให้ข้อมูลว่า ผลกระทบยังไม่เกิด ไม่มีอาการแพ้เกิดขึ้นจะมีเพียงแต่ถ้าเกิดไม่ใช้ต่อเนื่องของเครื่องสำอางยี่ห้อหนึ่งจะทำให้หน้ามีการหมองคล้ำจึงทำให้ไม่มั่นใจหากหยุดใช้ เนื่องด้วยผู้ให้สัมภาษณ์ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่าช่วงที่อยากลองหยุดใช้เพื่อเปลี่ยนเป็นเครื่องสำอางทั่วไป เมื่อเข้าช่วงหยุดใช้ไป 14 วัน ผิวหน้าเริ่มมีการหมองคล้ำและหยาบกร้าน รุขุมขนกว้างทำให้ต้องกลับมาใช้อีกครั้ง ซึ่งอาจจะมีการกังวลเล็กน้อยในส่วนนี้ แต่ผู้ให้สัมภาษณ์ให้กล่าวว่ายังไม่ได้ตระหนักถึงผลกระทบ โดยให้เหตุผลว่าถ้ากลับมาใช้อีกผิวก็จะกลับมาดีเหมือนเดิมได้ และราคาก็จับต้องได้ ราคาไม่แพง แม้ว่าหากมีการหยุดใช้แม้ผิวจะแยลงบ้างแต่ก็สามารถกลับมาดีได้ดังเดิม เพราะผู้ใช้กรณีศึกษานี้ไม่ได้เกิดอาการแพ้เกิดขึ้น นอกจากนี้ผลลัพธ์ของการใช้เครื่องสำอางปลอมที่เกิดขึ้น สร้างผลลัพธ์ไปในแนวทางที่ดีเป็นส่วนประกอบในการส่งเสริมเรื่องหน้าที่การทำงาน ภาพลักษณ์ของกรณีศึกษาที่ได้เป็นอย่างดี

ในส่วนของการสอบถามถึงผลกระทบจากข่าวสาร ข้อเสนอแนะและระวังต่อการใช้เครื่องสำอางปลอมนั้น กรณีตัวอย่างรายนี้ได้ให้ข้อมูลในเรื่องของ ค่าครองชีพ ค่าใช้จ่ายรายวันที่เกิดขึ้นรวมไปถึง ค่าใช้จ่ายทางสังคม การแต่งตัว ซึ่งล้วนแต่เป็นส่วนที่จำเป็นต้องจ่าย เพื่อให้เป็นที่รู้จักเป็นการสร้างเครือข่ายเพื่อส่งเสริมหน้าที่การงานได้ ดังนั้นเมื่อสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการใช้เครื่องสำอางก็จะช่วยในการมีเงินไปส่งเสริมค่าใช้จ่ายอื่นๆที่มีมากมาย จากข้อมูลที่กรณีศึกษาที่ 1 ได้ให้มาจะเป็นในแนวทางเดียวกันกับรายได้ที่ไม่สมดุลจากการสัมภาษณ์ เนื่องจากกรณีศึกษาที่ 1 มีรายได้ที่ไม่สมดุลกับรายจ่ายจึงทำให้ต้องประหยัดค่าใช้จ่ายบางส่วน โดยมองถึงผลลัพธ์ที่ได้กับราคาที่แพงจับต้องง่ายของเครื่องสำอาง นอกจากนี้จากการสอบถามเรื่องการกังวลต่อผลกระทบในอนาคต ค่าใช้จ่ายในการรักษาหากเกิดอาการแพ้เครื่องสำอางปลอมที่อาจเกิดขึ้น ผู้ให้ข้อมูลได้ให้ข้อมูลว่ามีความกังวลอยู่บ้างเล็กน้อยแต่ไม่ถึงขนาดจะต้องหยุดใช้ เนื่องจากอาการแพ้ไม่เคยเกิดขึ้น โดยผู้ให้ข้อมูลกล่าวติดตลกว่า “อาจจะเพราะด้วยผิวหนังหนาหนายอยู่แล้ว เลยน่าจะแพ้น้อย” ด้วยเหตุนี้จึงทำให้กรณีศึกษารายนี้ไม่ได้มีความกังวลถึงผลเสียในอนาคตจนทำให้เลิกใช้เครื่องสำอางปลอมได้ ถ้าเลือกได้ที่จะเลิกใช้เครื่องสำอางปลอมเหล่านี้ สิ่งที่สำคัญสำหรับกรณีศึกษารายนี้คือการเห็นผลลัพธ์จากเครื่องสำอางที่ใช้เป็นหลัก โดยมี 2 ปัจจัย คือปัจจัยแรก เรื่องของการเห็นผลลัพธ์ ซึ่งเครื่องสำอางทั่วไปตามท้องตลาดจะต้องเห็นผลที่รวดเร็วตามความต้องการได้ ปัจจัยที่สองในส่วนของเรื่องราคา เครื่องสำอางทั่วไปจะตามท้องตลาดจะต้องมีราคาที่จับต้องได้ คือ ราคาเท่ากับกับเครื่องสำอางปลอมที่ใช้อยู่หรือถูกกว่า ทั้งนี้กรณีศึกษารายนี้มองในเรื่องของปัจจัยทั้งสองร่วมกันจึงจะสามารถเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางปลอม

กรณีศึกษาที่ 2

กรณีศึกษาที่ 2 อายุ 31 ปี วุฒิมัธยมศึกษาปริญญาตรี ภูมิลำเนาจังหวัดสงขลา อาชีพหลักงานอิสระ ประสบการณ์การเป็นฟรีแลนซ์ 3 ปี จากการศึกษาตัวอย่างในกรณีนี้จัดว่าเป็นกลุ่มที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ สาเหตุหลักของการใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำของกรณีศึกษาที่ 2 คือเป็นการใช้ตามสื่อทางสังคมต่างๆ เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต การโฆษณาชวนเชื่อ แม้จะมีการเชื่อจากคำแนะนำของเพื่อนบ้างแต่สิ่งที่สำคัญคือเชื่อจากสื่อสังคมทางอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก จากข้อมูลที่ได้รับคือกรณีศึกษาที่ 2 ได้ให้ข้อมูลว่าการซื้อเครื่องสำอางส่วนมากโดยเฉพาะเครื่องสำอางปลอมที่ใช้อยู่เป็นการซื้อตามจากการดูสื่อสังคมที่หลากหลาย การรีวิวจากบุคคลที่มีผู้ติดตามและการพูดถึงสรรพคุณที่น่าสนใจ ซึ่งกรณีศึกษาที่ 2 กล่าวว่าได้เริ่มเปิดใจกับเครื่องสำอางปลอมเพราะสื่อทางอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก โดยเชื่อว่ารีวิวเหล่านี้มีการใช้ผลิตภัณฑ์จริงและมีการการันตีจากรีวิว ดังนั้นการเลือกซื้อเครื่องสำอางเหล่านี้จึงไม่เป็นผลเสียเพราะถ้าไม่ตีจริงคงไม่มีใครกล้ามารีวิว ทั้งนี้ยังได้เชื่อมั่น

กับสิ่งที่เลือกเพราะกล่าวว่าคุณคนที่ติดตาม การรีวิวทางสื่อสังคมนั้นมีความน่าเชื่อถือทั้งคำพูด และ ยอดผู้ติดตาม ซึ่งทำให้มองว่าตัวเองนั้นไม่ได้ใช้แค่คนเดียวแต่ยังคงมีบุคคลอีกจำนวนมากที่ใช้ตามจาก การตอบสนองในสื่อสังคมที่เห็น

ในส่วนของผลกระทบที่เกิดขึ้นกรณีศึกษาที่ 2 ไม่ได้รับผลกระทบจากการใช้เครื่องสำอางปลอมไม่มีอาการแพ้เกิดขึ้นจึงทำให้ยังคงเชื่อมั่นในการเลือกซื้อและเลือกใช้เครื่องสำอางปลอมตาม รีวิว การโฆษณาตามสื่อทางสังคมเมื่อสอบถามผลกระทบจากข่าวที่กล่าวถึงอันตรายของเครื่องสำอางปลอมนั้น กรณีศึกษาที่ 2 ได้กล่าวว่าก็มีความกังวลแต่เชื่อมั่นว่าเครื่องสำอางที่ตนเองใช้แม้จะไม่มีแบรนด์ทั่วไปตามท้องตลาดแต่ก็เชื่อเพราะไม่ได้เชื่อในยี่ห้อแต่เชื่อจากการรีวิว การแนะนำของนักรีวิว คนดังในสื่อทางสังคม โดยให้ข้อมูลว่าคุณคนที่มารีวิวเหล่านั้นได้มีการใช้จริงจากที่ได้เห็นเวลาบุคคลเหล่านั้นใช้ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ถ่ายทอดลงทางวิดีโอในสื่อสังคมต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อเฟสบุ๊คที่ เรียกกันว่าการไลฟ์สด ด้วยเหตุนี้ปัจจัยในการเชื่อมั่นในเครื่องสำอางปลอมของกรณีศึกษาที่ 2 คือ ปัจจัยแรก การเชื่อมั่นในสื่อสังคม บุคคลที่มา รีวิว การเป็นคนดังในอินเทอร์เน็ต ส่วนปัจจัยที่สอง เชื่อมั่นเพราะทุกครั้งที่มีการเลือกซื้อและเลือกใช้เครื่องสำอางเหล่านี้ กรณีศึกษาที่ 2 ไม่เคยเกิดอาการแพ้จากการใช้เครื่องสำอางเหล่านี้ จึงเป็นการสร้างความเชื่อมั่นจากประสบการณ์ส่วนตัวที่เลือกใช้ตามสื่อสังคม จนทำให้เกิดความน่าเชื่อถือขึ้น

พฤติกรรมการใช้เลือกซื้อเลือกใช้เครื่องสำอางปลอมของกรณีศึกษาที่ 2 คือ แม้ว่าจะมีรายรับ สมดุลกับค่าใช้จ่ายแต่การเลือกซื้อเครื่องสำอางของกรณีศึกษาที่ 2 นั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับราคาเป็นหลัก เพราะมีการเลือกซื้อและเลือกใช้ตามการรีวิวจากบุคคลดังในสื่อสังคมอินเทอร์เน็ต เมื่อมีการกล่าวว่ ขึ้นใหม่ใช้แล้วดีเกิดผลลัพธ์ที่ดี ก็จะมีการสั่งซื้อเพื่อนำมาใช้ตามในทันที ในส่วนของการให้เลือกใช้ เครื่องสำอางทั่วไปตามท้องตลาดนั้น กรณีศึกษาที่ 2 ได้กล่าวว่า การโฆษณาของเครื่องสำอางทั่วไป เป็นการใช้ดาราดู จึงมองว่าไม่มีการใช้จริงดูเข้าถึงยากผิดกับการรีวิวจากบุคคลตามสื่อสังคมใน อินเทอร์เน็ต ซึ่งบางคนเป็นบุคคลธรรมดา หน้าตาธรรมดา แต่ดูมีผิวพรรณดีจึงน่าเชื่อถือมากกว่า ทั้งนี้ ปัจจัยที่จะทำให้มีการเลือกใช้เครื่องสำอางทั่วไปก็ไม่ได้มองข้ามเพียงแต่เครื่องสำอางนั้นจะต้องมีการ แนะนำ รีวิวจากสื่อสังคม นักรีวิว คนดังในสื่ออินเทอร์เน็ตเพราะหากมีการแนะนำช่องทางนี้ไม่ว่า ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแบบไหนกรณีศึกษาที่ 2 จะมีการเลือกใช้ตาม ซึ่งพฤติกรรมกรณีศึกษาที่ 2 นี้ ขึ้นอยู่กับสื่อทางสังคมในอินเทอร์เน็ต

กรณีศึกษาที่ 3

กรณีศึกษาที่ 3 อายุ 27 ปี วุฒิกฎการศึกษาปริญญาตรี ภูมิลำเนาจังหวัดลำปาง อาชีพประจำพนักงานบริษัท ประสบการณ์การเป็นพริตตี้ 3 ปี จากการศึกษาในกรณีนี้คือเป็นประเภทกลุ่มใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ โดยปัจจัยหลักจากข้อมูลที่ได้จากกรณีศึกษาที่ 3 นั้นเป็นการเลือกใช้เครื่องสำอางปลอมตามเพื่อน คนรู้จัก โดยเป็นกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้โดยเฉพาะเพื่อนที่มีอาชีพเสริมเป็นพริตตี้มักจะมีเครื่องสำอางตามกระแสมาแนะนำตลอด ซึ่งผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่าบางครั้งไม่จำเป็นต้องตามกระแสสังคมเองแต่เพื่อนๆมักจะตามกระแสและคอยแนะนำมาให้โดยเฉพาะเกี่ยวกับเครื่องสำอาง ยิ่งเห็นเพื่อนใช้แล้วดีก็พยายามถามเพื่อนว่าใช้อะไรและจะซื้อมาใช้ตามในแบบที่เพื่อนใช้ ยิ่งทำงานเสริมเป็นพริตตี้จึงควรตามเพื่อนพริตตี้ถึงสิ่งที่พวกเขาใช้กัน ทำไมใช้กันแล้วผิวดี ผิวสวย เมื่อเห็นแบบนี้ก็ควรใช้ตาม หากไม่ใช้ตามถ้าสวยสู้เพื่อนไม่ได้ งานที่รับอาจะมีน้อยลง เพราะผู้จ้างเขามีตัวเลือกเยอะ นอกจากนี้ยังกล่าวว่าการเชื่อถือจากเพื่อน บุคคลใกล้ชิดตัวนั้นมีความน่าเชื่อถือจากแหล่งอื่นเพราะได้เห็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการใช้ชัดเจนเป็นอย่างมาก ยิ่งเป็นกลุ่มคนที่มีความสนิทสนมก็จะยิ่งมีความน่าเชื่อถือมาก ดังนั้นกรณีศึกษาที่ 3 จึงถูกชักจูงโดยเพื่อนหรือบุคคลรอบข้างโดยความเชื่อถือจะมีมากขึ้นยิ่งถ้าความสนิทสนมมาก

ผลกระทบที่เกิดขึ้นในกรณีศึกษาที่ 3 นั้นไม่มีอาการแพ้จากการใช้เครื่องสำอางปลอมเกิดขึ้น จึงทำให้ยังคงใช้อยู่ในปัจจุบัน เมื่อสอบถามถึงประเด็นข่าวเรื่องผลกระทบด้านไม่ดีของเครื่องสำอางปลอมจากสื่อที่เผยแพร่กรณีศึกษาที่ 3 นั้นไม่ได้แสดงความกังวลจากข่าวสารเหล่านั้นพร้อมกล่าวถึงความมั่นใจต่อการเลือกใช้ของตนว่าถ้าหากมีการแพ้จริงหรือส่งผลเสียเพื่อนหรือคนสนิทก็คงจะไม่แนะนำเพราะมั่นใจว่าเพื่อนจะต้องแนะนำแต่สิ่งที่ดีให้ ขณะเดียวกันถ้าเครื่องสำอางปลอมเหล่านั้นไม่ดีใช้แล้วเกิดผลเสีย กรณีศึกษาที่ 3 ก็ไม่ได้เป็นผู้ลองใช้ก่อนแต่เพื่อนมีการใช้ก่อน หากเพื่อนมีอาการแพ้เกิดขึ้นตนเองก็จะรับรู้และเพื่อนก็จะไม่แนะนำให้ใช้ ด้วยเหตุนี้จึงไม่มีความกังวลต่ออาการแพ้ที่จะเกิดขึ้น

พฤติกรรมการเลือกซื้อเลือกใช้เครื่องสำอางปลอมของกรณีศึกษาที่ 3 นั้นจึงเป็นปัจจัยการเลือกซื้อตามบุคคลรอบข้างหรือเพื่อนเป็นหลักแม้จะมีปัจจัยรองในเรื่องของราคาเป็นปัจจัยประกอบเนื่องจากรายได้ของกรณีศึกษาที่ 3 นั้นไม่สอดคล้องกับรายจ่ายจึงทำให้มีความต้องการเครื่องสำอางราคาเข้าถึงง่าย เครื่องสำอางปลอมจึงเป็นสิ่งที่ตอบสนองต่อความต้องการได้ จากผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเมื่อเพื่อนใช้แล้วดี ราคาถูกและเมื่อใช้แล้วก็ไม่มีอาการแพ้เกิดขึ้น ดังนั้นแม้รู้ว่าเป็นเครื่องสำอางปลอมแต่ก็ยังต้องการที่จะใช้อยู่

กรณีศึกษาที่ 4

กรณีศึกษาที่ 4 อายุ 21ปี วุฒิมัธยมศึกษาปริญญาตรี ภูมิลำเนาจังหวัดนนทบุรี อาชีพนิสิต ประสบการณ์การเป็นพริตตี้ 2 ปี จากการศึกษาก่อนหน้านี้จัดเป็นกลุ่มประเภทไม่ได้ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ ซึ่งปัจจุบันไม่ได้ใช้ จากที่กรณีศึกษาที่ 4 ให้ข้อมูลถึงสาเหตุที่ทำให้ความสนใจในเครื่องสำอางปลอมมาก่อนหน้านี้ มีปัจจัยด้วยกัน คือปัจจัยแรกเพื่อนร่วมงานที่เป็นพริตตี้มีการแนะนำในการใช้เครื่องสำอางตามกระแสอยู่ตลอดเวลา ปัจจัยที่ 2 คือราคาเนื่องจากราคาที่แพง เข้าถึงง่าย เนื่องจากกรณีศึกษาที่ 4 ยังเป็นนิสิตจึงทำให้รายได้มาจากการทำงานเสริมเป็นพริตตี้ ดังนั้นเรื่องราคาเครื่องสำอางจึงมีผลต่อการเลือก ซึ่งเครื่องสำอางปลอมตามอินเทอร์เน็ตและตลาดนัดมีราคาถูกจึงสนใจที่จะซื้อมาลองใช้ ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่าเมื่อมีการใช้ไปได้สองอาทิตย์ก็เห็นผลลัพธ์ผิวขาวขึ้นอย่างเห็นได้ชัด จึงมีการใช้อย่างต่อเนื่องจนกระทั่งมีอาการแพ้จึงได้หยุด

จากผลกระทบที่เกิดขึ้นของกรณีศึกษาที่ 4 จะพบว่ามีอาการแพ้เกิดขึ้นจากการใช้เครื่องสำอางปลอม ซึ่งผู้ให้ข้อมูลได้กล่าวว่าเป็นอาการแพ้รุนแรงเพราะเกิดสิ่วอักเสบ เมื่อใช้ผ่านไป 4 อาทิตย์อาการเริ่มแรกจะมีการเกิดสิ่วอักเสบจากจำนวนไม่มากจนเกิดขึ้นทั่วบริเวณใบหน้าพร้อมทั้งสิ่วนั้นมีการอักเสบแดงเป็นหนอง รวมไปถึงการเกิดเป็นสิ่วเรื้อรังที่ยังคงต้องรักษาอยู่จนถึงปัจจุบันทำให้เกิดค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นจากการรักษา ซึ่งกรณีตัวอย่างที่ 4 ได้กล่าวว่า ค่ารักษาแต่ละครั้งทีไปพบแพทย์จะอยู่ที่ 3,000 – 5,000 บาท ขึ้นอยู่กับการรักษาที่เกิดขึ้น ถ้ามียาฉีดก็จะยิ่งแพง ในการรักษานั้นได้เลือกใช้บริการคลินิกแพทย์เฉพาะทางเนื่องจากสะดวกต่อการเดินทางและไม่ต้องรอนานเหมือนโรงพยาบาล ผลกระทบที่เกิดขึ้นทำให้ไม่สามารถไปทำงานเป็นพริตตี้เนื่องจากหน้าเสียโฉมจากการแพ้เครื่องสำอางปลอมจึงทำให้ต้องสูญเสียรายได้ นอกจากนี้ยังต้องเสียเงินเพิ่มเติมจากการรักษาใบหน้าตนเอง เคสกรณีศึกษาที่ 4 กล่าวถึงในส่วนค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นจากการรักษาผิวหนังที่คลินิกจะต้องมีการรบกวนทางครอบครัวส่งค่าใช้จ่ายในการรักษาและต้องประหยัดค่าใช้จ่ายส่วนตัวมาจ่ายค่ารักษาเช่นเดียวกันทำให้ไม่สามารถซื้อของที่ต้องการได้เหมือนเดิม เมื่อถ้ามถึงโอกาสที่จะกลับมาใช้เครื่องสำอางปลอมในอนาคตหรือไม่ หากมีการรักษาหาย กรณีศึกษาที่ 4 กล่าวว่าไม่คิดที่จะกลับไปใช้เพราะสิ่งที่ได้รับนั้นส่งผลเสียต่อตนเองเป็นอย่างมาก นอกจากนี้เคยคิดที่จะเรียกร้องความเสียหายที่เกิดขึ้นแต่เมื่อติดต่อตัวแทนขาย ตัวแทนเหล่านั้นก็ติดต่อไม่ได้ ซึ่งกล่าวว่าเครื่องสำอางเหล่านี้มีอยู่ตามกระแส ดังนั้นเมื่อกระแสเปลี่ยนก็จะมีการเปลี่ยนชื่อยี่ห้อทำให้เรียกร้องความเสียหายได้ยากเหมือนเครื่องสำอางในท้องตลาดถ้ามีการเรียกร้องจากอาการแพ้เกิดขึ้นก็สามารถเรียกร้องได้ง่ายเพราะเครื่องสำอางยี่ห้อตามท้องตลาดมักจะกลัวการเสียชื่อเสียง แต่ในเครื่องสำอางปลอมการเรียกร้องจะเกิดได้ยากเพราะมีการเปลี่ยนชื่อยี่ห้อบ่อยครั้ง รวมไปถึงบางครั้งไม่สามารถหาที่มาของแหล่งผลิตได้ เมื่อสอบถามถึงการฟ้องร้องต่อองค์กรของรัฐ กรณีศึกษาที่ 4 ก็กล่าวว่ากลัวจะเสียเวลา

ในการดำเนินการเพราะถ้ามีการปราบปรามเครื่องสำอางเหล่านี้จริงก็คงไม่มีขายกันเกลื่อนกลาดอย่างที่เห็น จึงทำให้ไม่ได้เรียกร้องค่าเสียหายเกิดขึ้นเพราะคิดว่าถ้าเรียกร้องไปก็หาคนรับผิดชอบไม่ได้อีกอย่างคนที่แนะนำให้ใช้ก็เป็นกลุ่มเพื่อน

กรณีศึกษาที่ 5

กรณีศึกษาที่ 5 อายุ 25 ปี วุฒิมัธยมศึกษาปริญญาตรี ภูมิลำเนากรุงเทพฯ อาชีพหลักอาชีพอิสระ ประสบการณ์การเป็นพริตตี้ 1 ปี จากการศึกษากรณีศึกษาที่ 5 เป็นกลุ่มที่ไม่ได้ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ ซึ่งจะมีการใช้บ้างในบางครั้ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยของบุคคลรอบข้าง เพื่อนร่วมงานที่เป็นพริตตี้ด้วยกัน โดยมองว่าหากกลุ่มบุคคลรอบข้างใช้เครื่องสำอางปลอมได้ผลลัพธ์ที่ดีก็จะมีการใช้ตามเกิดขึ้น ซึ่งเกิดความเชื่อถือเครื่องสำอางปลอมเหล่านี้หากบุคคลใกล้ชิดตัวใช้แล้วไม่เกิดผลเสียหรือหากบุคคลใกล้ชิดตัวชวนลองให้ใช้ตามกระแส มีการแนะนำให้ใช้ก็จะเลือกใช้ตาม

ผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อกรณีศึกษาที่ 5 คือไม่มีอาการแพ้เกิดขึ้น โดยให้ข้อมูลว่าตั้งแต่มีการใช้อาการแพ้ไม่พบให้เห็นได้ชัด อาจจะมีสิ่วขึ้นบ้างในบางผลิตภัณฑ์แต่ก็จะหาย จึงไม่แน่ใจว่าเป็นอาการแพ้ที่เกิดขึ้นหรือไม่ ดังนั้นจึงมองว่าไม่มีผลกระทบอะไรเกิดขึ้นจะมีก็เพียงแต่เครื่องสำอางปลอมบางยี่ห้อใช้แล้วจะไม่ได้ผลลัพธ์ดีเหมือนอีกยี่ห้อซึ่งใช้แล้วไม่รู้สึกรถึงการเปลี่ยนแปลงจึงทำให้บางยี่ห้อที่ซื้อตามเพื่อนนั้นไม่ได้ผลกับตนเอง ในส่วนของการสอบถามเรื่องผลเสียของเครื่องสำอางปลอมที่เป็นข่าวอาการแพ้รุนแรงที่เป็นข่าว กรณีศึกษาที่ 5 มีความกังวลเพียงเล็กน้อยเพราะเพื่อนพริตตี้ที่ซึ่กันอยู่ก็ไม่เห็นมีใครเกิดอาการแพ้ให้เห็น นอกจากนี้ความมั่นใจที่ใช้ตามเพื่อนและบุคคลรอบข้างนั้นสร้างความเชื่อมั่นได้เนื่องจากถ้ามีใครใช้แล้วแพ้ก็จะไม่เลือกซึ่ยี่ห้อนั้นตาม ด้วยเหตุนี้กรณีศึกษาที่ 5 อาจจะไม่มีความกังวลเล็กน้อยต่อการใช้เครื่องสำอางปลอมในเรื่องของผลเสีย อาการแพ้แต่ก็ยังคงเลือกซึ่อยู่ถ้าหากเพื่อนแนะนำ

พฤติกรรมการเลือกซึ่เครื่องสำอางปลอมของกรณีศึกษาที่ 5 จะมีพฤติกรรมการเลือกซึ่ตามบุคคลรอบข้างและเพื่อน ถ้าเพื่อนแนะนำให้ซึ่บอกกันว่าดีก็จะลองซึ่ตาม เพราะมองว่าเป็นกลุ่มคนที่ทำงานเหมือนกันย่อมมีความต้องการที่เหมือนกัน จึงสามารถแนะนำสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ดีกว่าการไปซึ่ถือสิ่งอื่น จากการสอบถามเรื่องการตอบสนองของเครื่องสำอางปลอมตรงความต้องการทั้งหมดหรือไม่ กรณีศึกษาที่ 5 ได้กล่าวว่าส่วนมากก็จะตอบสนองความต้องการได้ดีซึ่แล้วผิวขาวขึ้น เรียบเนียนขึ้นภายใน 7 วัน แต่ก็ไม่สามารถตอบได้ว่าสามารถตอบสนองได้ทั้งหมดเพราะเครื่องสำอางปลอมบางยี่ห้อที่เพื่อนแนะนำจากทางอินเทอร์เน็ต เมื่อใช้แล้วก็ไม่ได้ทำให้ผิวขาวขึ้นซึ่แล้วไม่มีความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น ในส่วนเครื่องสำอางทั่วไปตามท้องตลาดก็มีการใช้

บ้างสลับกันไปเพราะถ้าเพื่อนมีการแนะนำเครื่องสำอางตามท้องตลาดยี่ห้อทั่วไปว่าใช้แล้วดีเกิดผลลัพธ์ตรงตามความต้องการก็เลือกใช้เช่นเดียวกัน ทั้งนี้กรณีศึกษาที่ 5 จึงเลือกใช้เครื่องสำอางปลอมและเครื่องสำอางทั่วไปตามแต่เพื่อนหรือบุคคลรอบข้างแนะนำ สิ่งไหนที่มีการกล่าวถึง แนะนำว่าใช้แล้วดีก็จะเลือกใช้สิ่งนั้น

กรณีศึกษาที่ 6

กรณีศึกษาที่ 6 อายุ 28 ปี วุฒิมัธยมศึกษาปริญญาตรี ภูมิลำเนาจังหวัดนนทบุรี อาชีพหลักพนักงานบริษัท ประสบการณ์การเป็นพริตตี้ 2 ปี จากการศึกษากรณีศึกษาที่ 6 เป็นกลุ่มประเภทที่ไม่ได้ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำจะเป็นการใช้บ้างในบางครั้ง ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการใช้เครื่องสำอางปลอมของกรณีศึกษาที่ 6 มี 2 ปัจจัย คือปัจจัยที่ 1 การเชื่อรีวิวตามอินเทอร์เน็ต สื่อสังคมต่างๆ ปัจจัยที่ 2 คือการเชื่อตามเพื่อน โดยเฉพาะกลุ่มเพื่อนที่เป็นพริตตี้ ด้วยเหตุนี้การเลือกใช้เครื่องสำอางปลอมจากกรณีศึกษาที่ 6 จึงอาศัยปัจจัยทั้งสองร่วมกัน ในส่วนของปัจจัยแรกได้รับข้อมูลว่าการรีวิวจากอินเทอร์เน็ตสร้างความน่าเชื่อถือในการเลือกใช้เครื่องสำอาง เมื่อเห็นมีคนรีวิวสร้างความน่าเชื่อถือก็เริ่มอยากใช้ตาม นอกจากนี้เมื่อมีการใช้กันจนเมื่อเพื่อนได้ใช้จึงยิ่งสร้างความเชื่อมั่นว่าต้องเป็นเครื่องสำอางที่ดีและได้ผลจริง

ในเรื่องผลกระทบที่เกิดขึ้นของกรณีศึกษาที่ 6 ได้ให้ข้อมูลว่า อาจจะไม่ได้ใช้เป็นประจำจึงทำให้ไม่มีอาการแพ้เกิดขึ้น ซึ่งจากข่าวที่ดูเรื่องผลเสียจากการใช้ก็มีความกังวลต่อการใช้ แต่เมื่อสื่อสังคม การรีวิว นั้นก็ทำให้เกิดความต้องการที่จะลองใช้เพราะสร้างความน่าสนใจตอบสนองความต้องการได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเพื่อนแนะนำให้ใช้จึงมองข้ามในผลเสียที่ได้ดูจากข่าวจึงทำให้ไม่มีความกังวลต่อการใช้เครื่องสำอางปลอม แต่ถ้าไม่เห็นจากสื่อสังคม การรีวิวแนะนำหรือเพื่อนแนะนำก็จะไม่เลือกใช้เครื่องสำอางปลอมด้วยตัวเอง ดังนั้นในความเชื่อมั่นต่อการใช้เครื่องสำอางปลอมจะยังคงเชื่อหากเห็นจากรีวิวหรือการแนะนำจากเพื่อน

พฤติกรรมการเลือกใช้เครื่องสำอางปลอมของกรณีศึกษาที่ 6 เนื่องจากเป็นการใช้เครื่องสำอางปลอมในบางครั้ง พฤติกรรมการเลือกจึงเกิดจากการดูกระแสสังคมโดยเฉพาะกระแสทางอินเทอร์เน็ตและการแนะนำจากเพื่อนเป็นหลัก สาเหตุที่กรณีศึกษาที่ 6 เริ่มใช้เครื่องสำอางปลอมครั้งแรกเนื่องจากการดูรีวิวจากบุคคลที่โด่งดังในสังคมอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นคนธรรมดาที่พูดแล้วน่าติดตามทำให้เมื่อดูการรีวิวเกิดความอยากรู้ถึงผลลัพธ์ว่าใช้แล้วจะดีจริงตามที่กล่าวหรือไม่จึงมีการไปเลือกซื้อมาใช้ตาม นอกจากนี้ยังให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่าเครื่องสำอางปลอมที่ซื้อใช้ตามบุคคลที่รีวิวทางอินเทอร์เน็ต

นั้นใช้แล้วได้ผลลัพธ์ที่ดีเกินคาด ตอบสนองความต้องการได้ จึงทำให้เชื่อถือการรีวิวจากบุคคลนั้นและเปิดใจรับการรีวิวต่างๆจากอินเทอร์เน็ตเช่นกัน

กรณีศึกษาที่ 7

กรณีศึกษาที่ 7 อายุ 27 ปี วุฒิมัธยมศึกษาปริญญาตรี ภูมิลำเนาจังหวัดนนทบุรี อาชีพอิสระ ประสบการณ์การเป็นฟรีแลนซ์ 5 ปี จากการศึกษากรณีศึกษาที่ 7 จัดอยู่ในกลุ่มไม่ได้ใช้เครื่องสำอางปลอม เนื่องจากมีประสบการณ์โดยตรงต่อเครื่องสำอางปลอมจากการเห็นเพื่อนใช้เครื่องสำอางปลอมแล้วมีอาการแพ้เกิดขึ้น ทำให้ไม่มีความเชื่อถือในเครื่องสำอางปลอมทุกชนิด ในส่วนของปัจจัยการเลือกใช้เครื่องสำอางโดยทั่วไปนั้น จะเลือกใช้ตามสื่อสังคมที่น่าเชื่อถือ ไอเดียจากอินเทอร์เน็ตที่แนะนำเครื่องสำอางยี่ห้อทั่วไปที่ขายตามห้างสรรพสินค้า ซึ่งกรณีศึกษาที่ 7 กล่าวว่าในการเป็นฟรีแลนซ์สิ่งที่ขาดไม่ได้คือเครื่องสำอางแม้ว่าเครื่องสำอางที่ใช้อาจจะได้ผลลัพธ์ที่ช้ากว่าหรือไม่ได้ตอบโจทย์เหมือนกับเครื่องสำอางปลอมที่ขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตแต่ก็ไม่ทำให้เสี่ยงต่อการแพ้ได้หรือถ้ามีอาการแพ้เกิดขึ้นจากการใช้เครื่องสำอางทั่วไปสามารถฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายจากยี่ห้อเหล่านั้นได้ง่าย เนื่องจากเป็นบริษัทที่ผลิตเครื่องสำอางอย่างถูกต้อง ในขณะที่เดียวกันถ้าเป็นบริษัทผลิตเครื่องสำอางปลอมก็จะเกิดการเรียกร้องหาผู้รับผิดชอบได้ยากหากเกิดความเสียหายขึ้นต่อตนเอง

ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับกรณีศึกษาที่ 7 จะไม่มีผลกระทบจากการใช้เครื่องสำอางปลอมเกิดขึ้น เนื่องจากกรณีศึกษาที่ 7 ไม่ได้มีการใช้เครื่องสำอางปลอมจากประสบการณ์ที่ได้พบด้วยตนเอง เมื่อเห็นเพื่อนฟรีแลนซ์มีอาการแพ้จากการใช้เครื่องสำอางปลอมและไม่สามารถเรียกร้องหาความรับผิดชอบจากใครได้จึงทำให้ไม่กล้าใช้แม้ว่าเพื่อนบางคนจะแนะนำหรือสื่อสังคมจะพูดถึง

พฤติกรรมการเลือกซื้อและความเชื่อถือต่อเครื่องสำอางปลอมของกรณีศึกษาที่ 7 จะเลือกซื้อเฉพาะเครื่องสำอางที่ขายตามห้างสรรพสินค้าที่สามารถหาผู้รับผิดชอบได้ในกรณีที่มีความเสียหายเกิดขึ้น แม้ว่าจะมีการเชื่อถือเครื่องสำอางจากสื่อสังคม การรีวิว แต่ก็เลือกเฉพาะเครื่องสำอางยี่ห้อทั่วไปที่ขายตามห้างสรรพสินค้าเท่านั้น โดยไม่มีการเปิดใจต่อเครื่องสำอางที่ขายทั่วไปตามอินเทอร์เน็ต การเชื่อถือในเครื่องสำอางปลอมนั้นจึงไม่มี เนื่องจากการมีประสบการณ์ตรงที่เห็นเพื่อนใช้แล้วมีอาการแพ้ ทำให้เสียโฉม ในส่วนการตอบสนองความต้องการของเครื่องสำอางปลอม กรณีศึกษาที่ 7 ให้การยอมรับว่าจากการโฆษณา รีวิวที่เห็นของเครื่องสำอางปลอม คือสามารถตอบสนองในสิ่งที่ตัวเองต้องการได้แต่ไม่กล้าที่จะลองใช้ ดังนั้นในส่วนการตอบสนองจากการใช้จริงจึงไม่สามารถกล่าวได้เพราะยังไม่มีประสบการณ์ที่เคยใช้เครื่องสำอางปลอม

กรณีศึกษาที่ 8

กรณีศึกษาที่ 8 อายุ 30 ปี วุฒิกการศึกษาปริญญาตรี ภูมิลำเนาจังหวัดเชียงใหม่ อาชีพอิสระ ประสบการณ์การเป็นพริตตี้ 4 ปี จากการศึกษากรณีศึกษาที่ 8 พบว่าเป็นกลุ่มที่ไม่ได้ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ ซึ่งจะมีการใช้บ้างในบางครั้งหากสื่อทางสังคมมีการรีวิว เนื่องจากปัจจัยในการเลือกเครื่องสำอางเกิดจากปัจจัยจากสื่อสังคมทางอินเทอร์เน็ต หากมีการรีวิวจากบุคคลส่วนมากกว่าเครื่องสำอางชนิดไหนใช้ดี สามารถตอบโจทย์ความต้องการได้ก็จะเลือกใช้ตาม แม้ว่าเครื่องสำอางชนิดนั้นจะเป็นเครื่องสำอางปลอม กรณีศึกษาที่ 8 ได้ให้ข้อมูลว่าความเชื่อถือในเครื่องสำอางไม่ว่าจะเป็นยี่ห้อตามอินเทอร์เน็ตหรือตามท้องตลาด ถ้ายี่ห้อไหนสามารถตอบสนองความต้องการก็จะใช้ยี่ห้อนั้น โดยเฉพาะการรีวิวมักจะดูรีวิวจากอินเทอร์เน็ตถ้ามีผู้รีวิวกล่าวว่าเครื่องสำอางนั้นดีตรงตามสิ่งที่ตัวเองต้องการก็จะเลือกใช้ตาม แม้ว่าจะไม่ได้ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำแต่ก็ใช้บ้างถ้ามีการรีวิวที่ตรงตามความต้องการของตน

ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการใช้เครื่องสำอางปลอม กรณีศึกษาที่ 8 ไม่พบอาการแพ้จากการใช้เครื่องสำอางปลอมเกิดขึ้น โดยให้ข้อมูลว่าไม่เคยมีอาการแพ้เครื่องสำอางทุกชนิดตั้งแต่ใช้มา กล่าวว่าอาจจะเพราะไม่แพ้ต่อสารเคมีจึงไม่มีความกังวลต่อการใช้เครื่องสำอางปลอม

พฤติกรรมการเลือกใช้เครื่องสำอางปลอมในกรณีศึกษาที่ 8 จะเป็นพฤติกรรมการเลือกซื้อโดยอาศัยจากช่องทางสื่อทางสังคมเป็นหลัก ถ้าเครื่องสำอางขึ้นไชนมีการรีวิวว่าใช้ดีหรือรีวิวแล้วตอบสนองความต้องการของตัวเองได้ก็จะเลือกใช้ตาม ยังมีการรีวิวจากสื่อทางสังคมมากก็จะยิ่งสร้างความน่าเชื่อถือและไว้วางใจในเครื่องสำอางนั้นมากขึ้น ในความต้องการของกรณีศึกษาที่ 8 คือความต้องการมีผิวที่ขาวใสเพื่อที่จะส่งเสริมการทำงานเสริมเป็นพริตตี้ ดังนั้นเครื่องสำอางปลอมในอินเทอร์เน็ตที่มีการรีวิวจากทางสื่อสังคมอินเทอร์เน็ตถึงสรรพคุณเรื่องความขาวนั้นจึงตอบโจทย์ความต้องการ นอกจากนี้กรณีศึกษาที่ 8 ได้กล่าวว่า การใช้เครื่องสำอางปลอมที่ผ่านมาไม่ได้รับผลกระทบจากการแพ้ก็น่าจะตอบสนองความต้องการได้ จึงยังคงมีความเชื่อมั่นในการเลือกใช้ ในส่วนของการสอบถามเรื่องผลกระทบของเครื่องสำอางปลอมจากข่าวกรณีศึกษาที่ 8 กล่าวว่าตอนดูข่าวก็มีความกังวลเกิดขึ้น แต่เมื่อมาดูรีวิวของเครื่องสำอางเหล่านี้ความต้องการใช้ส่งผลให้ความกังวลนั้นหายไป เนื่องจากการรีวิวที่น่าเชื่อถือจากบุคคลทางสื่อสังคมอินเทอร์เน็ตที่มีหลายรีวิวในทางที่ดี

กรณีศึกษาที่ 9

กรณีศึกษาที่ 9 อายุ 26 ปี วุฒิมัธยมศึกษาปวช. ภูมิลำเนาจังหวัดสงขลา อาชีพพนักงานบริษัท ประสบการณ์การเป็นพริตตี้ 2 ปี จากการศึกษากรณีศึกษาที่ 9 จัดเป็นกลุ่มที่ไม่ได้ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ จากประสบการณ์การใช้มีการใช้สลับระหว่างเครื่องสำอางทั่วไปตามท้องตลาดและเครื่องสำอางปลอมจากทางอินเทอร์เน็ตในบางครั้ง สาเหตุที่มีการใช้เครื่องสำอางปลอม คือการติดต่อสื่อทางสังคมอินเทอร์เน็ต โดยกรณีศึกษาที่ 9 กล่าวว่า ในอินเทอร์เน็ตจะมีการรีวิวเครื่องสำอางมากมายโดยเฉพาะเครื่องสำอางที่ไม่เป็นที่รู้จักจะมีการรีวิวจากกลุ่มพริตตี้ที่แบ่งปันผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตจึงทำให้น่าสนใจที่จะทดลองใช้เพราะการอ้างสรรพคุณนั้นตรงกับความต้องการของตนเองทำให้ในบางครั้งจึงมีการซื้อเครื่องสำอางปลอมทางอินเทอร์เน็ตจากการดูรีวิวเหล่านี้

ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการใช้เครื่องสำอางปลอมของกรณีศึกษาที่ 9 มีอาการแพ้เกิดขึ้นจากการใช้อาการโดยละเอียดคือจะมีการระคายเคืองผิวหลังจากการใช้ครั้งแรกแต่กรณีศึกษาที่ 9 ไม่ได้กังวลและยังคงใช้ต่อไป เนื่องจากคิดว่าอาจจะเป็นการใช้เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมในรูปแบบใหม่จนใช้ต่อเนื่องจนถึงวันที่ 3 จากการใช้มีอาการผิวหนังขึ้นบวมใบหน้า ซึ่งผิวหนังขึ้นทั่วบริเวณใบหน้าจนถึงลำคอ ลักษณะเป็นตุ่มเล็กๆเป็นปื้นส่งผลให้ต้องเข้าคลินิกปรึกษาผิวหนังเสียค่าใช้จ่ายจากการรักษาประมาณ 3,000 บาทในครั้งแรกและ 2,000 บาทในครั้งที่สอง เป็นการรักษาทั้งหมด 2 ครั้ง ค่าใช้จ่ายรวม 5,000 กว่าบาท แม้ว่าจะส่งผลกระทบเล็กน้อยต่องานที่ทำเนื่องจากการรักษาที่หายอย่างรวดเร็ว อาการที่เป็นเล็กน้อย แต่ทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมจากค่ารักษา ในส่วนของความคิดในการเรียกร้องค่าเสียหายจากผู้ผลิต กรณีศึกษาที่ 9 กล่าวว่าเรียกร้องไปที่เท่านั้น เนื่องจากผู้ผลิตเครื่องสำอางเหล่านี้มักจะเปลี่ยนชื่อยี่ห้อไปตลอดและยอมรับว่าเป็นความผิดพลาดของตนเองที่ไม่ได้คิดไตร่ตรองในการใช้เครื่องสำอางให้ดี เนื่องจากไปเชื่อการรีวิวตามสื่อสังคมทางอินเทอร์เน็ต สิ่งที่ทำคือการเลิกใช้เครื่องสำอางปลอมและคอยตักเตือนเพื่อนที่ทำอาชีพเสริมพริตตี้ในเรื่องผลเสียที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ของตนเอง

พฤติกรรมการเลือกใช้เครื่องสำอางปลอมในกรณีศึกษาที่ 9 จากที่ผ่านมาพฤติกรรมการเลือกใช้เครื่องสำอางปลอมผ่านการรีวิวตามสื่อสังคมอินเทอร์เน็ตและเครื่องสำอางปลอมเหล่านี้จะมีราคาถูกและได้ผลลัพธ์ที่ตรงตามความต้องการ เช่นผิวขาวใส ก่อนที่จะมาใช้ก็หือแล้วเกิดอาการแพ้ แต่ในปัจจุบันไม่มีความเชื่อถือต่อเครื่องสำอางปลอมทุกชนิดเพราะเคยใช้แล้วมีอาการแพ้ด้วยตนเองและยืนยันว่าเครื่องสำอางปลอมแม้จะเคยตอบสนองความต้องการแต่ไม่คุ้มค่าในการเสี่ยงใช้ โดยกรณีศึกษาที่ 9 กล่าวว่าการใช้เครื่องสำอางปลอมก็คล้ายกับการเล่นการพนันอาจจะมีเสี่ยง ซึ่งการเสี่ยงนี้อาจจะได้ไม่คุ้มเสียเพราะจะต้องแลกมาด้วยผิวหนังที่พัง เสียโฉมและค่าใช้จ่ายในการรักษาภายหลังที่เกิดขึ้น ทำให้ความคิดที่จะกลับไปใช้เครื่องสำอางปลอมจึงไม่มีอีกแล้ว

กรณีศึกษาที่ 10

กรณีศึกษาที่ 10 อายุ 24 ปี วุฒิมัธยมศึกษาปริญญาตรี ภูมิลำเนาจังหวัดราชบุรี อาชีพพนักงานบริษัท ประสบการณ์การเป็นพริตตี้ 2 ปี กรณีที่ 10 จัดอยู่ในกลุ่มใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ สาเหตุที่เริ่มใช้เครื่องสำอางปลอมเพราะสื่อสังคมทางอินเทอร์เน็ต เน็ตไอดอลที่มารีวิว ซึ่งบุคคลเหล่านี้จะรีวิวมี่ความน่าเชื่อถือ นำติดตามทำให้อยากใช้เครื่องสำอางปลอม โดยเฉพาะการรีวิวถึงประเด็นที่ตอบโจทย์ความต้องการของกระแสสังคมเช่น เรื่องการมีผิวขาว เกลี้ยงเกลาจึงทำให้ทดลองใช้ตามเพื่อส่งผลต่ออาชีพเสริมพริตตี้ เนื่องจากความต้องการให้มีผู้จ้าง จ้างงานบ่อยครั้งรายได้จึงจะเพิ่มขึ้น

ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการใช้เครื่องสำอางปลอมในกรณีที่ 10 เกิดอาการแพ้ โดยผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า เป็นอาการแพ้ที่รุนแรง อาการที่เป็นคือเกิดสิวกักเสบจำนวนมาก ซึ่งสิวกักเสบเหล่านี้จะมีเม็ดขนาดใหญ่และมีหนอง นอกจากนี้ส่งผลให้เกิดหลุมสิว แม้ว่าปัจจุบันสิวกักเสบจะหายแต่สิ่งที่ยังคงอยู่และต้องรักษาอย่างต่อเนื่อง คือหลุมสิวที่เกิดขึ้นหลังจากสิวกักเสบ ซึ่งค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการรักษานั้นจะแบ่งออกเป็นการรักษาสิวกักเสบ และรักษาหลุมสิว โดยการรักษาสิวกักเสบจะเสียค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น 3,000 บาท โดยรักษาทั้งหมด 6 ครั้ง ครั้งละประมาณ 500 บาท โดยสถานพยาบาลของรัฐ แต่ค่าใช้จ่ายที่สูงคือการรักษาหลุมสิวด้วยการยิงเลเซอร์ โดยจะมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ประมาณ 18,000 บาทต่อชุด นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบต่องานเนื่องจากมีสิวกักเสบขึ้นเต็มใบหน้าและการรักษาที่ใช้เวลานานจึงทำให้ต้องหยุดอาชีพเสริมพริตตี้จึงทำให้ขาดรายได้ นอกจากนี้ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการรักษาผิวหนังจากการเสียน้ำมันครั้งนี้เป็นจำนวนมาก ซึ่งในปัจจุบันยังคงรักษาอยู่ในเรื่องของหลุมสิว เนื่องจากเป็นกรณีศึกษาที่ได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก ผู้ให้สัมภาษณ์จึงได้สอบถามถึงการเรียกร้องค่าเสียหายจากผู้ผลิตของกรณีศึกษาที่ 10 ได้มีการเรียกร้องค่าเสียหายหรือไม่ ทั้งนี้กรณีศึกษาที่ 10 ได้ลองทักคุยกับตัวแทนผู้ชายเครื่องสำอางรายนั้น ซึ่งตัวแทนแสดงความรับผิดชอบโดยแจ้งว่าให้ส่งใบรับรองแพทย์ว่าการแพ้จริงแต่เมื่อส่งไปให้ทางข้อความติดต่อของตัวแทนนั้น ผลที่ได้คือตัวแทนได้บล็อกข้อความ เมื่อกล่าวถึงในส่วนของการเรียกร้องถึงหน่วยงานของรัฐ กรณีศึกษาที่ 10 คิดว่าการเรียกร้องผ่านหน่วยงานของรัฐอาจจะใช้เวลาในการดำเนินการนานจึงทำได้แต่นำกรณีนี้ไปลงในสื่อสังคมออนไลน์ช่องทางของตนเองถึงเครื่องสำอางตัวนี้อันตรายใช้แล้วแพ้และคอยบอกเพื่อนถึงอันตรายจากเครื่องสำอางปลอม

พฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางปลอมในกรณีที่ 10 ที่ผ่านมาจะพบว่าเกิดจากการเชื่อสื่อทางอินเทอร์เน็ต เช่น เน็ตไอดอล ความน่าเชื่อถือจากคำพูดที่เข้าถึงความต้องการของตนเอง สิ่งที่ตนเองต้องการ ราคาถูกและต้องการให้สวยขึ้นตามแบบอย่างของกระแสสังคม แต่ในปัจจุบันกรณีศึกษาที่ 10 ไม่ได้มีความคิดที่จะกลับไปใช้เครื่องสำอางปลอมอีกครั้งเพราะจากประสบการณ์ที่

ได้รับ คือใช้แล้วมีอาการแพ้ เสียโฉม การเสียรายได้จากการเลิกอาชีพเสริมฟรีดีและเสียเงินจำนวนมากในการรักษา นอกจากนี้ยังไม่สามารถเรียกร้องจากตัวแทนที่เป็นผู้ขายเครื่องสำอางได้ ซึ่งกรณีศึกษาที่ 10 กล่าวว่าถ้าเป็นเครื่องสำอางตามท้องตลาดที่เป็นบริษัทใหญ่ การเรียกร้องค่าเสียหายคงเป็นไปได้ง่ายเนื่องจากบริษัทเหล่านี้ไม่สามารถหนีได้ ดังนั้นถ้าจะใช้แล้วเกิดอาการแพ้ก็ต้องเป็นเครื่องสำอางตามท้องตลาดที่สามารถเรียกร้องค่าเสียหายได้และก็คงไม่อันตรายเหมือนเครื่องสำอางปลอมเพราะบริษัทเครื่องสำอางตามท้องตลาดคงไม่ใส่สารอันตรายในเครื่องสำอาง แม้ว่าผลลัพธ์อาจจะไม่ตอบโจทย์เท่ากับเครื่องสำอางปลอมในเรื่องผิวขาวเร็วแต่ตนเองก็ไม่ต้องการที่จะเสี่ยงในการกลับไปใช้เครื่องสำอางปลอม

กรณีศึกษาที่ 11

กรณีศึกษาที่ 11 อายุ 23 ปี วุฒิกการศึกษาปริญญาตรี ภูมิลำเนาจังหวัดตรัง อาชีพพนักงานบริษัท ประสบการณ์การเป็นฟรีดี 1 ปี กรณีศึกษาที่ 11 จัดเป็นกลุ่มที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ ปัจจัยในการเลือกใช้เครื่องสำอางปลอมคือ บุคคลรอบข้าง เช่นเพื่อนร่วมงานโดยเฉพาะเพื่อนที่เป็นฟรีดีจะเป็นกลุ่มที่แนะนำ ซึ่งกรณีศึกษาที่ 11 ได้ให้ข้อมูลว่ากลุ่มเพื่อนฟรีดีจะมีการแนะนำเครื่องสำอางปลอมที่ใช้ นอกจากนี้เวลาเห็นเพื่อนมีผิวขาวใสตนเองก็จะถามเพื่อนเกี่ยวกับการใช้เครื่องสำอาง ซึ่งหลังจากที่เพื่อนแนะนำตนเองก็จะซื้อใช้เช่นเดียวกัน เมื่อเห็นผลลัพธ์จากการใช้ตรงความต้องการของตนเองจึงเปิดใจใช้โดยไม่มีความกังวลต่อเครื่องสำอางปลอม

ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการใช้เครื่องสำอางปลอมในกรณีศึกษาที่ 11 เกิดอาการแพ้โดยมีสิ่วุดตันหลังจากใช้ไปประมาณ 1 เดือน ทำให้เกิดค่าใช้จ่ายในการรักษาจากคลินิกประมาณ 800 – 1,000 บาทในแต่ละครั้งซึ่งรักษาไปแล้วทั้งหมด 4 ครั้ง รวมเป็นค่าใช้จ่าย 3,400 บาท ผลกระทบต่อการทำงานเห็นได้ไม่ชัดเจนเนื่องจากยังคงสามารถทำงานได้ สิ่วุดตันเกิดขึ้นทั่วไปหน้าแต่กรณีศึกษาที่ 11 ได้ใช้วิธีการนารองพื้นและแป้งรองพื้นอัดแข็ง ปิดทับบริเวณทั่วใบหน้าเพื่อปกปิดสิ่วุดตันจึงทำให้ยังคงสามารถทำอาชีพเสริมเป็นฟรีดี

พฤติกรรมในการเลือกใช้เครื่องสำอางปลอมของกรณีศึกษาที่ 11 จะเป็นการเชื่อถือบุคคลรอบข้าง เช่นเพื่อนฟรีดีเพราะมองว่าสิ่งที่เพื่อนฟรีดีใช้จะสามารถตอบโจทย์ความต้องการตนเองได้ นอกจากนี้มีสิ่งเร้าอื่นเป็นส่วนประกอบในการสร้างความต้องการและความเชื่อมั่นในการเลือกเครื่องสำอางปลอม คือการเห็นจากโฆษณาชวนเชื่อทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่นการใช้สรรพคุณในแต่ละยี่ห้อที่ตรงกับความต้องการหรือแม้กระทั่งรีวิวจากบุคคลในสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งทำให้เกิดความต้องการที่จะใช้และสร้างความน่าเชื่อถือ เพราะมีบุคคลหลากหลายที่รีวิว แม้ว่าจะเคยเกิด

อาการแพ้จากการใช้เครื่องสำอางปลอมแต่กรณีที่ 11 กล่าวว่าเมื่อเห็นเพื่อนบอกว่าใช้ดี โดยเห็นผิวเพื่อนว่าขาวและดี ตนจึงไม่มีความกังวลที่จะใช้แต่ทั้งนี้ต้องสังเกตก่อนใช้ว่าเพื่อนใช้แล้วมีอาการแพ้หรือไม่ สาเหตุที่เครื่องสำอางปลอมตอบสนองความต้องการเพราะเวลาใช้เครื่องสำอางปลอมจากประสบการณ์ที่ผ่านมาจะเห็นผลลัพธ์ตามสิ่งที่ตนเองต้องการอย่างรวดเร็วไม่ต้องใช้เวลานานเหมือนเครื่องสำอางตามท้องตลาดทั่วไปและราคาก็ถูกกว่า ซึ่งกรณีศึกษาที่ 11 ให้เหตุผลว่าในปัจจุบัน ถ้าเริ่มต้นซ้่าจะทำให้เสียโอกาสคือโอกาสงานที่ได้ก็จะลดลง ผู้จ้างก็จะไปจ้างพริตตี้คนอื่นที่สวยกว่า ผิวดีกว่า ดังนั้นสิ่งที่ทำให้เห็นผลเร็ว เช่นผิวขาวเร็วก็จะช่วยให้ตนเองไม่พลาดโอกาสทางการงาน เมื่อสอบถามถึงเครื่องสำอางปลอมว่ามีความคิดที่จะเลิกใช้หรือไม่ กรณีศึกษาที่ 11 ยังคงต้องการใช้อีกแต่จะไม่เลือกใช้ด้วยตนเองเนื่องจากประสบการณ์การแพ้ที่เกิดขึ้น แต่จะเลือกผ่านจากเพื่อนพริตตี้ เช่นเมื่อเพื่อนพริตตี้มีการแนะนำเครื่องสำอาง ตนเองจะสังเกตจากการใช้ของเพื่อนพริตตี้ว่าเพื่อนจะเกิดอาการแพ้หรือไม่ หากเพื่อนเกิดอาการแพ้ตนเองก็จะไม่ใช่ แต่ถ้าเพื่อนใช้แล้วได้ผลลัพธ์ที่ดีไม่มีอาการแพ้ตนเองก็จะใช้เครื่องสำอางปลอมตามเพื่อนเพื่อความมั่นใจโดยอาศัยผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับเพื่อนที่ใช้

กรณีศึกษาที่ 12

กรณีศึกษาที่ 12 อายุ 24 ปี วุฒิมัธยมศึกษาปริญญาตรี ภูมิลำเนากรุงเทพฯ อาชีพพนักงานบริษัท ประสบการณ์การเป็นพริตตี้ 2 ปี จากการศึกษากรณีศึกษาที่ 12 พบว่าเป็นกลุ่มไม่ได้ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำเนื่องจากมีการใช้ในบางครั้งสลับกับการใช้เครื่องสำอางทั่วไปตามท้องตลาด สาเหตุที่มีการใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นบางครั้ง เนื่องจากกระแสสังคม เช่นถ้าเครื่องสำอางปลอมชนิดนั้นเป็นที่นิยมมีการกล่าวถึงในกลุ่มเพื่อนพริตตี้หรือกล่าวถึงในสื่อสังคมอินเทอร์เน็ตก็จะมีให้เลือกใช้ตาม โดยเน็ตไอดอล พริตตี้ที่มีชื่อเสียงรวิวถึงเครื่องสำอางนั้น เพราะการที่เน็ตไอดอลหรือพริตตี้ที่มีชื่อเสียงเลือกรีวิวผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นย่อมเป็นการแสดงถึงผลลัพธ์ที่ดีและมีประสิทธิภาพซึ่งมีความน่าเชื่อถือ

ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการใช้เครื่องสำอางปลอมในกรณีศึกษาที่ 12 ไม่มีอาการแพ้ในเครื่องสำอางปลอมเกิดขึ้น กรณีศึกษาที่ 12 จึงไม่มีความกังวลต่อการใช้เครื่องสำอางปลอม โดยกล่าวว่าเครื่องสำอางปลอมที่ตนเองเคยใช้แม้จะเป็นยี่ห้อที่ทางองค์การอาหารและยาขึ้นทะเบียนว่าเป็นเครื่องสำอางอันตราย จากการใช้ที่ผ่านมาไม่มีอาการแพ้เกิดขึ้นแต่กลับมีผลลัพธ์ที่ทำให้ผิวขาวขึ้น ซึ่งตนเองยังคงเชื่อมั่นในการเลือกใช้เครื่องสำอางของตนมากกว่าการเตือนจากองค์กรของรัฐหรือข่าวสารทั่วไป ซึ่งเชื่อถือเน็ตไอดอลเพราะถ้าไม่มีในเครื่องสำอางที่มารีวิว ชื่อเสียงของเน็ตไอดอลคนนั้นก็หายไปแต่ในปัจจุบันก็ยังเป็นที่นิยม ดังนั้นจึงเชื่อมั่นว่าเครื่องสำอางที่ใช้ตามต้องเห็นผลลัพธ์ที่ดีจริงและไม่เกิดอาการแพ้

พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางปลอมของกรณีศึกษาที่ 12 เกิดจากการใช้ตามเพื่อนพริตตี้ โดยเพื่อนพริตตี้แนะนำเครื่องสำอางปลอมเหล่านี้ เมื่อกรณีศึกษาที่ 12 ใช้แล้วก็ได้ผลลัพธ์เป็นที่พึงพอใจ นอกจากนี้เพื่อนพริตตี้จึงได้แนะนำให้ดูรีวิวก่อนเน็ตไอดอลจนเกิดพฤติกรรมเลือกใช้จากการติดตามเน็ตไอดอลหรือพริตตี้คนดังตามสื่อสังคมอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้กระแสสังคมก็มีส่วน เช่น ถ้ากระแสสังคมมีการนิยมเครื่องสำอางชนิดไหนตนเองก็จะมีการใช้ตาม แม้ว่าจะเป็นเครื่องสำอางปลอม สาเหตุที่เชื่อถือเครื่องสำอางปลอมเหล่านี้ เพราะสื่อสังคมออนไลน์ และการโฆษณาชวนเชื่อ โดยเฉพาะการโฆษณาทางอ้อมเช่น พริตตี้ที่ดังในสังคมอินเทอร์เน็ตรีวิวเครื่องสำอางปลอม มีสรรพคุณที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการในกระแสสังคม ความต้องการผิวขาวใสในกลุ่มพริตตี้ ดังนั้นการใช้เครื่องสำอางปลอมในกรณีศึกษาที่ 12 สามารถตอบสนองความต้องการได้และไม่มีอาการแพ้เกิดขึ้น จึงทำให้ยังคงใช้เครื่องสำอางปลอมโดยไม่มีอาการแพ้หรือผลเสียที่เกิดขึ้นในภายหลัง ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ได้แสดงยี่ห้อเครื่องสำอางต่างๆให้กรณีศึกษาที่ 12 ตรวจสอบว่าเคยมีการใช้ก่อนหรือไม่ ซึ่งกรณีศึกษาที่ 12 เคยมีการใช้เครื่องสำอางอันตรายตามประกาศเตือนขององค์การอาหารและยาแต่ไม่ได้กังวลเนื่องจากไม่มีอาการแพ้ โดยกล่าวว่าผิวของแต่ละคนแตกต่างกันซึ่งผิวของตนอาจจะเหมาะกับเครื่องสำอางเหล่านี้เพราะเห็นผลลัพธ์ที่ดีปราศจากอาการแพ้

กรณีศึกษาที่ 13

กรณีศึกษาที่ 13 อายุ 28 ปี วุฒิมัธยมศึกษาปริญญาตรี ภูมิลำเนากรุงเทพฯ อาชีพพนักงานบริษัท ประสบการณ์การเป็นพริตตี้ 2 ปี จากการศึกษาค้นคว้าเป็นกลุ่มที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำโดยเกิดจากบุคคลรอบข้างเช่นเพื่อนร่วมงานที่เป็นพริตตี้แนะนำและเน็ตไอดอลตามสื่อสังคมทางอินเทอร์เน็ตแนะนำถึงสรรพคุณที่ดีมีความน่าสนใจจึงทำให้มีการใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำจากที่ผ่านมามีปัจจัยทั้งสองดังกล่าว

ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการใช้เครื่องสำอางปลอมของกรณีศึกษาที่ 13 เกิดอาการแพ้มีอาการที่เด่นชัดคือ เกิดสิวกักเสบและสิวกุดตันทั่วไปหน้า ซึ่งเกิดอาการทั้งสองรูปแบบ บริเวณหน้าผากและคางจะเป็นสิวกักเสบส่วนบริเวณแก้มนั้นจะเกิดสิวกุดตันทำให้ต้องรักษาสิวเหล่านี้ โดยเสียค่าใช้จ่ายในการรักษาคลินิกรักษาสิวราคา 2,500 บาทโดยประมาณ ซึ่งมีการรักษาไปแล้วมากกว่า 5 ครั้ง ในปัจจุบันยังคงมีการรักษาอยู่ นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบต่อการทำงานอาชีพเสริมพริตตี้ทำให้ต้องหยุดการทำงาน เนื่องจากสภาพสิวกักเสบที่เกิดขึ้นทำให้รูปลักษณ์เสียดูไม่สวยจึงไม่สามารถทำงานพริตตี้ได้และผลกระทบค่าใช้จ่ายจากการรักษาที่ยังคงมีต่อเนื่อง ในส่วนความคิดการเรียกร้องค่าเสียหายจากบริษัทผู้ผลิตเครื่องสำอางเหล่านี้ กรณีศึกษาที่ 13 ได้กล่าวว่าเคยคิดที่จะเรียกร้องและโพสต์ลงสื่อสังคมอินเทอร์เน็ตแต่ตนเองเห็นเพื่อนที่แพ้เครื่องสำอางปลอมโพสต์ลงสื่อสังคมอินเทอร์เน็ตจนทำให้

บริษัทผู้ผลิตตู้ฟองในฐานหมิ่นประมาทที่เกิดความเสียหาย ซึ่งกรณีศึกษาที่ 13 กล่าวว่า มีเพื่อนแนะนำให้ลองไปร้องเรียนที่องค์การอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งกรณีศึกษาที่ 13 แจ้งว่ามีแผนที่จะไปเมื่อสามารถทำงานประจำได้ เนื่องจากจะต้องลางานไปเพราะหน่วยงานของรัฐไม่ได้รับบริการในวันหยุด

พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางของกรณีศึกษาที่ 13 จากการเลือกใช้เครื่องสำอางปลอมเกิดจากการเริ่มต้นเห็นเน็ตไอดอลตามสื่อสังคมให้การแนะนำ จึงเกิดความสนใจจากการที่ใช้จะส่งผลให้ตรงกับความต้องการของตนเอง นอกจากนี้เพื่อนรอบข้างที่เป็นพริตตี้ให้การแนะนำถึงผลลัพธ์ที่ใช้แล้วดี จึงเกิดความน่าเชื่อถือที่จะใช้เครื่องสำอางปลอม แต่ในปัจจุบันกรณีศึกษาที่ 13 มีแนวคิดที่จะไม่กลับไปใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นการเลิกใช้ถาวร แม้ว่ากระแสสังคมของพริตตี้จะกล่าวถึงสรรพคุณที่ดี ความน่าเชื่อถือจากเพื่อนพริตตี้หรือเน็ตไอดอลจะกล่าวว่ามีอันตราย แต่ตนเองก็จะไม่ใช้ เนื่องจากประสบการณ์การแพ้เครื่องสำอางปลอมที่เกิดขึ้นกับตนเองและยังคงรักษาอยู่ในปัจจุบัน ในส่วนของการตอบสนองความต้องการกรณีศึกษาที่ 13 กล่าวว่าเครื่องสำอางปลอมอาจจะตอบสนองความต้องการแต่ก็แลกมาด้วยความเสี่ยงที่จะแพ้ ถ้าหากไม่มีอาการแพ้เกิดขึ้นอย่างเห็นได้ชัดแต่ตนเองก็กังวลว่าเครื่องสำอางเหล่านี้ต้องมีสารเคมีอันตรายที่ทำให้เกิดการสะสมในร่างกายจนเป็นผลเสียได้ในอนาคต ด้วยเหตุนี้จึงเปลี่ยนไปใช้เครื่องสำอางทั่วไปตามท้องตลาดที่มีความน่าเชื่อถือผ่านการรับรองจากองค์การอาหารและยาและองค์กรที่น่าเชื่อถือของรัฐเพราะแน่ใจว่าไม่มีสารเคมีอันตรายผสมอยู่เหมือนเครื่องสำอางปลอม

กรณีศึกษาที่ 14 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กรณีศึกษาที่ 14 อายุ 33 ปี วุฒิมัธยมศึกษาปวช. ภูมิลำเนาจังหวัดสงขลา อาชีพอิสระ ประสบการณ์การเป็นพริตตี้ 5 ปี เป็นกลุ่มที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำโดยเกิดจากกระแสของสังคม ความนิยมของสังคมโดยเฉพาะผิวขาว นอกจากนี้สื่อทางอินเทอร์เน็ตยังมีส่วนสำคัญที่ทำให้กรณีศึกษาที่ 14 เชื่อถือในการใช้เครื่องสำอางปลอมจากที่ผ่านมา ปัจจุบันจึงเป็นส่วนสำคัญต่อการใช้เครื่องสำอางปลอม

ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการใช้เครื่องสำอางปลอมของกรณีศึกษาที่ 14 เกิดอาการแพ้เครื่องสำอางปลอมมีอาการผื่นขึ้นเป็นปื้นบริเวณใบหน้า พร้อมทั้งมีอาการคันโดยเกิดขึ้นหลังจากการใช้เครื่องสำอางปลอมไปได้ประมาณ 3 สัปดาห์ ค่าใช้จ่ายในการรักษาอาการดังกล่าวเป็นจำนวนเงิน 500 บาท โดยซื้อยาจากร้านขายยามาทาเอง ในส่วนผลกระทบต่องานพริตตี้ที่ทำให้เกิดผลกระทบเพียงเล็กน้อย กรณีศึกษาที่ 14 ยังคงมีการไปทำงานได้โดยใช้รองพื้นปกปิดรอยผื่นที่เกิดขึ้น แต่เสีย

ค่าใช้จ่ายในการซื้อยามารักษาและทำให้ผิวหนังใบหน้าเสียหายแม้จะมีการใช้รองพื้นปกปิดซึ่งเสียเวลาในการรักษา

พฤติกรรมในการเลือกใช้เครื่องสำอางปลอมของกรณีศึกษาที่ 14 จะมีพฤติกรรมในการเลือกใช้จากกระแสสังคม การเชื่อถือผ่านสื่อสังคมในอินเทอร์เน็ต ความต้องการในเรื่องผลลัพธ์และการโฆษณาชวนเชื่อในเรื่องผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นได้เร็วจึงทำให้ที่ผ่านมามีการใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ จากประสบการณ์การเป็นพริตตี้ 5 ปี ทำให้กรณีศึกษาที่ 14 ได้เห็นเพื่อนพริตตี้ที่มีการใช้เครื่องสำอางปลอมแล้วเกิดอาการแพ้รุนแรง นอกจากนี้ประสบการณ์การแพ้เครื่องสำอางปลอมที่เกิดขึ้นกับตนเองทำให้ไม่มีความเชื่อถือในการใช้เครื่องสำอางปลอม แม้ว่าเครื่องสำอางปลอมจะเคยตอบโจทย์ความต้องการแต่เมื่อใช้แล้วมีอาการแพ้จึงไม่คุ้ม ซึ่งกรณีนี้จะเป็นการแพ้เพียงเล็กน้อยแต่ทำให้เสียเงินในการรักษา หากมีการใช้ต่อไปอาจจะมีการแพ้ที่มากกว่าที่เป็นจะทำให้เสียโอกาส ซึ่งกรณีศึกษาที่ 14 จึงเลือกที่จะใช้เครื่องสำอางทั่วไปตามท้องตลาด เนื่องจากมีความปลอดภัยมากกว่า โดยความเห็นเพิ่มเติมว่าหากไม่ได้ทำอาชีพเสริมพริตตี้จะพยายามไม่ใช้เครื่องสำอางแต่จะลองใช้สมุนไพรในการบำรุงผิว ซึ่งเชื่อมั่นว่าจะไม่มีอาการแพ้เพราะตนเองมีความกังวลกับสารเคมีต่างๆในเครื่องสำอางที่อาจส่งผลให้เกิดอาการแพ้ได้

กรณีศึกษาที่ 15

กรณีศึกษาที่ 15 อายุ 28 ปี วุฒิการศึกษาปริญญาตรี ภูมิลำเนาจังหวัดราชบุรี อาชีพพนักงานบริษัท ประสบการณ์การเป็นพริตตี้ 3 ปี เป็นกลุ่มที่ไม่ได้ใช้เครื่องสำอางเป็นประจำ ปัจจัยที่เลือกใช้เครื่องสำอางปลอมเกิดจากเพื่อนมีการแนะนำให้ลองใช้ ซึ่งหากเพื่อนมีการแนะนำว่าใช้แล้วดีก็จะใช้ตามจึงเป็นปัจจัยหลักในการเลือกใช้เครื่องสำอางในบางครั้งของกรณีศึกษาที่ 15 ถ้าหากเพื่อนไม่ได้แนะนำให้ลองใช้ กรณีศึกษาที่ 15 จะเลือกใช้เครื่องสำอางทั่วไปตามท้องตลาด

ผลกระทบที่เกิดขึ้นในการใช้เครื่องสำอางของกรณีศึกษาที่ 15 ไม่มีอาการแพ้เกิดขึ้น จึงทำให้มีความเชื่อมั่นในเครื่องสำอางปลอมจากการแนะนำของเพื่อน โดยมองว่าหากมีการใช้แล้วแพ้เพื่อนจะไม่แนะนำให้ใช้ ถ้าใช้แล้วมีผลลัพธ์ที่ดีเพื่อนจะแนะนำจนเกิดความเชื่อถือขึ้น นอกจากนี้ยังไม่เคยมีประสบการณ์การแพ้เครื่องสำอางที่เกิดขึ้นกับตนเอง เนื่องจากกรณีศึกษาที่ 15 กล่าวว่าตนเองไม่ได้ใช้เครื่องสำอางเป็นประจำ จะเลือกใช้เฉพาะสิ่งที่เพื่อนแนะนำที่อยู่ในกระแสสังคม ซึ่งไม่ได้เป็นการไปเลือกมาใช้ด้วยตนเองแต่มีเพื่อนรับรองว่าใช้แล้วดี เมื่อได้สอบถามเพิ่มเติมเกี่ยวกับเครื่องสำอางปลอมที่องค์การอาหารและยาได้เผยแพร่ข้อมูลเตือนประชาชน กรณีศึกษาที่ 15 ไม่มีความกังวลต่อการใช้เครื่องสำอางปลอมตามที่องค์การอาหารและยาห้ามมิให้ใช้ โดยมองว่าสิ่งที่เพื่อนแนะนำเป็นสิ่ง

ที่ดี ซึ่งเพื่อนของกรณีศึกษาที่ 15 ได้มีการใช้จริงก่อนที่จะแนะนำให้ตนเองใช้จึงมั่นใจในความปลอดภัยของเครื่องสำอางที่เพื่อนแนะนำ

พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางปลอมของกรณีศึกษาที่ 15 เกิดจากปัจจัยของใช้เครื่องสำอางตามที่เพื่อนมีการแนะนำ ถ้าเพื่อนพยายามแนะนำกล่าวถึงเครื่องสำอางปลอมขึ้นนั้นบ่อยถึงสรรพคุณที่ตรงความต้องการของตนเองยิ่งทำให้มีความต้องการใช้ นอกจากนี้เครื่องสำอางปลอมตอบสนองความต้องการเป็นอย่างมาก ผลลัพธ์จากการใช้ที่เกิดขึ้น ทำให้ผิวขาวเร็วจากการใช้และราคาที่ถูกเข้าถึงง่าย เครื่องสำอางปลอมจึงตอบสนองความต้องการของกรณีศึกษาที่ 15 แม้ว่าเครื่องสำอางปลอมจะมีการออกข่าวถึงสารอันตรายแต่พฤติกรรมเลือกใช้เครื่องสำอางปลอมโดยเชื่อเพื่อนทำให้ยังคงมีการใช้เครื่องสำอางปลอมโดยสลับการใช้กับเครื่องสำอางตามท้องตลาดทั่วไป กรณีศึกษาที่ 15 กล่าวว่าเครื่องสำอางปลอมที่ตนเองเลือกใช้อาจไม่มีสารอันตรายจึงไม่มีการแพ้เกิดขึ้น ซึ่งความกังวลในการแพ้เครื่องสำอางปลอมอาจเกิดขึ้นแต่ก็มีความมั่นใจว่าถ้าพบเครื่องสำอางปลอมที่อันตรายเพื่อนที่ใช้เครื่องสำอางปลอมจะต้องมีอาการแพ้ก่อนที่จะมาแนะนำตน จึงทำให้มั่นใจในการใช้เครื่องสำอางปลอมตามที่เพื่อนแนะนำ

ข้อมูลที่ได้รับจากกรณีศึกษาพบว่าพฤติกรรมที่มีการใช้เครื่องสำอางปลอมเกิดจากกระแสสังคมที่นิยมความขาว ซึ่งทำให้รับรู้ว่าการเป็นพริตตี้จะต้องเสี่ยงต่อการใช้เครื่องสำอางปลอมเพื่อให้มีผิวที่ตรงกับต้องการของกระแสสังคม นอกจากนี้เครื่องสำอางปลอมจะอ้างสรรพคุณโดยใช้กระแสสังคมเพื่อตอบโต้ภัยกับเหล่าพริตตี้ทำให้พริตตี้เห็นถึงทางลัดเพื่อผิวขาวจากการใช้ นอกจากนี้สื่อสังคมอินเตอร์เน็ต คนรอบข้าง เพื่อนพริตตี้ล้วนแต่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพริตตี้ในการเลือกใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นอย่างมาก จากการศึกษาพริตตี้ส่วนมากมักจะเริ่มใช้เครื่องสำอางปลอมจากปัจจัยดังกล่าวและมีความเชื่อมั่นตลอดมาจาก 2 ปัจจัยหลักนี้ แม้จะมีการสอบถามถึงความกังวลต่อการใช้เครื่องสำอางปลอมจะพบว่าพริตตี้บางส่วนไม่ได้มีความกังวลเนื่องจากเชื่อถือบุคคลรอบข้างมากกว่าข่าวสารการเตือนในเรื่องเครื่องสำอางปลอมขององค์กรของรัฐ

ในเรื่องผลกระทบที่เกิดขึ้นจะแบ่งออกเป็นพริตตี้ที่แพ้สารเคมีในเครื่องสำอางปลอมกับกลุ่มที่ไม่แพ้สารเคมีในเครื่องสำอางปลอม จะเห็นได้ว่ากลุ่มที่แพ้สารเคมีในเครื่องสำอางปลอมจัดเป็นกลุ่มที่น่าเป็นห่วงเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการแพ้ทำให้เสียโอกาส เสียบุคลิกภาพ รวมไปถึงเสียเงินในการรักษาและขาดรายได้จากการทำงานเป็นพริตตี้ ในพริตตี้บางคนอาการแพ้นี้จะใช้เวลาในการรักษาพอสมควรซึ่งบางรายนั้นยังคงมีการรักษาอาการแพ้มาจนถึงปัจจุบันซึ่งมีค่าใช้จ่ายที่สูง นอกจากนี้พริตตี้ส่วนน้อยที่มีความคิดในการพึ่งพาองค์กรของรัฐในการร้องเรียนผู้ผลิตเครื่องสำอางปลอมส่วนมากแนวทางที่พริตตี้ทำจะมีเรื่องของการบอกเล่าถึงโทษของการใช้เครื่องสำอางปลอม โดยเฉพาะเครื่องสำอางปลอมที่ใช้แล้วเกิดอาการแพ้และการโพสต์ลงตามสื่อสังคมต่างๆ ในขณะที่เดียวกันนั้นการ

โพสต์ลงสื่อสังคมถึงเครื่องสำอางปลอมที่ใช้แล้วแพ้ของพริตตี้บางราย มีการถูกข่มขู่โดยผู้ผลิตเครื่องสำอางปลอมว่าเป็นการหมิ่นประมาทจึงทำให้พริตตี้บางส่วนไม่กล้าที่จะโพสต์เนื่องจากกลัวการถูกฟ้องและมองว่าเป็นความผิดพลาดของตนเองในการเลือกใช้ จึงเป็นที่น่าเห็นใจที่ผู้ผลิตเครื่องสำอางปลอมเหล่านี้ ไม่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งที่กระทำต่อสังคมจนทำให้เกิดความเสียหายต่อผู้บริโภคและมีการข่มขู่ผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหายจากผลิตภัณฑ์ ในส่วนของการร้องเรียนผลกระทบความเสียหายที่ได้รับจากการใช้เครื่องสำอางปลอมทางภาครัฐควรจะมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงการปกป้องสิทธิและความรับผิดชอบต่อผู้ผลิตที่มีต่อผู้บริโภค ซึ่งพริตตี้เหล่านี้ก็เป็นกลุ่มประชาชนกลุ่มหนึ่ง ดังนั้นภาคประชาชนยังคงเข้าถึงภาครัฐเป็นไปได้น้อยมาก จากการศึกษาพบว่าพริตตี้เหล่านี้ยังไม่มี ความเข้าใจในสิทธิของตนที่รัฐจะให้ความช่วยเหลือจากความเสียหายที่ใช้เครื่องสำอางปลอม แม้ว่าในปัจจุบันการปราบปรามเครื่องสำอางปลอมของภาครัฐจะมีมากขึ้นแต่ผู้ผลิตเครื่องสำอางปลอมเหล่านี้ก็จะเกิดขึ้นตลอดเวลา แม้ว่าจะไม่สามารถห้ามพริตตี้บางกลุ่มไม่ให้ใช้เครื่องสำอางปลอมเหล่านี้ แต่ภาครัฐควรให้ความเข้าใจในสิทธิของผู้บริโภคในการปกป้องสิทธิของพวกเขา เพื่อในอนาคตพริตตี้เหล่านี้หากมีการเกิดผลกระทบจากการใช้เครื่องสำอางปลอมจะมีการคิดถึงหน่วยงานของรัฐที่จะให้การสนับสนุนช่วยเหลือเกี่ยวกับการเรียกร้องบริษัทเครื่องสำอางปลอมเหล่านั้น โดยมีความสะดวก รวดเร็ว เพื่อไม่ให้กลุ่มพริตตี้มองว่าการเรียกร้องค่าเสียหายต่อผู้ผลิตเครื่องสำอางปลอมผ่านการช่วยเหลือของหน่วยงานของรัฐจะเสียเวลาและยุ่งยาก

7. การแบ่งประเภทกลุ่มของการศึกษาของพริตตี้ในเรื่องเครื่องสำอางปลอม แบ่งเป็น 3 ประเภท โดยสังเขป ดังนี้

7.1 กลุ่มที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ

กลุ่มนี้จะได้รับผลกระทบมากที่สุดจากการใช้เครื่องสำอางปลอม จากการศึกษากรณีตัวอย่างพบว่ามี อาการแพ้ 4 รายจากทั้งหมด 7 ราย ซึ่งมากกว่าครึ่งหนึ่งของจำนวนตัวอย่างและในอาการแพ้ที่เกิดขึ้นมีอาการแพ้ที่รุนแรง เช่น สิวอักเสบและเป็นหลุมสิวทำให้ต้องมีการรักษา ในส่วนของรายได้ของพริตตี้ที่มีรายได้ 2,000 – 5,000 ต่อครั้ง แต่ค่าใช้จ่ายในการรักษาโดยเฉลี่ย 2,000 บาท หากมีอาการรุนแรงอาจจะต้องมีการรักษา 10,000 บาท เช่น การรักษาหลุมสิว ซึ่งการรักษานี้อาจจะต้องใช้เวลานานทำให้พริตตี้ต้องแบกรับค่าใช้จ่าย เป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบต่อพริตตี้ไม่สามารถทำงานเป็นพริตตี้ จากการศึกษาพบว่าจากกลุ่มตัวอย่าง 7 คน มีอาการแพ้ 4 คน และมีการเลิกอาชีพเป็นพริตตี้ 2 คนในอาการแพ้หนักมีอาการแพ้รุนแรงอาจถึงขั้นเสียโฉมได้ ส่วนนี้จึงเป็นส่วนสำคัญต่อค่าใช้จ่ายในการรักษาของพริตตี้เพราะรายได้จากการเป็นพริตตี้หายไปจึงส่งผลกระทบในการแบกรับค่าใช้จ่ายในการรักษาต่อเนื่องไม่ไหว

7.2 กลุ่มที่ไม่ใช้เครื่องสำอางเป็นประจำ

กลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบบ้างแต่ไม่บ่อยมาก เนื่องจากกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ใช้เครื่องสำอาง ปลอดภัยบ้างครั้ง โดยจะใช้ก็ต่อเมื่อได้รับการแนะนำว่าดีหรือเห็นรีวิวตามสื่อต่างๆว่าดี แต่ก็มีพริตตี้บางคนใน กลุ่มนี้ที่ได้รับผลกระทบการแพ้เกิดขึ้นจากการใช้เครื่องสำอางปลอม โดยพริตตี้ที่ใช้แล้วมีอาการแพ้ นั่นเป็น อาการแพ้ในระดับที่ไม่รุนแรงจึงทำให้ได้รับผลกระทบเล็กน้อยจากค่าใช้จ่ายในการรักษาและอาการแพ้ที่ เกิดขึ้นทำให้ยังคงมีการทำงานอยู่จากอาการแพ้เล็กน้อย จึงทำให้พริตตี้คนนี้ยังมีความคิดเห็นว่ายังใช้ เครื่องสำอางปลอมอยู่ แต่ก็ต้องดูคนอื่น คนรอบข้างว่าใช้แล้วแพ้ไหม หากไม่แพ้จะมีการใช้ตาม

7.3 พริตตี้ที่ไม่ใช้เครื่องสำอางปลอม

พริตตี้ที่ไม่ใช้เครื่องสำอางปลอมจะไม่ได้รับผลกระทบจากเครื่องสำอางปลอมแต่พริตตี้จะมีประสบการณ์จากคนใกล้ตัวทำให้ไม่กล้าลองใช้เครื่องสำอางปลอม สำหรับกรณีศึกษานี้จึงเป็นกรณีที่ไม่เคยใช้ ไม่ได้รับผลกระทบและไม่คิดจะลองใช้

ด้วยเหตุนี้กลุ่มของการใช้เครื่องสำอางปลอมในพริตตี้จึงแบ่งออกอย่างเห็นได้ชัดอย่างเป็นนัยยะ ซึ่ง กลุ่มที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำจะเสี่ยงต่อการเกิดอาการแพ้มากกว่ากลุ่มอื่น ส่งผลให้ต้องเลิกอาชีพพริตตี้และแบกรับค่าใช้จ่ายในการรักษา ในส่วนของกลุ่มที่ใช้เครื่องสำอางปลอมบางครั้ง ความเสี่ยงก็จะลดลงตามลำดับอาจมีความเสี่ยงเกิดขึ้นเช่นกันแต่ไม่เสี่ยงต่อผลกระทบที่เกิดกับกลุ่มที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ

นอกจากนี้กลุ่มพริตตี้ที่ได้รับผลกระทบรุนแรงนั้นจากการศึกษาพริตตี้มีความคิดเห็นในการจัดการกับ เครื่องสำอางปลอมนั้นอย่างไร โดยส่วนใหญ่บอกว่าเลิกใช้และนำไปทิ้ง ในส่วนด้านผู้ผลิตนั้นพริตตี้มองว่า อยากจะฟ้องร้องแต่คิดว่ายุ่งยากในการดำเนินคดีและเสียเวลา สิ่งที่พริตตี้ได้ทำคือการเขียนวิจารณ์ตาม อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์เครื่องสำอาง เฟสบุ๊กของตนเอง ด้วยการกล่าวว่า เครื่องสำอางตัวนี้ใช้ไม่ดี เกิดการ แพ้และการบอกต่อในกลุ่มช่องทางสื่อสารสังคมของตนว่า เครื่องสำอางปลอมตัวนี้ใช้แล้วมีอาการแพ้ อย่านไปซื้อ ซึ่งสิ่งเหล่านี้คือสิ่งที่พริตตี้ได้ทำมากกว่าการไปฟ้องร้องบริษัทผู้ผลิตหรือผู้ขายเพราะตัวเองมองว่าเครื่องสำอางตัวนี้รู้ว่าเป็นเครื่องสำอางปลอมแต่ก็อยากใช้ ดังนั้นจึงไม่ได้ดำเนินการฟ้องร้องมีเพียงการลงว่าใช้แล้วเกิดผลเสียทางอินเทอร์เน็ตเพื่อให้พริตตี้กลุ่มอื่นได้ระมัดระวังในการใช้เครื่องสำอางนี้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งศึกษาการหาลอกลงผู้บริโภคในเครื่องสำอางต่อพริตตี้เพื่อชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างจากปัจจัยต่างๆ ศึกษาสาเหตุที่ทำให้พริตตี้ยังมีการใช้เครื่องสำอางปลอมรวมไปถึงการรับรู้ของพริตตี้ที่มีต่อเครื่องสำอางปลอม ความอันตรายและผลกระทบที่เกิดขึ้น และศึกษาหากโลกการหาลอกลงของเครื่องสำอางปลอมต่อพริตตี้เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดกลไกในการหาลอกลงขึ้น โดยหาสาเหตุหลักที่เป็นสิ่งการสนับสนุนกลไกนี้ การวิจัยนี้เป็นการเก็บข้อมูลเชิงลึกโดยการสัมภาษณ์พริตตี้ทั้งหมด 15 คน ทั้งกลุ่มที่มีอาชีพเสริมเป็นพริตตี้หรือที่มีอาชีพหลักเป็นพริตตี้รวมไปถึงอดีตพริตตี้ที่เลิกไปแล้ว เพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมของพริตตี้ที่มีผลต่อการเลือกเครื่องสำอาง ปัจจัยที่ทำให้พริตตี้ตกเป็นเหยื่อในการหาลอกลงในเครื่องสำอางปลอม

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เข้าร่วมสังเกตการณ์การแต่งหน้าและผิวพรรณของพริตตี้จากการเข้าร่วมงานอีเวนท์ต่างๆ และตามบาร์ที่มีพริตตี้เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างของพริตตี้ในหลากหลายรูปแบบ โดยการแฝงตัวเป็นผู้เข้าร่วมงานหรือลูกค้าเพื่อศึกษารูปลักษณะภายนอกของพริตตี้เป็นเบื้องต้น นอกจากนี้ยังสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของพริตตี้หรือเน็ตไอดอลที่รีวิวผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางปลอมทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้เห็นพฤติกรรมที่มีต่อเครื่องสำอางปลอมและแนวทางการอาศัยสื่อในการสนับสนุนของเครื่องสำอางปลอม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

1. สรุปผลการวิจัย

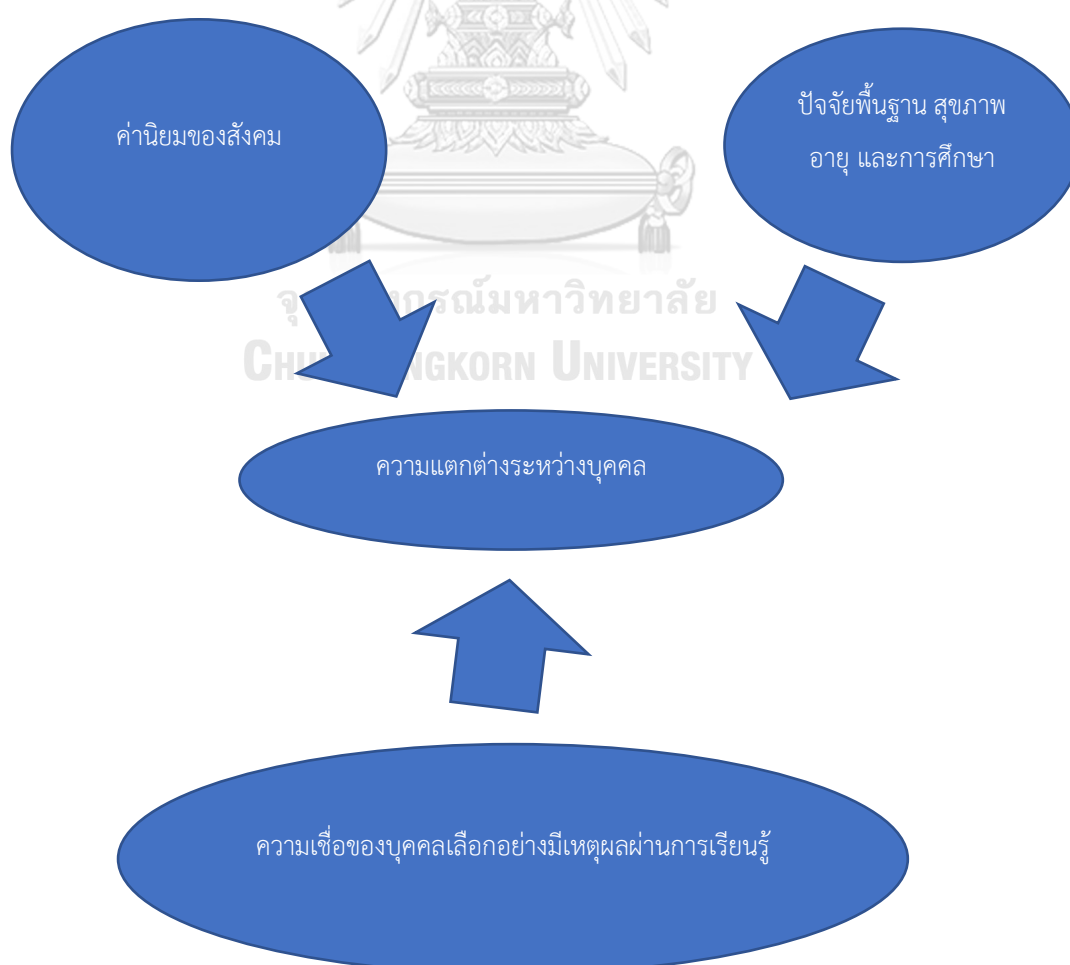
1.1 พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางปลอมที่แตกต่างในพริตตี้

จากทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคลจะพบว่าพริตตี้จะมีความแตกต่างกันจากความเชื่อที่ปลูกฝัง ซึ่งความแตกต่างของพริตตี้เป็นส่วนสำคัญในการเลือกเครื่องสำอาง ในการศึกษาพบว่าพริตตี้จะมีความเชื่อที่ แตกต่างกัน พริตตี้บางคนเชื่อในรีวิวจากอินเทอร์เน็ต สื่อและโฆษณา แต่พริตตี้อีกส่วนเชื่อในคำแนะนำจากคน รอบข้าง ในส่วนของความเชื่อที่ทำให้พริตตี้มีพฤติกรรมในการเลือกเครื่องสำอางที่แตกต่าง คือสิ่งแวดล้อมและ ความเป็นอยู่ จนถึงรายได้ ก็เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความเป็นตัวตนของพริตตี้ขึ้นนั้นให้มีความแตกต่างกัน การเรียนรู้และประสบการณ์ก็เป็นสิ่งสำคัญที่

กำหนดพฤติกรรมของพริตตี้ เช่น พริตตี้เมื่อได้เรียนรู้ว่าเครื่องสำอางปลอมใช้แล้วมีอาการแพ้รุนแรงก็จะเลิกใช้และไม่เลือกใช้อีก

ในขณะเดียวกันหากพริตตี้ไม่เคยใช้เครื่องสำอางปลอมแต่ก็ไม่กล้าลองเพราะมีประสบการณ์คนรู้จักใช้แล้วมีอาการแพ้รุนแรง การเรียนรู้และประสบการณ์ของพริตตี้จึงเป็นส่วนสำคัญต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของพริตตี้ในการเลือกเครื่องสำอางให้มีความแตกต่างออกไป นอกจากนี้สามารถแบ่งความแตกต่างของพริตตี้จะแบ่งออกเป็นสามรูปแบบ คือพริตตี้ที่มีการใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ พริตตี้ที่ไม่ได้ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำและพริตตี้ที่ไม่เคยใช้เครื่องสำอางปลอม ซึ่งความแตกต่างด้านพฤติกรรมของพริตตี้ล้วนส่งผลต่อตัวพริตตี้ในการเลือกใช้เครื่องสำอาง

จากตารางข้างล่างจะเห็นว่าความแตกต่างระหว่างบุคคลเกิดจากปัจจัยค่านิยมของสังคม ปัจจัยพื้นฐาน อายุ รายได้ การศึกษา ความเชื่อและการเรียนรู้ องค์ประกอบ 3 ปัจจัยหลักเป็นส่วนสำคัญ สำหรับความแตกต่างของพริตตี้ในการเลือกเครื่องสำอาง ดังนั้นหากพริตตี้กลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมีปัจจัยทั้งสาม อย่างนี้เหมือนกัน การเลือกเครื่องสำอางกลุ่มพริตตี้นั้นก็คล้ายคลึงกัน ดังนั้นปัจจัยทั้ง 3 อย่างจึงเป็นสิ่งที่ แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของพริตตี้ในการเลือกเครื่องสำอาง



1.2 สิ่งที่ทำให้พริตตี้ยังคงใช้เครื่องสำอางปลอมหรือตกเป็นเหยื่อ

กลไกในการหลอกลวงในเครื่องสำอางปลอมนั้นอาศัยความเชื่อและความมั่นใจของพริตตี้ในการใช้ เครื่องสำอางปลอม ซึ่งการเชื่อมั่นในเครื่องสำอางปลอมทำให้พริตตี้มีความต้องการที่จะใช้ในเครื่องสำอางปลอมนั้น นอกจากนี้สิ่งที่ทำให้พริตตี้เชื่อมั่นและต้องการใช้เครื่องสำอางปลอมมีอยู่ 4 ปัจจัย คือ

1.2.1 การใช้ค่านิยมของสังคม

จากการศึกษาพบว่าค่านิยมในสังคมมีผลต่อการดำรงชีวิตของพริตตี้ พริตตี้ที่มีความสมบูรณ์แบบของ ค่านิยมในสังคมนั้นก็จะมีการงาน รายได้ที่ดีและเป็นที่ยอมรับเพราะค่านิยมของสังคมนั้นเป็นสิ่งกำหนดความต้องการของสังคม ด้วยเหตุนี้พริตตี้จึงอาศัยค่านิยมทางสังคมในการทำให้ตนเองเป็นที่นิยม สิ่งที่ต้องบ่งชี้สำหรับพริตตี้ในความสมบูรณ์แบบตามค่านิยม คือเครื่องสำอางปลอมเพราะเป็นสิ่งผลิตออกมาเพื่อตอบสนองค่านิยมของสังคมซึ่งผลลัพธ์จากการใช้ก็เห็นผลลัพธ์ได้เร็ว

1.2.2 การใช้สื่อโฆษณาชวนเชื่อ

สื่อเป็นสิ่งสำคัญต่อการสร้างความเชื่อมั่น ซึ่งสื่อหากมีการนำเสนอข้อมูลบางอย่าง สิ่งนั้นอาจจะกลายเป็นกระแส นอกจากนี้สื่อยังสร้างความน่าเชื่อถือได้ เช่นถ้าเครื่องสำอางปลอมมีการออกสื่อบ่อยครั้งพริตตี้จะเริ่มมีการเชื่อถือในเครื่องสำอางปลอม ดังนั้นสื่อจึงเป็นเครื่องมือที่สร้างความเชื่อมั่นและสร้างกระแสสังคม ด้วยเหตุนี้สื่อจึงเป็นสิ่งสำคัญที่สร้างความเชื่อให้แก่ผู้คนในสังคมและเผยแพร่สิ่งต่าง ๆ ให้สังคมรับรู้ เครื่องสำอางปลอมจึงอาศัยสื่อในการทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักและมีการกล่าวถึง ซึ่งสื่อที่ใช้คือ อินเทอร์เน็ต และโทรทัศน์

1.2.3 การรีวิวจากบุคคลต่างๆ เช่น คนดังในสังคม หรือรีวิวจากบุคคลอื่น

จากการศึกษาพบว่ารีวิวการใช้เครื่องสำอางจากคนดังนั้นมีผลเป็นอย่างมากกับพริตตี้ เนื่องจากพริตตี้ บางคนมีการเชื่อมั่นในการรีวิวของคนดังเป็นอย่างมาก โดยมองว่าเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือ พริตตี้บางส่วนมักจะ เลือกซื้อเครื่องสำอางโดยอาศัยการรีวิวเป็นการตัดสินใจเลือก นอกจากนี้พริตตี้เป็นกลุ่มอาชีพที่อาศัยกระแส สังคม ดังนั้นหากคนดังที่รีวิวเครื่องสำอางปลอมตามกระแส พริตตี้มักจะเชื่อถือและเลือกตามโดยไม่มีเงื่อนไข ในส่วนของการรีวิวจากคนทั่วไปเป็นรูปแบบวิธีหนึ่งที่ทำให้ผู้รับสารรู้สึกเข้าถึงง่ายและน่าเชื่อถือซึ่งกลุ่มพริตตี้ จึงมองว่าการรีวิวจากคนทั่วไปคือ

รีวิวจากผู้ใช้งานจริงและยังมีรีวิวจำนวนมากในเครื่องสำอางยี่ห้อเดียวกันในรีวิวที่ หลากหลาย ยิ่งสร้างความน่าเชื่อถือโดยมองว่าหากไม่ดีจริงคงไม่มีคนรีวิวจำนวนมากนี้จึงเป็นการเชื่อถือโดยอาศัยจากคนหมู่มาก

1.2.4 การเชื่อถือบุคคลรอบข้าง เพื่อน บุคคลใกล้ชิด

พรีตตี้ส่วนมากจะเชื่อถือบุคคลรอบข้างในการเลือกเครื่องสำอางหรือการได้รับคำแนะนำจากบุคคลรอบข้างซึ่งจะมีน้ำหนักความน่าเชื่อถือเป็นอย่างมาก เมื่อเกิดความลังเลในการเลือกเครื่องสำอางหากได้รับ คำแนะนำจากกลุ่มเพื่อน รุ่นพี่พรีตตี้จะสามารถตัดสินใจได้ทันที ซึ่งพรีตตี้มองว่ากลุ่มบุคคลรอบข้างเป็นกลุ่มที่ใช้เวลาอยู่ด้วยกัน เมื่อเห็นว่าบุคคลรอบข้างมีการใช้เครื่องสำอางแล้วใช้ดีก็จะมีการใช้ตามแม้ว่าจะจะเป็น เครื่องสำอางปลอมก็ตาม ด้วยเหตุนี้บุคคลรอบข้างของพรีตตี้จึงเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลเป็นอย่างยิ่งสำหรับการ เลือกใช้เครื่องสำอางปลอม

จาก 4 ปัจจัยหลักดังกล่าว เป็นสาเหตุที่ทำให้พรีตตี้ยังคงตกเป็นเหยื่อต่อการใช้เครื่องสำอางปลอม จากสังคม ผู้คน บุคคลที่ไม่รู้จักและบุคคลที่เป็นที่รู้จักอย่างสนิทสนม

1.3 ผลกระทบที่เกิดกับพรีตตี้จากการใช้เครื่องสำอางปลอม

เครื่องสำอางปลอมมีอันตรายเกิดขึ้นได้หากมีการใช้ ซึ่งอันตรายที่เกิดขึ้นจะส่งผลกระทบต่อร่างกายทั้งภายใน และภายนอกแต่สิ่งที่พรีตตี้กลัวที่สุดคือ อันตรายที่เกิดขึ้นกับภายนอกซึ่งจะทำให้พรีตตี้เสียโอกาสหลายอย่าง หากพรีตตี้มีการใช้แล้วมีอาการแพ้เกิดขึ้นจะทำให้พรีตตี้เสียเงินในการรักษาและต้องออกจากความเป็นพรีตตี้ ด้วยเหตุนี้ผลกระทบที่เกิดกับพรีตตี้จะแบ่งเป็น 3 อย่าง คือผลกระทบต่อร่างกาย ผลกระทบต่อรายได้และผลกระทบต่องาน สิ่งที่สำคัญและเป็นส่วนหลัก คือผลกระทบต่อร่างกายซึ่งส่งผลกระทบต่อทั้งร่างกายภายในและร่างกายภายนอก

1.3.1 ร่างกายภายใน

เครื่องสำอางปลอมสามารถสะสมอยู่ในระบบอวัยวะและเลือดได้หากใช้ไปเวลานาน โดยจะส่งผลกระทบต่อสุขภาพในภายหลัง

1.3.2 ร่างกายภายนอก

เครื่องสำอางปลอมสามารถส่งผลกระทบต่อร่างกายภายนอกได้อย่างเห็นได้ชัดหากมีอาการแพ้เกิดขึ้นเป็นอาการที่ไม่พึงประสงค์ของกลุ่มพริตตี้เพราะพริตตี้อาศัยผิวหน้า ผิวภายในการส่งเสริม อาชีพการงานของตน

1.3.3 ผลกระทบต่อรายได้ เงิน

หากพริตตี้มีการใช้เครื่องสำอางปลอมแล้วเกิดอาการแพ้ขึ้น เช่น สิวอักเสบขึ้น เกิดหลุมสิว พริตตี้จะ ต้องเสียเงินไปจ่ายให้กับการรักษาซึ่งการรักษาจากการศึกษาพบว่าโดยเฉลี่ย 2000-2500 บาท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ อาการแพ้

1.3.4 ผลของการใช้เครื่องสำอางปลอมส่งผลให้เสียสุขภาพและหมดโอกาสในการทำงาน

การใช้เครื่องสำอางปลอมส่งผลกระทบต่อสุขภาพของพริตตี้ทั้งภายนอกเช่นผิวหน้า และภายในระบบต่างๆ ของร่างกาย ถ้ามีอาการแพ้รุนแรงส่งผลให้เสียโฉมพริตตี้คนนั้นก็ไม่สามารถทำงานเป็นพริตตี้ได้อีกทั้งยังหมดโอกาสในการทำงานหาการรักษาไม่หาย นอกจากนี้หากส่งผลกระทบต่อระบบภายในของร่างกายก็อาจจะส่งผลกระทบต่อร่างกายจนอาจเป็นโรครุนแรงถึงขั้นไม่สามารถกลับมาทำงานได้เช่นเดียวกัน จากการศึกษาพบว่าในบางคนที่เป็นอดีตพริตตี้มีอาการเสียโฉมจากรอยสิวและยังคงเป็นสิวอักเสบจนปัจจุบัน ดังนั้นอดีตพริตตี้จึงเลิกจากการรับงานพริตตี้และไม่มีโอกาสการทำงานเป็นพริตตี้จนปัจจุบัน

นอกจากค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียจากการรักษาเมื่อพริตตี้หมดโอกาสในการทำงานเป็นพริตตี้เนื่องจาก อาการแพ้เครื่องสำอางปลอม พริตตี้ก็จะขาดรายได้เช่นกัน

จากการศึกษาพริตตี้แต่ละคนมีความแตกต่างของแต่ละบุคคลตาม การศึกษา อายุ สภาพแวดล้อมซึ่ง มีผลต่อความคิดในการใช้เครื่องสำอาง ซึ่งความแตกต่างนี้มีผลต่อการเลือกใช้เครื่องสำอางและผลกระทบจาก การใช้เครื่องสำอางปลอม โดยจะแยกออกความแตกต่างของพริตตี้แต่ละคนออกเป็น3ประเภท แบ่งเป็น ประเภทแรกพริตตี้ที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ ประเภทที่ 2 พริตตี้ที่ไม่ได้ใช้เครื่องสำอางเป็นประจำและประเภทที่3 พริตตี้ที่ไม่ใช้เครื่องสำอางปลอม

ตารางที่ 3 กรณีศึกษาจากปริตต์ประเภทที่ใช้เครื่องสำอางเป็นประจำ 7 ราย

กรณีศึกษา	เคสที่ 14	เคสที่ 10	เคสที่ 3	เคสที่ 1	เคสที่ 2	เคสที่ 13	เคสที่ 11
อายุ	33	24	27	29	31	28	23
การศึกษา	ปวช.	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี
ภูมิลำเนา	สงขลา	ราชบุรี	ลำปาง	สมุทรปราการ	สงขลา	กรุงเทพฯ	ตรัง
จังหวัดที่ทำงาน	กรุงเทพฯ	กรุงเทพฯ	กรุงเทพฯ	กรุงเทพฯ	กรุงเทพฯ	กรุงเทพฯ	กรุงเทพฯ
อาชีพหลัก	อาชีพอิสระ	พนักงานบริษัท	พนักงานบริษัท	พนักงานบริษัท	อาชีพอิสระ	พนักงานบริษัท	พนักงานบริษัท
รายได้	สมดุล	ไม่สมดุล	ไม่สมดุล	ไม่สมดุล	สมดุล	สมดุล	ไม่สมดุล
ประสบการณ์การเป็นปริตต์	5	2	3	4	3	2	1

กรณีศึกษา	เคสที่ 14	เคสที่ 10	เคสที่ 3	เคสที่ 1	เคสที่ 2	เคสที่ 13	เคสที่ 11
ปัจจัยในการเลือกเครื่องสำอาง	สื่อกระแสที่ดังในสังคม	สื่อไอดอลคนดัง	บุคคลรอบข้าง เช่น เพื่อนร่วมงานแนะนำ	สื่อ โดยเห็นว่าถ้ามีรีวิวที่ดีก็จะเชื่อถือ	สื่อ รีวิวตามอินเทอร์เน็ต	บุคคลรอบข้าง เช่น เพื่อนร่วมงานแนะนำ	บุคคลรอบข้าง เช่น เพื่อนร่วมงานแนะนำ
ความเชื่อถือเครื่องสำอางปลอมที่ดังในกระแส	ไม่เชื่อ เพราะมีอาการแพ้	ไม่เชื่อ เพราะเคยใช้แล้วมีอาการแพ้ รุนแรง	เชื่อ เพราะเพื่อนบอกว่าใช้ดี	เชื่อ จาก รีวิวใน อินเทอร์เน็ต เลยมั่นใจ	เชื่อ ในรีวิว ว่ามีคนใช้จริง จาก อินเทอร์เน็ต การันตีจากรีวิว	ไม่เชื่อ เพราะใช้แล้วแพ้	เชื่อ เพราะมีสิ่งเร้า ตัวอย่าง แสดงให้เห็นจากโฆษณา รีวิว แม้เคยแพ้ แต่ก็อยากลองอีกครั้ง

กรณีศึกษา	เคสที่ 14	เคสที่ 10	เคสที่ 3	เคสที่ 1	เคสที่ 2	เคสที่ 13	เคสที่ 11
เคยใช้ เครื่องสำอาง ปลอม หรือไม่	เคยใช้ เพราะ อยาก ได้ผลลัพธ์ ที่เห็นผล รวดเร็ว	เคยใช้ เพราะ ต้องการ ให้สวย ขึ้นตาม กระแส สังคม	เคยใช้ เนื่องจาก เคยเห็น เพื่อนใช้ แล้ว อยากใช้ ตาม	เคยใช้ เพราะ สนใจถ้า เป็นที่ นิยมและ อยู่ใน กระแส สังคม	เคยใช้ เพราะเคย ถูกเพื่อน และเห็น คนส่วนใหญ่ แนะนำว่า ดีเลยเปิด ใจ	เคยใช้ เพราะ เห็น บล็อกเก อ์บบอก ว่าดีและ น่าสนใจ	เคยใช้ เพราะ อยากเห็น ผลลัพธ์ที่ รวดเร็ว
เครื่องสำอาง ปลอม ตอบสนอง ความ ต้องการ	ไม่ เนื่องจาก เคยใช้ แล้วหน้า เป็นผื่น	ใช่ เพราะ ราคาที่ ถูก	ใช่ ราคา ถูกและ เพื่อนๆก็ แนะนำ ว่าใช้ดี	ไม่ เพราะ เคยใช้ แล้วไม่ ถูกใจ บางอย่าง	ใช่ เพราะ บางอย่าง ตอบสนอง ได้ดีจริง	ไม่ เพราะ เคยใช้ เกิด อาการ แพ้	ใช่ เพราะ เห็นผล เร็วไม่ต้อง ใช้ เวลานาน ราคาถูก กว่าเห็น ผลเร็ว กว่าหลาย เท่า

ตารางที่ 4 กรณีศึกษาจากพริตตี้ประเภทที่ไม่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ 7 รายและประเภทพริตตี้ที่ไม่ใช้เครื่องสำอางปลอม 1 ราย

กรณีศึกษา	เคสที่ 8	เคสที่ 4	เคสที่ 9	เคสที่ 12	เคสที่ 15	เคสที่ 6	เคสที่ 5	เคสที่ 7
อายุ	30	21	26	24	28	28	25	27
การศึกษา	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปวช.	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี
ภูมิลำเนา	เชียงใหม่	นนทบุรี	สงขลา	กรุงเทพฯ ๑	ราชบุรี	นนทบุรี	กรุงเทพฯ ๑	นนทบุรี
จังหวัดที่ทำงาน	กรุงเทพฯ	กรุงเทพฯ ๑	กรุงเทพฯ	กรุงเทพฯ ๑	กรุงเทพฯ ๑	กรุงเทพฯ	กรุงเทพฯ ๑	กรุงเทพฯ ๑
อาชีพหลัก	อาชีพอิสระ	นิสิต	พนักงานบริษัท	พนักงานบริษัท	พนักงานบริษัท	พนักงานบริษัท	อาชีพอิสระ	อาชีพอิสระ
รายได้	สมดุล	สมดุล	สมดุล	สมดุล	สมดุล	ไม่สมดุล	สมดุล	ไม่สมดุล
ประสบการณ์การเป็นพริตตี้	4	2	2	2	3	2	1	5
ปัจจัยในการเลือกเครื่องสำอาง	สื่อ รีวิว ตาม อินเทอร์เน็ต	บุคคล รอบข้าง เช่น เพื่อน ร่วมงาน แนะนำ	สื่อ รีวิว ตาม อินเทอร์เน็ต	สื่อ ไอดอล คนดัง	บุคคล รอบข้าง เช่น เพื่อน	สื่อ รีวิว ตาม อินเทอร์เน็ต	บุคคล รอบข้าง เช่น เพื่อน ร่วมงาน แนะนำ	สื่อ ไอดอล คนดัง

กรณีศึกษา	เคสที่ 8	เคสที่ 4	เคสที่ 9	เคสที่ 12	เคสที่ 15	เคสที่ 6	เคสที่ 5	เคสที่ 7
ความเชื่อถือ เครื่องสำอาง ปลอมที่ตั้งใน กระแส	เชื่อเพราะ รีวิวบอก ว่าใช้ดี	ไม่เชื่อ เพราะ เคยใช้ แล้วมี อาการ แพ้ รุนแรง	ไม่เชื่อ เพราะ เคยใช้ แล้วแพ้	เชื่อเพราะ สื่อและ การ โฆษณา	เชื่อ เพราะ เพื่อน บอก ว่าใช้ดี	เชื่อ เพราะ รีวิว ตามสื่อ โซเชียล ต่างๆ	เชื่อ เพราะ บุคคล รอบข้าง ใช้แล้วดู ไม่เป็นไร	ไม่เชื่อ เพราะ เคยมีเพื่อนที่ เคยเกิดอาการ แพ้รุนแรงจาก การใช้
เคยใช้ เครื่องสำอาง ปลอมหรือไม่	เคยใช้ เพราะ อยากมีผิว ขาวใส	เคยใช้ เพราะ ต้องการ ให้สวย ขึ้นตาม กระแส สังคม	เคยใช้ เพราะ ราคาถูก และมี รีวิวดี	เคยใช้ เพราะ เพื่อนใช้ดี เลยลอง	เคยใช้ เพื่อน บอก ว่าใช้ดี เลยใช้ ตาม	เคยใช้ เพราะ อยาก เห็น ผลลัพธ์ ที่ รวดเร็ว	เคยใช้ เพราะ ราคาถูก และ เพื่อน ชวน ลองใช้	ไม่เคยใช้ เนื่องจากเคย เห็นเพื่อนใช้ แล้วแพ้รุนแรง
เครื่องสำอาง ปลอม ตอบสนอง ความ ต้องการ	ใช่เพราะ สามารถ ตอบสนอง ความ ต้องการได้ เนื่องจาก เป็นคนไม่ แพ้สารเคมี	ใช่ เพราะ ราคาที่ ถูก	ไม่ใช่ เพราะ เคยใช้ แล้วแพ้	ใช่ เพราะ ตอบสนอง ความ ต้องการได้	ใช่ ราคา ถูกจับ ต้อง ง่าย	ใช่ ผลลัพธ์ ที่ได้ เกิน คาด	ขึ้นอยู่กับ ยี่ห้อที่ใช้ เพราะ บางยี่ห้อ เห็นผล เร็วและ ราคาถูก แต่บาง ยี่ห้อก็ไม่ เห็นผลดี ขนาดนั้น	ไม่ เพราะมี ประสบการณ์ ตรงจากเพื่อน ไม่กล้าเสี่ยง ไม่ยอมซื้อของ ถูก เพราะ กลัวว่าจะไม่ดี

ตารางแสดงให้เห็นความแตกต่างระหว่างบุคคลส่งผลต่อแนวความคิดการเลือกเครื่องสำอางและ
ความ เชื่อถือในเครื่องสำอาง จากทั้งประสบการณ์โดยตรงและทางอ้อมกลายเป็นการสร้างตัวตนเกิด
ลักษณะเฉพาะ ของบุคคล ด้วยเหตุนี้การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างบุคคลสามารถแสดงให้เห็น
เห็นถึงแนวความคิด ปัจจัย และการเลือกเครื่องสำอางในพรตต์ ดังนี้

อายุ

ส่วนใหญ่อายุของพริตตี้ที่ทำการศึกษายู่ระหว่าง 20-30 โดยประมาณ ความแตกต่างของอายุมี ความสัมพันธ์กับปัจจัยในการเลือกสำอาง กรณีของกรณีศึกษาที่ 4 มีการอาศัยปัจจัยการเลือก เครื่องสำอางจากบุคคล รอบข้าง เช่น เพื่อน ซึ่งเป็นช่วงกลุ่มอายุของกรณีศึกษาที่ 4 นั้นเป็นช่วงวัย เรียนจึงมีความเป็นไปได้ว่าการเชื่อเพื่อนมีนัยยะสำคัญเพราะเป็นวัยช่วงที่เริ่มมีสังคม สำหรับการเลือก เครื่องสำอางในกลุ่มตัวอย่างอื่น การเลือก เครื่องสำอางนั้นสื่อมีอิทธิพลเป็นอย่างมากจากการศึกษาเป็น ช่วงอายุที่มากขึ้น การเข้าสังคมมีประสบการณ์พอสมควร การเลือกจึงไม่ได้มีปัจจัยจากเพื่อนเยอะ เหมือนประเภทที่อายุน้อย ดังนั้นการเลือกเครื่องสำอางของพริตตี้วัยทำงานอิทธิพลต่อการเลือก ส่วนมากจึงมาจากสื่อและกระแสสังคมเป็นการเลือกด้วยตัวเอง

อาชีพหลัก

เรื่องอาชีพส่งผลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอาง เช่นในวัยทำงานมักจะมีการเชื่อถือสื่อและ กระแสสังคม โดยเป็นการตัดสินใจในการเลือกด้วยตนเองจากค่านิยม แต่ในวัยนิสิตที่กำลังศึกษาอยู่ การเลือกเครื่องสำอาง อิทธิพลมาจากคนรอบข้างมากกว่า เพราะเป็นวัยที่เพิ่งเข้าสู่สังคมการเชื่อ เพื่อนจึงมีอิทธิพลมากสำหรับวัยนี้

รายได้

พริตตี้แต่ละคนจะมีรายได้ไม่เท่ากันซึ่งรายได้มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอาง แต่จาก การศึกษาไม่ใช่ เพียงแค่ว่ารายได้จะมีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอางเพราะการเลือกซื้อเครื่องสำอางของพ ริตตี้มีผลกระทบท่อรายได้ ในกรณีรายได้นั้นไม่สมดุล แม้ว่ารายได้จะมีมากแต่การเลือกใช้เครื่องสำอางที่ มีราคาแพง เนื่องจากกลัวการใช้เครื่องสำอางปลอม แม้ว่าจะมีการตั้งคำถามว่าเครื่องสำอางปลอม ตอบสนองความต้องการหรือไม่แต่พริตตี้บางคนนั้นไม่กล้าเสี่ยงและไม่ใช้เครื่องสำอางราคาถูก จึงมี การใช้แต่เครื่องสำอางแบรนด์เนมที่มีราคาเพื่อความมั่นใจจึงส่งผลให้มีรายได้ที่ไม่สมดุล ดังนั้นพริตตี้ที่ ทำงานและมีค่าใช้จ่ายมากเมื่อต้องการให้ตนเองมีรายได้สมดุล การเลือกซื้อเครื่องสำอางปลอมจึงเป็น สิ่งที่ตอบสนองต่อพวกเขาโดยเฉพาะเรื่องราคาเพราะเครื่องสำอางคือต้นทุนในการจ่ายเพื่อการทำงาน ของพริตตี้ การตอบสนองความต้องการและราคาที่ถูกลงสามารถทำให้พริตตี้มีรายได้เกินดุลที่มากขึ้น แต่ ถ้าใช้เครื่องสำอางที่มีราคาแพงจะทำให้พริตตี้มีรายได้ขาดดุลในส่วนของรายได้ ซึ่งส่วนใหญ่มัก ต้องการมีรายได้ที่มากขึ้นจึงต้องการลดค่าใช้จ่ายในเรื่องเครื่องสำอาง

การใช้เครื่องสำอางปลอม

จากกรณีตัวอย่างกรณีศึกษาจะเห็นว่าส่วนมากพริตตี้ที่เคยใช้เครื่องสำอางปลอมจะมีบางคนที่ไม่เคยใช้ จากการศึกษาพบว่าพริตตี้ที่ไม่เคยใช้เครื่องสำอางปลอมจะมีประสบการณ์โดยตรงจากการเห็นเพื่อนใช้แล้วมี อาการแพ้ ทำให้เกิดความกลัวที่จะลองใช้แต่พริตตี้ที่เคยใช้ล้วนมีเหตุผลในเรื่องของ ราคา และผลลัพธ์แม้ว่า บางคนจะทราบว่ามีความเสี่ยงแต่คิดว่าผลลัพธ์เพียงเล็กน้อยและสามารถแก้ไขได้หากเกิดขึ้น จากเหตุผล ของกลุ่มที่เคยใช้นั้น ส่วนมากอยากเห็นผลลัพธ์ที่รวดเร็วตามกระแสสังคม ยิ่งถ้ามีการพูดถึงในกลุ่มหรือ กระแสสังคมจะทำให้มีความต้องการใช้มากโดยเฉพาะอย่างยิ่งหากมีการรีวิวเยอะยิ่งทำให้พริตตี้กล้าที่จะใช้

ความเชื่อต่อเครื่องสำอางปลอมที่ตั้งในกระแส

กลุ่มพริตตี้ส่วนใหญ่จะเชื่อต่อในเครื่องสำอางปลอมถ้าเป็นที่โด่งดังในกระแสเพราะโฆษณาและรีวิว จากคนดังหรือไอดอลซึ่งเป็นสิ่งเร้าที่ทำให้กลุ่มพริตตี้สนใจที่จะลองใช้ซึ่งถ้ามีรีวิวเยอะตามอินเทอร์เน็ตหรือโลกออนไลน์จะเป็นส่วนที่เสริมความมั่นใจให้แก่พริตตี้ โดยมองว่าเป็นการการันตีในรูปแบบหนึ่งแต่ก็ยังมีพริตตี้บางส่วนที่ไม่เชื่อต่อเครื่องสำอางปลอมที่ตั้งในกระแส เนื่องด้วยพริตตี้เหล่านั้นมีประสบการณ์จากการใช้เครื่องสำอางมาก่อนหรือมีประสบการณ์ร่วมจากเพื่อนหรือบุคคลรอบข้างใช้แล้วเกิดอาการแพ้รุนแรง พริตตี้ที่ไม่เชื่อต่อจึงรับรู้ถึงอันตรายของเครื่องสำอางปลอมแม้ว่าจะโด่งดังในกระแสแต่ประสบการณ์ของตัวเองทำให้เชื่อในตัวเองมากกว่าสื่อหรือบุคคลอื่น

ในพริตตี้แต่ละคนจะมีความเชื่อที่แตกต่างกันซึ่งความเชื่อนี้ก็เกิดจากส่วนหนึ่งของค่านิยม เพราะค่านิยมเป็นสิ่งที่กำหนดสังคมและเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความเชื่อขึ้นมาในบุคคล ความเชื่อทั้งหลายนี้นอกจากเกิดจากค่านิยมของสังคมยังผ่านขั้นตอนการเรียนรู้ซึ่งการเรียนรู้ในแต่ละคนมีความแตกต่างกัน พริตตี้บางคนมีการเรียนรู้จากประสบการณ์ของตนเองและสิ่งรอบข้าง จากการศึกษาพริตตี้มีการเลือกเครื่องสำอางหรือไม่เลือกเครื่องสำอางนั้นผ่านการเรียนรู้

ในความแตกต่างระหว่างบุคคลด้านพฤติกรรมและความเชื่อเกิดจากปัจจัยสภาพแวดล้อมเป็นพื้นฐาน สำคัญที่ทำให้พริตตี้มีพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางที่แตกต่างกันออกไป ด้วยเหตุนี้จากการศึกษาจะพบว่า พริตตี้แต่ละคนนั้นจะมีความคล้ายคลึงด้านพฤติกรรมการเลือกเครื่องสำอางจากกลุ่มของตนและจะมีความแตกต่างจากกลุ่มอื่น นอกจากนี้ความเชื่อและพฤติกรรมแตกต่างของพริตตี้ทำให้เห็นถึงการหลอกลวงในเครื่องสำอางปลอม หรือการที่พริตตี้ยังคงใช้เครื่องสำอางปลอมอยู่อันเกิดจากความพึงพอใจ แต่บางส่วนก็เลิกใช้เนื่องจากประสบการณ์ที่ได้รับที่ส่งผลกระทบต่อตนเอง จะเห็นได้ว่าพริตตี้มีพฤติกรรมและความเชื่อที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อที่แตกต่างเช่นเดียวกัน เช่น กลุ่มพ

ริตตี้ที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำจะได้รับผลกระทบมากกว่ากลุ่มอื่นเพราะพฤติกรรมใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำนั้นมีความเสี่ยงต่อผลกระทบที่จะเกิดขึ้น

ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมจากการใช้เครื่องสำอางปลอมในพริตตี้

จากปรากฏการณ์ทั้งหมดจะเห็นได้ว่าพริตตี้มีการใช้เครื่องสำอางปลอมจากกระแสของสังคม ความต้องการมีผิวขาว เนียนละเอียด ความสวยในอุดมคติที่เป็นในรูปแบบเดียวกันทำให้พริตตี้กลายเป็นเหยื่อจาก อุดมคติของสังคม ซึ่งสิ่งที่พริตตี้ต้องการจะเป็นนี้เกิดจากการบังคับทางอ้อมจากงานที่พริตตี้ทำ เนื่องจากการเป็นพริตตี้จำเป็นต้องมีความสวยตามรูปแบบที่สังคมให้ความนิยม นอกจากนี้ปัจจัยที่ทำให้พริตตี้มีการหลงเชื่อ และเชื่อมั่นต่อการใช้เครื่องสำอางปลอม คือปัจจัยสื่อทางสังคมออนไลน์ เน็ตไอดอล ผู้คนในโลกอินเทอร์เน็ต และปัจจัยเพื่อน คนใกล้ชิด โดยเฉพาะกรณีของพริตตี้จะเป็นกลุ่มเพื่อนพริตตี้ด้วยกัน จึงเกิดความน่าเชื่อถือและไว้วางใจเนื่องจากมีความต้องการและอาชีพเสริมเหมือนกัน จึงมองว่าสิ่งที่เป็นกลุ่มเดียวกันน่าจะตอบโจทย์ได้ดีกว่าการเชื่อถือจากแหล่งอื่นแม้จะเป็นภาครัฐก็ตาม ซึ่งพริตตี้เมื่อมีการเชื่อถือจาก 2 ปัจจัยดังกล่าวก็จะมีการลองใช้เครื่องสำอางปลอมเมื่อเครื่องสำอางเหล่านี้ตอบโจทย์ความต้องการพริตตี้จึงเลือกที่จะใช้เพราะเห็นผลลัพธ์รวดเร็ว ซึ่งถ้าไม่ใช้เครื่องสำอางทั่วไปตามท้องตลาดอาจจะไม่เห็นผลลัพธ์ที่รวดเร็วอาจจะส่งผลในการพลาดโอกาสต่องานที่ทำ ซึ่งผู้จ้างอาจจะไปจ้างพริตตี้คนอื่น ด้วยเหตุนี้การตัดสินใจเลือกของพริตตี้ นอกจากจะเป็นการต่อสู้กับผู้อื่นยังเป็นการต่อสู้ในการเลือกกับตนเอง แม้ว่าจะมีการเตือนจากภาครัฐในเรื่องของอันตรายจากการใช้เครื่องสำอางปลอม แต่พริตตี้ยังคงจำเป็นต้องใช้เครื่องสำอางปลอมโดยอาศัยความเชื่อมั่นจากการเห็นเพื่อนทดลองใช้ก่อนหรือจากประสบการณ์ของตนเอง ซึ่งไม่สามารถไปห้ามแนวความคิดของพริตตี้บางกลุ่มได้ในเรื่องการใช้เครื่องสำอางปลอมถ้าหากกระแสสังคมยังถือความงามในอุดมคติที่มีรูปแบบเดียว ดังนั้นสิ่งที่ช่วยสนับสนุนพริตตี้และปกป้อง คือการช่วยเหลือของภาครัฐที่ทำให้พริตตี้เหล่านี้สามารถพึ่งพารัฐได้เมื่อเกิดผลกระทบขึ้น ช่องว่างระหว่างองค์กรของรัฐและพริตตี้เหล่านี้ต้องแคบลงเพื่อภาครัฐสามารถช่วยเหลือพริตตี้เหล่านี้ในการเรียกร้องความเสียหายที่เกิดขึ้นในอนาคตกับผู้ผลิตเครื่องสำอางปลอม

แนวทางการป้องกันการตกเป็นเหยื่อของกลไกการหลอกลวงเครื่องสำอางปลอม

แนวทางป้องกันในกลไกการหลอกลวงเครื่องสำอางจะต้องรู้ทันกลไกของสังคม กระแสสังคม ที่เป็นอยู่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระแสสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การเชื่อถือในสื่อมีความ น่าเชื่อถือมากขึ้นแต่ไหนเพราะบางครั้งสื่อบางอย่างที่มีผู้คนเชื่อจำนวนมากก็ไม่น่าเชื่อถือ นอกจากนี้ การเชื่อถือบุคคลรอบข้างก็ไม่สามารถเชื่อถือได้เพราะบุคคลรอบข้างเหล่านั้นอาจจะมีการเชื่อถือมา จากสื่อโดยไม่มีการไตร่ตรองเป็นอย่างดี เพื่อเป็นการป้องกันผลกระทบต่ออันตรายจากการใช้ เครื่องสำอางปลอมในอนาคตจะต้องตระหนักในการใช้เครื่องสำอางเหล่านี้ โดยมองว่าผลกระทบ เล็กน้อยอาจจะกลายเป็นปัญหาใหญ่ต่อสุขภาพในอนาคต นอกจากนี้ในเว็บไซต์ขององค์การอาหาร และยาจะมีประกาศเครื่องสำอางอันตรายโดยแสดงยี่ห้อและรูปต่าง ๆ ให้ทราบซึ่ง สะดวกต่อการ ตรวจสอบ ดังนั้นธุรกิจเครื่องสำอางปลอมจะหมดไปจากสังคมไทยหากพริตตี้และคนในสังคมหยุดการ ใช้และสนับสนุนโดยสร้างการรับรู้ถึงอันตรายและสร้างค่านิยมใหม่ว่าเป็นสิ่งที่น่ากลัวของสังคม และ ปรับเปลี่ยนค่านิยมความงามที่มองความงามในรูปแบบเดียว ดังนั้นเครื่องสำอางปลอมเหล่านี้จึงจะ หายไปจากสังคม แม้ว่าการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นโดยการจับกุมเครื่องสำอางปลอมนั้นไม่สามารถทำให้ หมดไปโดยสิ้นเชิงเพราะยังมีผู้ประกอบการผลิตเครื่องสำอางปลอมขึ้นมาใหม่ตามกระแสสังคม เพราะฉะนั้นผู้ใช้จึงมีความสำคัญอย่างมากต่อการแก้ปัญหาเครื่องสำอางปลอมในสังคมซึ่งหากไม่มีผู้ใช้ เครื่องสำอางปลอมเหล่านี้ก็จะหายไปจากสังคม

2. ข้อเสนอแนะ

ปัจจุบันเครื่องสำอางปลอมยังคงมีให้เห็นเป็นจำนวนมาก แม้ว่าจะมีการจับกุมผลิตภัณฑ์ เครื่องสำอาง ปลอมทุกปีโดยภาครัฐ รวมไปถึงข่าวสารที่แสดงให้เห็นอันตรายของเครื่องสำอางปลอม เหล่านี้และมีการ เปิดเผยแพร่รายชื่อเครื่องสำอางปลอมที่อันตรายรวมถึงพฤติกรรมของพริตตี้ที่เคยมี ประสบการณ์ไม่ดีต่อ เครื่องสำอางปลอมแต่เครื่องสำอางปลอมก็ยังคงมีอยู่โดยมีการผลิตออกมาใหม่ ตลอดเวลา ทั้งยังเป็นกระแสสังคมตามโลกออนไลน์จำนวนมาก ดังนั้นการกำจัดเครื่องสำอางปลอมให้ หมดไปจึงเป็นไปได้ยาก เพราะพริตตี้และคนในสังคมบางส่วนยังคงให้การสนับสนุนและตกเป็นเหยื่อ ของกลไกการหลอกลวงเครื่องสำอางปลอม

ในการศึกษาถึงกลไกการหลอกลวงเครื่องสำอางปลอมในพริตตี้นี้ทำให้ทราบว่าค่านิยมของ สังคมเป็น สิ่งกำหนดที่สำคัญต่อการดำเนินชีวิตคนในสังคมและมีอิทธิพลอย่างยิ่งโดยเฉพาะเรื่อง เครื่องสำอาง นอกจากนี้ ทำให้ทราบว่าเครื่องสำอางปลอมทั้งหลายมีการผลิตออกมาเพื่อตอบสนอง ความต้องการของค่านิยมในสังคม ดังนั้น ผู้เขียนจึงมีข้อเสนอแนะเรื่องกลไกการหลอกลวง เครื่องสำอางปลอมออกเป็น 2 ข้อ คือ

2.1 เจริญนโยบาย

ในแนวทางเบื้องต้นภาครัฐควรมีมาตรการควบคุมการผลิตเครื่องสำอางให้รัดกุมมากยิ่งขึ้น การยื่น ขอหมายเลขของค์การอาหารและยาควรมีขั้นตอนที่ยากขึ้นและควรมีการออกนโยบาย ตรวจสอบโรงงานที่ ผลิตเครื่องสำอาง ซึ่งสามารถตรวจสอบได้ง่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ตเพราะ เครื่องสำอางปลอมเหล่านี้ล้วนผลิต ขึ้นที่ประเทศไทยการควบคุมจึงเป็นไปได้ง่าย แต่ถ้าหากการ ดำเนินการเบื้องต้นแล้วไม่ได้ผลภาครัฐเองควรมี การออกนโยบายควบคุมเครื่องสำอาง โดยให้เป็น สิ้นค้าควบคุมรูปแบบเดียวกับผลิตภัณฑ์ยา ทั้งนี้เพื่อความ ปลอดภัยของประชาชนที่จะเสี่ยงใช้ เครื่องสำอางปลอมอันส่งผลเสียต่อสุขภาพ

2.2 แนวทางปฏิบัติ

แนวทางปฏิบัตินั้นขอความร่วมมือจากภาคประชาสังคมในการจับตามองเครื่องสำอางปลอม เหล่านี้ ว่ามีแหล่งขายแหล่งผลิตที่ไหนเพื่อแจ้งให้ทางภาครัฐได้ดำเนินการ ทั้งนี้การให้ความร่วมมือ ของภาคประชาชน จะมีประสิทธิภาพเป็นอย่างมากหากมีการช่วยเหลือกัน หากพบเจอใครมีการใช้ เครื่องสำอางปลอมจะต้องมี การพูดเตือนว่าเป็นสิ่งอันตรายหากได้ลองใช้

นอกจากนี้ภาครัฐควรให้การสนับสนุนภาคประชาชนในการดำเนินการฟ้องร้องเอาผิดต่อ ผู้ผลิตเครื่องสำอางปลอมโดยลดขั้นตอนที่วุ่นวายพร้อมทั้งทำประชาสัมพันธ์ที่เข้าใจง่ายให้ประชาชน ได้ทราบถึงวิธีการเรียกร้องความเสียหายที่เกิดขึ้นกับตนและสิทธิในการปกป้องของประชาชน เพื่อให้ ช่องว่างระหว่างภาคประชาชนและภาครัฐหายไป ลดขั้นตอน ลดเวลาในการดำเนินการเพิ่มความ สะดวกให้แก่ประชาชน

งานวิจัยชิ้นนี้มีการศึกษาในเรื่ององค์ประกอบของกลไกการหลอกลวงเครื่องสำอางในพริตตี้อันมี ค่านิยมหรือกระแสสังคมเป็นตัวแปรที่สำคัญ จึงมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับการศึกษาในอนาคตถึง การใช้เครื่องสำอางที่กว้างออกไปในกลุ่มบุคคลกลุ่มอื่นเพื่อให้ทราบว่าค่านิยมยังคงมีอิทธิพลต่อคน กลุ่มอื่นเหมือนพริตตี้ซึ่งเป็นที่น่าสนใจว่ากลุ่มคนเหล่านั้นน่าจะจะได้รับผลกระทบเช่นเดียวกับกลไกการ หลอกลวงกลุ่มพริตตี้ในเครื่องสำอางปลอมและแสดงให้เห็นได้ชัดว่าค่านิยมและกระแสสังคมมีอิทธิพล ต่อกลุ่มคนทุกกลุ่มทุกยุคสมัย

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- Nisakorn5746702006. (2557). ทฤษฎีสังคมวิทยาของการศึกษา (Sociology of education) ทฤษฎี
ปฏิวธรตนิยม (Exchange Theory). Retrieved from
<https://nisakorn5746702006.wordpress.com/2014/10/11/%E0%B8%97%E0%B8%A4%E0%B8%A9%E0%B8%8E%E0%B8%B5%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B8%A1%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%97%E0%B8%A2%E0%B8%B2%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%A8/>
- กมลวรรณ สุจริตธรรม. (2547). การจัดทำกลยุทธ์ของ บริษัท ฟาร์มาคอสเม็ท จำกัด ศึกษาเฉพาะ :
ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- กองข้อมูลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2559). ผลิตภัณฑ์สำอาง. Retrieved from
https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2559/T26/T26_201603.pdf?fbclid=IwAR2xR0ogfnqdu3BKzraQn4GB-Y61Hkx6FFTWtf_UIPnNQfcesV-DdMYXnQ
- จักรี ไชยพินิจ. (2559). บทวิพากษ์ทฤษฎีการเลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผล : ข้อจำกัดในการสร้างคำอธิบาย
ทางสังคมศาสตร์. วารสารเศรษฐศาสตร์การเมืองบูรพา 4(1), 51 - 84.
- เจตนา พรหมประดิษฐ์. (2554). ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล. Retrieved from
<https://sites.google.com/site/reconflict/thbthwn-wrrnkrrm/thvsvd-khwam-taek-tang-rahwang-bukhkhhl>
- ดุลยา จิตตะยโสธร. (2551). บทบาททางเพศ : ในทัศนะของนักจิตวิทยา. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัย
หอการค้าไทย, 28(1), 195 - 208.
- บุษอริ ยีหมะ. (2543). ทฤษฎีการตัดสินใจเลือกอย่างมีเหตุผล. Retrieved from กรุงเทพฯ:
- พิชาย รัตนดิถก ณ ภูเก็ต. (2556). วิพากษ์การอธิบายทางเลือกเชิงเหตุผล. วารสารเศรษฐศาสตร์
การเมืองบูรพา, 1(1), 149 - 181.
- ภราดามาร์ติน ประทีป โกมลมาศ. (2536). ค่านิยมพื้นฐานและค่านิยมสัมพัทธ์ในการเปลี่ยนแปลงทาง
สังคม. In มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (Ed.), ครู อาจารย์ นักบริหารการศึกษา และนักบริหารการ
พัฒนา: ภราดา ดร. ประทีป โกมลมาศ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ.

- รุ่งนภา กงวงษ์และวิบูลย์ วัฒนนามกุล. (2554). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง จังหวัดอุบลราชธานี. วารสารเภสัชศาสตร์, 7(1), 76 - 87.
- วิชากร. (2560). ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล. Retrieved from http://thongkred99.blogspot.com/2013/07/blog-post_7954.html
- สิทธิโชค สวัสดิวัฒน์. (2541). การเปิดรับโฆษณา ทศนคติ และการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- อภัย ราชภูริวิจิตร. (2558). ไฮโดรควิโนน (Hydroquinone). . Retrieved from <http://haamor.com/th/%E0%B9%84%E0%B8%AE%E0%B9%82%E0%B8%94%E0%B8%A3%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B9%82%E0%B8%99%E0%B8%99/#article101>
- อาริษา พลัใจบุญ. (2549). ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภคในชุมชนหมู่บ้านกรุงนนท์ อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, กรุงเทพฯ.

ภาษาอังกฤษ

- Bandyopadhyay, D. (2009). Topical treatment of melasma. *Indian journal of dermatology*, 54(4), 303.
- Browning, G., Halcli, A., & Webster, F. (1999). *Understanding contemporary society: Theories of the present*. London: Sage.
- Cherry, K. (2019). How the Social Exchange Theory Is Used and How It Influences Relationships. Retrieved from <https://www.verywellmind.com/what-is-social-exchange-theory-2795882>
- Lambert, T. (2010). A Brief history of cosmetics and makeup. Retrieved from www.localhistories.org/cosmetics.html
- Tulane University. (2018). What Is Social Exchange Theory?. . Retrieved from <https://socialwork.tulane.edu/blog/social-exchange-theory>

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	NATTHAMON NOUMNACA
วัน เดือน ปี เกิด	08 FEBRUARY 1993
สถานที่เกิด	NONTHABURI
วุฒิการศึกษา	THAMMASAT UNIVERSITY
ที่อยู่ปัจจุบัน	147 SOI PRACHARAJ 18 PRACHARAJ.RD TALADKWAN MUANG NONTHABURI 11000
ผลงานตีพิมพ์	วารสารราชทัณฑ์



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY