

กลลวงของการใช้เครื่องสำอางปลอมในกลุ่มพริตตี้
Deceit of Using Fake Cosmetics Among the Pretty Girls

ณัฐมน นวมนาคะ¹

สาขาวิชาอาชญวิทยาและงานยุติธรรม ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา
คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
254 ถนนพญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330, ประเทศไทย
อีเมลติดต่อ: 638008524@student.chula.ac.th

Nathamon Nuamnak²

Major of Criminology and Criminal Justice, Department of Sociology and Anthropology,
Faculty of Political Science, Chulalongkorn University
254 Phayathai Road, Wangmai, Pathumwan, Bangkok 10330, Thailand
Email: 6380083524@student.chula.ac.th

บุญยง ชื่นสุวิมล³

โครงการปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย
อีเมลติดต่อ: boonyongchun@yahoo.com

Boonyong Chuensuwimon⁴

Doctor of Philosophy Program in Social Science, Ramkhamhaeng University
2086 Ramkhamhaeng Road, Huamark, Bangkok, Bangkok 10240, Thailand
Email: boonyongchun@yahoo.com

¹ นักวิจัยอิสระด้านอาชญวิทยาและการบริหารงานยุติธรรม.

² Independent Researcher of Criminology and Criminal Justice Administration.

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์, อาจารย์.

⁴ Assistant Professor, Lecturer.

จัทมาศ จุลจันทร์ชงษ์⁵

สาขาวิชาอาชญวิทยาและงานยุติธรรม ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา

คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

254 ถนนพญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330, ประเทศไทย

อีเมลติดต่อ: jutamas.j@chula.ac.th

Juthamas Julchantrangsee⁶

Major of Criminology and Criminal Justice, Department of Sociology and Anthropology,

Faculty of Political Science, Chulalongkorn University

254 Phayathai Road, Wangmai, Pathumwan, Bangkok 10330, Thailand

Email: jutamas.j@chula.ac.th

Received: January 29, 2023 Revised: April 21, 2023 Accepted: April 24, 2023

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลไกการลบล้างเครื่องสำอางปลอมในกลุ่มพรีตี้ โดยศึกษาพฤติกรรมการเลือกเครื่องสำอางของพรีตี้ที่แตกต่างในแต่ละกลุ่ม เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจว่าเหตุใดเครื่องสำอางปลอมยังคงเป็นที่นิยมอยู่ในสังคมไทย และเหตุใดในกลุ่มพรีตี้มีการใช้เครื่องสำอางปลอมเหล่านี้ และให้แนวทางป้องกันการตกเป็นเหยื่อของพรีตี้จากกลไกการลบล้างเครื่องสำอางปลอม

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มพรีตี้ที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำมีความเสี่ยง และมีผลกระทบมากที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น โดยจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำมีผลกระทบเกิดขึ้น 7 ราย ในขณะที่เดียวกันกลุ่มที่ไม่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ 7 ราย แต่ได้รับผลกระทบ 1 ราย ดังนั้นหากพรีตี้มีการใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำความเสี่ยงก็จะมากขึ้นในส่วนของผลกระทบที่จะเกิดนอกจากนี้จากการศึกษาพบว่า กลไกการลบล้างในเครื่องสำอางปลอมเกิดจากปัจจัยเหล่านี้ 1) การใช้ค่านิยมของสังคม 2) การใช้สื่อโฆษณาชวนเชื่อ 3) การพิจารณาจากบุคคลต่าง ๆ เช่น ผู้มีชื่อเสียงในสังคม หรือการให้ความเห็นจากบุคคลอื่น และ 4) การเชื่อถือบุคคลรอบข้างเพื่อนบุคคลใกล้ชิดโดยเป็นส่วนสำคัญอย่างมากที่ส่งผลต่อกลุ่มพรีตี้ยังคงเป็นเหยื่อในเครื่องสำอางปลอม ดังนั้นเห็นควรเสนอแนะแนวทางให้ภาครัฐควรมีมาตรการควบคุมการผลิตเครื่องสำอางให้รัดกุมมากยิ่งขึ้น รวมถึงการยื่นขอหมายเลของค์การอาหารและยาควรมีขั้นตอนที่ยากขึ้นเพื่อเป็นประโยชน์ต่อสังคมและกระบวนการยุติธรรมในภายต่อไป

คำสำคัญ: กลลวง; เครื่องสำอางปลอม; พรีตี้

⁵ นักวิจัยอิสระด้านอาชญวิทยาและการบริหารงานยุติธรรม.

⁶ Independent Researcher of Criminology and Criminal Justice Administration.

Abstract

This article aims to study the mechanism of fraudulent fake cosmetics among pretty women. Behavior in selecting cosmetics of different pretties in each group in order to understand why Fake cosmetics are still popular in Thai society. And why are these fake cosmetics used in Pretty Group and provide guidelines to prevent becoming victims of pretty from fraudulent mechanisms of fake cosmetics

The study found that Pretty girls who regularly use fake cosmetics are at risk. and have the greatest impact compared to other groups From the sample group that regularly uses fake cosmetics, there are 7 affected cases, while the group does not use fake cosmetics regularly, 7 cases are affected, but 1 person is affected. The risk will be greater in terms of the impact that will occur. The study found that deception mechanism in counterfeit cosmetics caused by these factors: 1) the use of social values; 2) the use of propaganda media; 3) considerations by individuals such as celebrities in society. Or giving opinions from other people and 4) trusting people around friends, close friends is a very important part. That affects the pretty group, still being a victim of fake cosmetics. Therefore, it should be suggested that the government should have measures to control the production of cosmetics more rigorously. Getting an FDA number should be a more difficult, including process for the benefit of society and the justice process in the future.

Keywords: Deceit; Fake Cosmetics; Pretty Girls

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เครื่องสำอางเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับเพศหญิงซึ่งเป็นเครื่องมือที่สามารถบ่งบอกสถานะความสำคัญและความสัมพันธ์ในสังคมได้ ในอดีตการใช้เครื่องสำอางนิยมใช้ในชนชั้นสูง ผู้หญิงมีการใช้เครื่องสำอางเพื่อความสวยงามและปกปิดสิ่งที่ไม่ต้องการเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ทำให้ดูน่าเชื่อถือเป็นที่ยอมรับในสังคม ต่อมาการใช้เครื่องสำอางได้มีการพัฒนาไปสู่การใช้ในวงกว้างขึ้น ปัจจุบันเครื่องสำอางสะท้อนถึงค่านิยมของสังคมสถานะทางสังคม และเสริมสร้างบุคลิกภาพความมั่นใจหรืออาจส่งผลต่อหน้าที่การงานได้ในงานบางประเภท โดยเฉพาะงานบริการงานที่จำเป็นต้องเข้าสังคม ส่งผลให้ตลาดเครื่องสำอางมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีมูลค่าสูง ทำให้มีผู้ประกอบการจำนวนมากต้องการลงทุน เมื่อผู้ผลิตหรือนักลงทุนต้องการกำไรจำนวนมากจากการขายเครื่องสำอางแก่ผู้บริโภค ผู้ผลิตจะพยายามลดต้นทุนสินค้าและใช้สารเคมีที่ห้ามใช้ในเครื่องสำอางหรือสารเคมีที่ใช้ในปริมาณมากจนเป็นอันตรายเพื่อให้เห็นผลลัพธ์ที่เร็วตอบสนองความต้องการต่อผู้ใช้ ซึ่งนับว่าเป็นการหลอกลวงผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง เพื่อการได้มาซึ่งกำไรตามแนวคิดทางทุนนิยม โดยการหลอกลวงจะเกิดได้ง่ายในผู้บริโภคที่รู้เท่าไม่ถึงการณ์หรือผู้บริโภคที่ไม่คำนึงผลกระทบในระยะยาวการสนับสนุน

ของค่านิยมในสังคมหรือวิถีคิดของแต่ละบุคคลจึงเป็นส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้มีการหลอกลวงรูปแบบนี้ยังคงอยู่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการหลอกลวงที่เกิดกับกลุ่มผู้ที่ทำอาชีพพริตตี้ ซึ่งเป็นอาชีพที่จะต้องทำให้มีบุคลิกลักษณะทางกายภาพที่ดี เพื่อโอกาสในการทำงาน ดังนั้นเครื่องสำอางปลอมจึงเป็นตัวเล็อกหนึ่งที่เข้ามาสำหรับพริตตี้ และเครื่องสำอางปลอมเหล่านี้มีการปิดบังข้อจำกัดหรือผลกระทบต่อสุขภาพ

ในการศึกษาเรื่องนี้ จึงสนใจในเรื่องของวิธีการหลอกลวงผู้บริโภคผ่านช่องทางต่าง ๆ ช่องทางใด เป็นช่องทางที่กลุ่มพริตตี้นิยมและหลงเชื่อง่ายที่สุดเพื่อให้สามารถหาสาเหตุที่ทำให้เข้าใจ แม้จะมีการประชาสัมพันธ์ถึงอันตรายของเครื่องสำอางปลอมแต่ก็ยังคงมีผู้ใช้ซึ่งส่งผลกระทบต่อสุขภาพร่างกายและจิตใจของผู้ใช้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเพื่อหาแนวทางวิธีการแก้ไขจากต้นเหตุ เนื่องจากพริตตี้เป็นกลุ่มแรกที่ใช้และเป็นแบบอย่างที่จะทำให้บุคคลอื่นได้ใช้ตามเพื่อเป็นการลดการใช้เครื่องสำอางปลอมและลดพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางปลอมที่จะเกิดขึ้นจึงได้ศึกษาในกลุ่มพริตตี้ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องกับเครื่องสำอางในชีวิตประจำวันมากกว่ากลุ่มอื่นในเรื่องของผู้บริโภคและเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูงต่อการใช้เครื่องสำอางปลอมซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเรื่องของสุขภาพและความเสียหายที่จะเกิดขึ้นมากกว่ากลุ่มอื่น เนื่องจากเครื่องสำอางปลอมให้ผลลัพธ์ที่เป็นไปตามความต้องการพริตตี้ได้และราคาที่สามารถจับต้องได้ เครื่องสำอางปลอมเหล่านี้ไม่ได้มีไว้เพื่อบำรุงผิวแต่เป็นเครื่องมือในการสร้างผิวให้สมบูรณ์แบบในพริตตี้แต่เปรียบเสมือนเครื่องมือที่สำคัญต่อการหาเงินและต่ออาชีพของพริตตี้ได้และการใช้เครื่องสำอางปลอมในพริตตี้ยังมีส่วนสำคัญในการทำให้คนในสังคมหลงเชื่อในเครื่องสำอางปลอม โดยดูผลลัพธ์จากรูปลักษณ์ของพริตตี้โดยเฉพาะด้านดีที่แสดงออกมา ดังนั้น การศึกษานี้จึงมองว่าพริตตี้อาจจะแบ่งออกเป็นกลุ่มที่ถูกหลอกลวงหรือกลุ่มที่รู้ถึงผลเสียต่อแต่ก็ยังเลือกใช้เพื่อหาสาเหตุที่แน่ชัดว่าเพราะเหตุใดพริตตี้จึงยังคงใช้เครื่องสำอางปลอมเหล่านี้ เพื่อหาสาเหตุที่สำคัญที่เป็นตัวกำหนดหรือนำมาให้เกิดขึ้นต่อการใช้เครื่องสำอางปลอม และปัจจัยใดที่ชักนำให้เกิดปัญหาจากการใช้เครื่องสำอางปลอมได้ง่ายในสังคมและเกิดปัญหาในกระบวนการยุติธรรม

1.2 วัตถุประสงค์

- 1.2.1 เพื่อศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางปลอม
- 1.2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางปลอมที่แตกต่างในพริตตี้
- 1.2.3 เพื่อศึกษาสาเหตุที่ทำให้พริตตี้ใช้เครื่องสำอางหรือตกเป็นเหยื่อของเครื่องสำอางปลอม
- 1.2.4 เพื่อศึกษาผลกระทบที่เกิดขึ้นกับพริตตี้จากการใช้เครื่องสำอางปลอมและมุมมองในกระบวนการยุติธรรมในเรื่องดังกล่าว

1.3 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้ มุ่งศึกษาถึงการหลอกลวงผู้บริโภคในเครื่องสำอางปลอมในพริตตี้เพื่อชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างโดยมีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ในการศึกษานี้ได้รวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง อาทิ แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับการหลอกลวงผู้บริโภคในเครื่องสำอางปลอมในพริตตี้จากแหล่งต่าง ๆ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ และมีการสัมภาษณ์พริตตี้ทั้งหมด 15 คน

1.4 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้ ผู้เขียนได้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งศึกษาการทดลองของผู้บริโภคในเครื่องสำอางต่อพริตตี้เพื่อชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างจากปัจจัยต่าง ๆ ศีรษะเหตุที่ทำให้พริตตี้ยังมีการใช้เครื่องสำอางปลอมรวมไปถึงการรับรู้ของพริตตี้ที่มีต่อเครื่องสำอางปลอม ความอันตรายและผลกระทบที่เกิดขึ้นและศึกษาหาหลักการทดลองของเครื่องสำอางปลอมต่อพริตตี้ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดกลไกในการทดลองขึ้น โดยสาเหตุหลักที่เป็นสิ่งการสนับสนุนกลไกนี้ การศึกษานี้เป็นการเก็บข้อมูลเชิงลึก โดยการสัมภาษณ์พริตตี้ทั้งหมด 15 คน ทั้งกลุ่มที่มีอาชีพเสริมเป็นพริตตี้หรือที่มีอาชีพหลักเป็นพริตตี้รวมไปถึงอดีตพริตตี้ที่เลิกไปแล้ว เพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมของพริตตี้ที่มีต่อการเลือกเครื่องสำอาง ปัจจัยที่ทำให้พริตตี้ตกเป็นเหยื่อในการทดลองในเครื่องสำอางปลอม

ผู้เขียนได้เข้าร่วมสังเกตการณ์การแต่งหน้าและผิวพรรณของพริตตี้จากการเข้าร่วมงานอีเวนต์ต่าง ๆ และตามบาร์ที่มีพริตตี้ เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างของพริตตี้ในหลากหลายรูปแบบ โดยการแฝงตัวเป็นผู้เข้าร่วมงานหรือลูกค้าเพื่อศึกษารูปลักษณะภายนอกของพริตตี้เป็นเบื้องต้น นอกจากนี้ ยังสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของพริตตี้หรือเน็ตไอดอลที่รีวิวผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางปลอมทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้เห็นพฤติกรรมที่มีต่อเครื่องสำอางปลอมและแนวทางการอาศัยสื่อในการสนับสนุนของเครื่องสำอางปลอม

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.5.1 ทราบแนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางปลอม
- 1.5.2 ทราบพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางปลอมที่แตกต่างในพริตตี้
- 1.5.3 ทราบสาเหตุที่ทำให้พริตตี้ใช้เครื่องสำอางหรือตกเป็นเหยื่อของเครื่องสำอางปลอม
- 1.5.4 ทราบผลกระทบที่เกิดขึ้นกับพริตตี้จากการใช้เครื่องสำอางปลอมและมุมมองในกระบวนการยุติธรรมในเรื่องดังกล่าว

2. ผลการศึกษาวิจัย

จากการศึกษาเรื่องกลวงของการใช้เครื่องสำอางปลอมในกลุ่มพริตตี้ พบประเด็นในผลการศึกษาตามลำดับต่อไปนี้

2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory)

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) เป็นทฤษฎีซึ่งอธิบายความแตกต่างกันของมนุษย์ในเรื่องของปัจเจกบุคคล เช่น ความคิด ความสนใจ การรับรู้ และบุคลิกลักษณะแต่ละบุคคลโดยความแตกต่างเหล่านี้มีอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมของบุคคลที่อยู่วัฒนธรรมของสังคมนั้น ดังนั้นการรับรู้ของบุคคล ความคิด ความสนใจอันก่อให้เกิดความแตกต่างได้นั้นเกิดจากการรับอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมที่อยู่ของบุคคล สภาพแวดล้อมที่แตกต่าง การถูกปลูกฝังในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง จนถึงการรับสารอย่างหนึ่งอย่างใดเป็นเวลานานส่งผลให้เกิดความแตกต่างระหว่างบุคคลโดยการเลือก

รับสารของแต่ละบุคคลนั้นความแตกต่างของแต่ละบุคคลจะแบ่งออกเป็น ความแตกต่างส่วนบุคคลภายใน คือ ความแตกต่างจากบุคลิก ความคิดและจิตวิทยาของแต่ละบุคคล และความแตกต่างจากอิทธิพลภายนอก คือ อิทธิพลจากการเรียนรู้ที่ต่างกันอย่างอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมที่ต่างกันอย่างอิทธิพลจาก ค่านิยมทางสังคมสังคม ความเชื่อ⁷

ทฤษฎีนี้จึงเหมาะสมอย่างยิ่งในการนำมาศึกษาเพื่อสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมในการเลือกใช้เครื่องสำอางที่ต่างหรือเหมือนกันของฟรีดตี้ โดยมีปัจจัยใดเป็นตัวกำหนดบ้าง และการที่ฟรีดตี้บางคนทำไม่รู้ว่า เป็นเครื่องสำอางปลอมแล้วยังคงคิดที่จะใช้ต่อไป โดยมีปัจจัยใดเป็นส่วนที่สนับสนุน และทำไมปัจจัยเหล่านั้นจึงมีอิทธิพลต่อพวกเขามากกว่าการตระหนักถึงผลกระทบหรืออันตรายที่จะเกิดขึ้น

2.1.2 ทฤษฎีตัดสินใจเลือกอย่างมีเหตุผล (Rational Choice Theory)

ทฤษฎีตัดสินใจเลือกอย่างมีเหตุผลคือ ทฤษฎีที่เชื่อว่ากิจกรรมทุกอย่างของมนุษย์เกิดขึ้นจากการไตร่ตรองและตัดสินใจกระทำอย่างมีเหตุผล ผ่านการพิจารณาระหว่างสิ่งหนึ่งกับอีกสิ่งหนึ่งว่าสิ่งใดจะเป็นประโยชน์ต่อตนเองมากกว่ากัน โดยแต่ละคนจะมีเหตุผลเป็นของตนเอง ทั้งนี้ อาจมีปัจจัยภายนอกมาเป็นส่วนหนึ่งในการเลือกของมนุษย์ว่าอันไหนเป็นสิ่งที่คุ้มค่ามากกว่ากัน ซึ่งมนุษย์ล้วนมีการตัดสินใจเลือกบางอย่างด้วยความพึงพอใจของตนโดยมีเหตุผลต่างกัน เมื่อสังคมกำหนดค่านิยมในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง การเลือกของมนุษย์ก็ย่อมเป็นไปตามค่านิยมนั้นเพราะจากทฤษฎีนี้ การเลือกของมนุษย์ได้รับอิทธิพลมาจากค่านิยมซึ่งมีส่วนสัมพันธ์กับความพึงพอใจและรสนิยมของแต่ละบุคคล⁸ การเลือกใช้เครื่องสำอางจนกระทั่งถึงการเลือกใช้เครื่องสำอางที่อันตรายของฟรีดตี้ เป็นไปเพื่อให้ตนเองมีรูปลักษณ์เป็นไปตามค่านิยมของสังคมนั้น แม้การใช้เครื่องสำอางปลอมของฟรีดตี้จะเสี่ยงอันตรายต่อสุขภาพและผิวหน้า แต่ฟรีดตี้ก็เลือกที่จะใช้โดยอาจมีเหตุผลของตนเองเพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่มีประโยชน์สูงสุดต่อตัวเองโดยมองว่าเพื่อความสวยตามกระแสสังคมผ่านสื่อสังคมและบุคคลต้นแบบ และเพื่อการทำงานและเงิน ซึ่งเป็นการแลกเปลี่ยนที่มองว่าสิ่งที่เลือกคือความคุ้มค่า ในขณะที่เดียวกันในมุมมองของผู้ผลิต หรือผู้ขาย ก็จะมีการตัดสินใจอย่างมีเหตุผลในรูปแบบตนเอง การตัดสินใจขาย การตัดสินใจในการผลิต มีการตัดสินใจที่เป็นไปเพื่อผลกำไรรายได้ที่มากขึ้น ความคุ้มค่า และการขายที่ง่ายขึ้น ทำให้ผู้ผลิตได้ผลิตเครื่องสำอางปลอมหรือขายเป็นการแสดงให้เห็นการตัดสินใจเลือกอย่างมีเหตุผล⁹

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจเครื่องสำอาง (Cosmetic Business)

มนุษย์ในยุคปัจจุบันมีการใช้เครื่องสำอางตั้งแต่ตื่นนอนจนถึงเข้านอน ส่งผลให้อุตสาหกรรมเครื่องสำอางได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทยนั้น เป็นอุตสาหกรรมที่มีโครงสร้างตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด โดยผู้ผลิตรายใหญ่ส่วนมากจะเป็นบริษัทข้ามชาติซึ่งมีโรงงานผลิตอยู่หลายประเทศในอาเซียนโดยแต่ละแห่งจะผลิตสินค้าหลายชนิดส่วนบริษัทผู้ผลิตคนไทยจะเป็นบริษัทเล็กกว่า

⁷ วิชากา, “ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล,” แก๊ซครั้งล่าสุด 2556, สืบค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2565, http://www.thongkred99.blogspot.com/2013/07/blog-post_7954.html?zx=e6681ae31fbb46d9/

⁸ จักรีย์ไชยพินิจ, “บทวิพากษ์ทฤษฎีการเลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผล: ข้อจำกัดในการสร้างคำอธิบายทางสังคมศาสตร์,” *วารสารเศรษฐศาสตร์การเมืองบูรพา* 4, ฉ. 1 (มกราคม-ธันวาคม 2559): 51-84.

⁹ กฤษณา ฟองธนกิจ, “ทฤษฎีทางเลือกอย่างมีเหตุผลกับสิ่งท้าทาย,” *วารสารรัฐประศาสนศาสตร์* 20, ฉ. 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565): 83-98.

ตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของไทยแบ่งตามลักษณะผลิตภัณฑ์ออกเป็น 4 กลุ่ม คือ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า และผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวกาย เครื่องสำอางเป็นเรื่องของสองสิ่งที่ต้องนำมารวมกันให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุดคือคุณภาพใหม่ล้ำเลิศที่ดีกว่าคู่แข่งในตลาดและเสน่ห์เข้ายวนของความงามแบบที่กำลังนำเสนออยู่โดยทั่วไปผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมีการแบ่งออกเป็น 4 ประเภทคือ 1) สินค้าสำหรับตลาดฟุ่มเฟือย 2) สินค้าสำหรับกลุ่มผู้เสพระดับทั่วไป 3) สินค้าสำหรับมืออาชีพ และ 4) สินค้าสำหรับกลุ่มผู้เฉพาะด้านสำหรับธุรกิจเครื่องสำอาง หัวใจของการทำงานมีอยู่ 2 ประการคือต้องยึดมั่นในคุณค่าของยี่ห้อและไม่ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณเองบกพร่อง การแข่งขัน เทคนิคการขายเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ใหญ่กว่า ดีกว่าการค้นคว้าใหม่ ๆ เพื่อสิ่งที่ดีกว่าจึงเกิดขึ้นทุกวัน¹⁰

2.2 การใช้เครื่องสำอางปลอมที่แตกต่างในพริตตี้

2.2.1 พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางปลอมที่แตกต่างในพริตตี้ จากทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคลจะพบว่า พริตตี้จะมีความแตกต่างกันจากความเชื่อที่ปลูกฝัง ซึ่งความแตกต่างของพริตตี้เป็นส่วนสำคัญในการเลือกเครื่องสำอาง ในการศึกษาพบว่าพริตตี้จะมีความเชื่อที่แตกต่างกัน พริตตี้บางคนเชื่อในรีวิวกจากอินเทอร์เน็ต สื่อและโฆษณา แต่พริตตี้ก็ส่วนเชื่อในคำแนะนำจากคนรอบข้าง ในส่วนของความเชื่อที่ทำให้พริตตี้มีพฤติกรรมในการเลือกเครื่องสำอางที่แตกต่าง คือสิ่งแวดล้อมและ ความเป็นอยู่ จนถึงรายได้ก็เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความเป็นตัวตนของพริตตี้ขึ้นให้มีความแตกต่างกัน การเรียนรู้และประสบการณ์ก็เป็นสิ่งสำคัญที่กำหนดพฤติกรรมของพริตตี้ เช่น พริตตี้เมื่อได้เรียนรู้ว่าเครื่องสำอางปลอมใช้แล้วมีอาการแพ้รุนแรงก็จะเลิกใช้และไม่เลือกใช้อีก ในขณะที่หากพริตตี้ไม่เคยใช้เครื่องสำอางปลอมแต่ก็ไม่กล้าลองเพราะมีประสบการณ์คนรู้จักใช้แล้วมีอาการแพ้รุนแรง การเรียนรู้และประสบการณ์ของพริตตี้จึงเป็นส่วนสำคัญต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของพริตตี้ในการเลือกเครื่องสำอางให้มีความแตกต่างออกไป นอกจากนี้ สามารถแบ่งความแตกต่างของพริตตี้จะแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ คือ พริตตี้ที่มีการใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ พริตตี้ที่ไม่ได้ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำและพริตตี้ที่ไม่เคยใช้เครื่องสำอางปลอม

2.2.2 สิ่งที่ทำให้พริตตี้ยังคงใช้เครื่องสำอางปลอมหรือตกเป็นเหยื่อกลไกในการหลอกลวงในเครื่องสำอางปลอมนั้นอาศัยความเชื่อและความมั่นใจของพริตตี้ในการใช้ เครื่องสำอางปลอม ซึ่งการเชื่อมั่นในเครื่องสำอางปลอมทำให้พริตตี้มีความต้องการที่จะใช้ในเครื่องสำอางปลอมนั้น นอกจากนี้ สิ่งที่ทำให้พริตตี้เชื่อมั่นและต้องการใช้เครื่องสำอางปลอมมีอยู่ 4 ปัจจัย คือ

1) การใช้ค่านิยมของสังคม จากการศึกษาพบว่า ค่านิยมในสังคมมีผลต่อการดำรงชีวิตของพริตตี้ โดยพริตตี้ที่มีความสมบูรณ์แบบของค่านิยมในสังคมนั้นก็จะมีภาระงาน รายได้ที่ดีและเป็นที่ยอมรับเพราะค่านิยมของสังคมนั้นเป็นสิ่งกำหนดความต้องการของสังคม ด้วยเหตุนี้ พริตตี้จึงอาศัยค่านิยมทางสังคมในการทำให้ตนเองเป็นที่นิยม สิ่งที่ตอบโจทยสำหรับพริตตี้ในความสมบูรณ์แบบตามค่านิยม คือ เครื่องสำอางปลอม เพราะเป็นสิ่งที่ผลิตออกมาเพื่อตอบสนองค่านิยมของสังคมซึ่งผลลัพธ์จากการใช้ก็เห็นผลลัพธ์ได้เร็ว

¹⁰ ริจิตบอซ, “5 แนวคิดกับการเป็นเจ้าของแบรนด์เครื่องสำอาง ทำอย่างไรให้ปัง,” แก๊ซครั้งล่าสุด 2564, สืบค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2565, <https://www.rigidboxes.com/5/>

2) การใช้สื่อโฆษณาชวนเชื่อ สื่อซึ่งเป็นสิ่งสำคัญต่อการสร้างความเชื่อมั่น ซึ่งสื่อหากมีการนำเสนอข้อมูลบางอย่างสิ่งนั้นอาจจะกลายเป็นกระแส ซึ่งโดยนอกรากนั้นแล้วนั้น สื่อยังสร้างความน่าเชื่อถือได้ เช่น ถ้าเครื่องสำอางปลอมมีการออกสื่อบ่อยครั้งพริตตี้จะเริ่มมีการเชื่อถือในเครื่องสำอางปลอม

3) การรีวิวจากบุคคลต่าง ๆ เช่น คนดังในสังคม หรือรีวิวจากบุคคลอื่นจากการศึกษาพบว่า รีวิวการใช้เครื่องสำอางจากคน ดังนั้น มีผลเป็นอย่างมากกับพริตตี้ เนื่องจากพริตตี้ บางคนมีการเชื่อมั่นในการรีวิวของคนดังเป็นอย่างมาก โดยมองว่าเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือ พริตตี้บางส่วนมักจะเลือกซื้อเครื่องสำอางโดยอาศัยการรีวิวเป็นการตัดสินใจเลือกนอกรากนี้พริตตี้เป็นกลุ่มอาชีพที่อาศัยกระแสสังคม ดังนั้นหากคนดังที่รีวิวเครื่องสำอางปลอมตามกระแสพริตตี้มักจะเชื่อถือและเลือกตามโดยไม่มีเงื่อนไข

4) การเชื่อถือบุคคลรอบข้าง เพื่อน บุคคลใกล้ชิดพริตตี้ส่วนมากจะเชื่อถือบุคคลรอบข้าง ในการเลือกเครื่องสำอางหรือการได้รับคำแนะนำจากบุคคลรอบข้างซึ่งจะมีน้ำหนักความน่าเชื่อถือเป็นอย่างมาก เมื่อเกิดความลังเลในการเลือกเครื่องสำอางหากได้รับคำแนะนำจากกลุ่มเพื่อน รุ่นพี่ พริตตี้จะสามารถตัดสินใจได้ทันที ซึ่งพริตตี้มองว่ากลุ่มบุคคลรอบข้างเป็นกลุ่มที่ใช้เวลาอยู่ด้วยกัน เมื่อเห็นว่าบุคคลรอบข้างมีการใช้เครื่องสำอางแล้วใช้ดีก็จะมีการใช้ตามแม้ว่าจะจะเป็นเครื่องสำอางปลอมก็ตาม

2.2.3 ผลกระทบที่เกิดกับพริตตี้จากการใช้เครื่องสำอางปลอมเครื่องสำอางปลอมมีอันตรายเกิดขึ้นได้หากมีการใช้ ซึ่งอันตรายที่เกิดขึ้นจะส่งผลกระทบต่อร่างกายทั้งภายในและภายนอก แต่สิ่งที่พริตตี้กลัวที่สุดคืออันตรายที่เกิดขึ้นกับภายนอกซึ่งจะทำให้พริตตี้เสียโอกาสหลายอย่างหากพริตตี้มีการใช้แล้วมีอาการแพ้เกิดขึ้นจะทำให้พริตตี้เสียเงินในการรักษาและต้องออกจากการเป็นพริตตี้ ด้วยเหตุนี้ ผลกระทบที่เกิดกับพริตตี้จะแบ่งเป็น 3 อย่างคือผลกระทบต่อร่างกาย ผลกระทบต่อรายได้และผลกระทบต่องาน สิ่งที่สำคัญและเป็นส่วนหลักคือ ผลกระทบต่อร่างกายซึ่งส่งผลกระทบต่อทั้งร่างกายภายในและร่างกายภายนอก¹¹

1) ร่างกายภายในเครื่องสำอางปลอมสามารถสะสมอยู่ในระบบอวัยวะและเลือดได้หากใช้ไปเป็นเวลานานโดยจะส่งผลกระทบต่อสุขภาพในภายหลัง

2) ร่างกายภายนอกเครื่องสำอางปลอมสามารถส่งผลกระทบต่อร่างกายภายนอกได้ อย่างเห็นได้ชัดหากมีอาการแพ้เกิดขึ้นเป็นอาการที่ไม่พึงประสงค์ของกลุ่มพริตตี้เพราะพริตตี้อาชีพผิวหน้า ผิวสวยในการส่งเสริมอาชีพการงานของตน

3) ผลกระทบต่อรายได้ เงินหากพริตตี้มีการใช้เครื่องสำอางปลอมแล้วเกิดอาการแพ้ขึ้น เช่น สิวอักเสบขึ้น เกิดหลุมสิว พริตตี้จะต้องเสียเงินไปจ่ายให้กับการรักษาซึ่งการรักษา จากการศึกษาพบว่า โดยเฉลี่ย 2,000 - 2,500 บาท ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับอาการแพ้

4) ผลของการใช้เครื่องสำอางปลอมส่งผลให้เสียสุขภาพและหมดโอกาสในการทำงานการใช้เครื่องสำอางปลอมส่งผลกระทบต่อสุขภาพของพริตตี้ทั้งภายนอก เช่น ผิวหนังและภายในระบบต่าง ๆ ของร่างกายถ้ามีอาการแพ้รุนแรง ส่งผลให้เสียโฉมพริตตี้คนนั้นก็จะไม่สามารถทำงานเป็นพริตตี้ได้ อีกทั้ง

¹¹ กรมการแพทย์, “อันตรายจากการใช้เครื่องสำอางปลอม,” แก๊ซครั้งล่าสุด 2562, สืบค้นเมื่อ 31 สิงหาคม 2565, <https://www.thaihealth.or.th/?p=235571/>

ยังหมดโอกาสในการทำงานหาการรักษาไม่หาย นอกจากนี้ หากส่งผลกระทบต่อระบบกายของร่างกายก็อาจจะส่งผลกระทบต่อร่างกายจนอาจเป็นโรครุนแรงถึงขั้นไม่สามารถกลับมาทำงานได้เช่นเดียวกัน จากการศึกษาพบว่า ในบางคนที่เป็นอดีตพริตตี้มีอาการเสียโฉมจากรอยสิวและยังคงเป็นสิวกักเสบจนปัจจุบัน ดังนั้น อดีตพริตตี้จึงเลิกจากการรับงานพริตตี้และไม่มีโอกาสการทำงานเป็นพริตตี้จนปัจจุบันนอกจากค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียจากการรักษาเมื่อพริตตี้หมดโอกาสในการทำงานเป็นพริตตี้เนื่องจากอาการแพ้เครื่องสำอางปลอม พริตตี้ก็จะขาดรายได้เช่นกัน จากการศึกษาพริตตี้แต่ละคนมีความแตกต่างของแต่ละบุคคลตามการศึกษา อายุ และสภาพแวดล้อม¹² ซึ่งมีผลต่อความคิดในการใช้เครื่องสำอาง ซึ่งความแตกต่างนี้มีผลต่อการเลือกใช้เครื่องสำอางและผลกระทบจากการใช้เครื่องสำอางปลอม โดยจะแยกออกความแตกต่างของพริตตี้แต่ละคนออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้ 1) พริตตี้ที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ, 2) พริตตี้ที่ไม่ได้ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ และ 3) พริตตี้ที่ไม่ใช้เครื่องสำอางปลอมความแตกต่างระหว่างบุคคล ส่งผลต่อแนวความคิดการเลือกเครื่องสำอางและความเชื่อถือในเครื่องสำอาง จากทั้งประสบการณ์โดยตรงและทางอ้อมกลายเป็นการสร้างตัวตนเกิดลักษณะเฉพาะของบุคคล ด้วยเหตุนี้การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างบุคคลสามารถแสดงให้เห็นถึงแนวความคิด ปัจจัย และการเลือกเครื่องสำอางในพริตตี้

จากการศึกษาพริตตี้พบว่า มีการเลือกเครื่องสำอางหรือไม่เลือกเครื่องสำอางนั้นผ่านการเรียนรู้ในความแตกต่างระหว่างบุคคลด้านพฤติกรรมและความเชื่อเกิดจากปัจจัยสภาพแวดล้อมเป็นพื้นฐานสำคัญที่ทำให้พริตตี้มีพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางที่ต่างกันไป ด้วยเหตุนี้จากการศึกษาจะพบว่า พริตตี้แต่ละคนนั้นจะมีความคล้ายคลึงด้านพฤติกรรมการเลือกเครื่องสำอางจากกลุ่มของตนและจะมีความแตกต่างจากกลุ่มอื่น นอกจากนี้ ความเชื่อและพฤติกรรมแตกต่างของพริตตี้ทำให้เห็นถึงการหลงกลวงในเครื่องสำอางปลอมหรือการที่พริตตี้ยังคงใช้เครื่องสำอางปลอมอยู่อันเกิดจากความพึงพอใจ แต่บางส่วนก็เลิกใช้เนื่องจากประสบการณ์ที่ได้รับที่ส่งผลกระทบต่อตนเอง จะเห็นได้ว่าพริตตี้มีพฤติกรรมและความเชื่อที่แตกต่างส่งผลกระทบต่อที่แตกต่างเช่นเดียวกัน เช่น กลุ่มพริตตี้ที่ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำจะได้รับผลกระทบมากกว่ากลุ่มอื่น เพราะพฤติกรรมใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำนั้นมีความเสี่ยงต่อผลกระทบที่จะเกิดขึ้นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมจากการใช้เครื่องสำอางปลอมในพริตตี้ จากปรากฏการณ์ทั้งหมดจะเห็นได้ว่าพริตตี้มีการใช้เครื่องสำอางปลอมจากกระแสของสังคมความต้องการมีผิวขาว เนียนละเอียด ความสวยในอุดมคติที่เป็นในรูปแบบเดียวกันทำให้พริตตี้กลายเป็นเหยื่อจากอุดมคติของสังคม ซึ่งสิ่งที่พริตตี้ต้องการจะเป็นนี้เกิดจากการบังคับทางอ้อมจากงานที่พริตตี้ทำเนื่องจากการเป็นพริตตี้จำเป็นต้องมีความสวยตามรูปแบบที่สังคมให้ความนิยม นอกจากนี้ ปัจจัยที่ทำให้พริตตี้มีการหลงเชื่อ และเชื่อมั่นต่อการใช้เครื่องสำอางปลอม คือ ปัจจัยสื่อทางสังคมออนไลน์ เน็ตไอดอล ผู้คนในโลกอินเทอร์เน็ต และปัจจัยเพื่อน คนใกล้ชิด โดยเฉพาะกรณีของพริตตี้จะเป็นกลุ่มเพื่อนพริตตี้ด้วยกัน จึงเกิดความน่าเชื่อถือและไวใจเนื่องจากมีความต้องการและอาชีพเสริมเหมือนกัน จึงมองว่าสิ่งที่เป็นกลุ่มเดียวกันน่าจะตอบโคงให้ได้ดีกว่าการเชื่อถือจากแหล่งอื่น แม้จะเป็นภาครัฐก็ตาม

¹² ปณิขามน ตรีภูมสม, “ผลการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรองเครื่องสำอางต่อความตั้งใจซื้อสินค้า,” *วารสารนิเทศศาสตร์* 37, ฉ. 3 (กันยายน-ธันวาคม 2562): 10-19.

ซึ่งพริตตี้เมื่อมีการซื้อจาก 2 ปัจจัยดังกล่าวก็จะมีเครื่องสำอางปลอมเมื่อเครื่องสำอางเหล่านี้ตอบโจทย์ความต้องการพริตตี้จึงเลือกที่จะใช้เพราะเห็นผลลัพธ์รวดเร็ว ซึ่งถ้าไม่ใช่เครื่องสำอางทั่วไปตามท้องตลาดอาจจะไม่เห็นผลลัพธ์ที่รวดเร็วอาจจะส่งผลในการพลาดโอกาสทองงานที่ทำ ซึ่งผู้จ้างอาจจะไปจ้างพริตตี้คนอื่น ด้วยเหตุนี้การตัดสินใจเลือกของพริตตี้ นอกจากจะเป็นการต่อสู้กับผู้อื่นยังเป็นการต่อสู้ในการเลือกกับตนเอง แม้ว่าจะมีการเตือนจากภาครัฐในเรื่องของอันตรายจากการใช้เครื่องสำอางปลอม แต่พริตตี้ยังคงจำเป็นที่จะต้องซื้อเครื่องสำอางปลอมโดยอาศัยความเชื่อมั่นจากการเห็นเพื่อนทดลองใช้ก่อน หรือจากประสบการณ์ของตนเอง ซึ่งไม่สามารถไปห้ามแนวความคิดของพริตตี้บางกลุ่มได้ในเรื่องการใช้เครื่องสำอางปลอม ถ้าหากกระแสสังคมยังถือความงามในอุดมคติที่มีรูปแบบเดียว

2.3 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องกลวงของการใช้เครื่องสำอางปลอมในกลุ่มพริตตี้ สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

2.3.1 พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางปลอมที่แตกต่างในพริตตี้ สอดคล้องกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล โดยพริตตี้จะมีความแตกต่างกันจากความเชื่อที่ปลูกฝัง ซึ่งความแตกต่างของพริตตี้เป็นส่วนสำคัญในการเลือกเครื่องสำอาง พริตตี้บางคนเชื่อในรีวิวจากอินเทอร์เน็ต สื่อและโฆษณา แต่พริตตี้อีกส่วนเชื่อในคำแนะนำจากคนรอบข้าง ในส่วนของความเชื่อที่ทำให้พริตตี้มีพฤติกรรมในการเลือกเครื่องสำอางที่แตกต่างคือสิ่งแวดล้อมและความเป็นอยู่ ตลอดจนถึงรายได้ก็เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความเป็นตัวตนของพริตตี้ขึ้น ให้มีความแตกต่างกันการเรียนรู้และประสบการณ์ก็เป็นสิ่งสำคัญที่กำหนดพฤติกรรมของพริตตี้ เช่น พริตตี้เมื่อได้เรียนรู้ว่าเครื่องสำอางปลอมใช้แล้วมีอาการแพ้รุนแรงก็จะเลิกใช้และไม่เลือกใช้อีก ในขณะที่เดียวกันหากพริตตี้ไม่เคยใช้เครื่องสำอางปลอมแต่ก็ไม่กล้าลองเพราะมีประสบการณ์คนรู้จักใช้แล้วมีอาการแพ้รุนแรง นอกจากนี้ สามารถแบ่งความแตกต่างของพริตตี้จะแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ คือ 1) พริตตี้ที่มีการใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ 2) พริตตี้ที่ไม่ได้ใช้เครื่องสำอางปลอมเป็นประจำ และ 3) พริตตี้ที่ไม่เคยใช้เครื่องสำอางปลอม ซึ่งความแตกต่างด้านพฤติกรรมของพริตตี้และปัจจัยเรื่องค่านิยมของสังคม ปัจจัยพื้นฐาน อายุ รายได้ การศึกษา ความเชื่อและการเรียนรู้ เป็นส่วนสำคัญสำหรับความแตกต่างของพริตตี้ในการเลือกเครื่องสำอาง ดังนั้น หากพริตตี้กลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมีปัจจัยทั้งสามอย่างนี้เหมือนกัน การเลือกเครื่องสำอางกลุ่มพริตตี้นั้นก็เลยคล้ายคลึงกัน

2.3.2 สิ่งที่ทำให้พริตตี้ยังคงใช้เครื่องสำอางปลอมหรือตกเป็นเหยื่อกลไกในการหลอกลวงในเครื่องสำอางปลอมนั้นอาศัยความเชื่อและความมั่นใจของพริตตี้ในการใช้เครื่องสำอางปลอม ซึ่งการเชื่อมั่นในเครื่องสำอางปลอมทำให้พริตตี้มีความต้องการที่จะใช้ในเครื่องสำอางปลอมนั้น โดยสิ่งที่ทำให้พริตตี้เชื่อมั่นและต้องการใช้เครื่องสำอางปลอมมีอยู่ 4 ปัจจัย ได้แก่ 1) การใช้ตามค่านิยมของสังคม 2) การใช้ตามสื่อโฆษณาชวนเชื่อ 3) การรีวิวจากบุคคลต่าง ๆ เป็นการเชื่อถือโดยอาศัยจากคนหมู่มาก และ 4) การเชื่อถือบุคคลรอบข้างเพื่อนบุคคลใกล้ชิดพริตตี้การได้รับคำแนะนำจากบุคคลรอบข้างซึ่งจะมีน้ำหนักความน่าเชื่อถือเป็นอย่างมาก

2.3.3 ผลกระทบที่เกิดกับพริตตี้จากการใช้เครื่องสำอางปลอม ไม่ว่าจะเป็นอาการแพ้ที่ปรากฏออกมาทางร่างกาย เครื่องสำอางปลอมสามารถสะสมอยู่ในอวัยวะภายในจะส่งผลต่อสุขภาพและหมดโอกาสในการทำงานหากมีอาการแพ้รุนแรงส่งผลให้เสียโฉมพริตตี้คนนั้นก็เลยไม่สามารถทำงานเป็นพริตตี้ได้ อีกทั้งยังหมดโอกาสในการทำงานหากรักษาไม่หาย นอกจากนี้ หากส่งผลกระทบต่อระบบภายในของร่างกายก็อาจจะ

ส่งผลรุนแรงต่อร่างกายจนอาจเป็นโรครุนแรงถึงขั้นไม่สามารถกลับมาทำงานได้เช่นเดียวกันนำไปสู่การสูญเสียรายได้จากข้อมูลในข้อ 2 และ ข้อ 3 แสดงให้เห็นว่าความเชื่อในข้อที่ 2 เป็นฐานความเชื่อที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่แตกต่างกันตามความแตกต่างกันตามทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) โดยความแตกต่างส่วนบุคคลภายใน ไม่ว่าจะเป็นความแตกต่างจากบุคลิก ความคิดและจิตวิทยาของแต่ละบุคคล และความแตกต่างจากอิทธิพลจากการเรียนรู้ที่แตกต่างกันอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันตามที่พฤติกรรมแต่ละคนได้รับรู้และมีประสบการณ์ผ่านค่านิยมของสังคม ผ่านสื่อโฆษณาชวนเชื่อ การรื้อวิจจากบุคคลต่าง ๆ และการเชื่อถือบุคคลรอบข้าง ที่แตกต่างกันตามสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันของพฤติกรรมแต่ละคนซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องสำอางปลอมซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีตัดสินใจเลือกอย่างมีเหตุผล (Rational Choice Theory) ซึ่งบุคคลจะเลือกตัดสินใจที่จะกระทำหรือไม่กระทำเมื่อมีการคิดไตร่ตรองถึงเหตุและผลจะเกิดขึ้นว่าคุ้มค่าต่อสิ่งที่ได้มากกว่าสิ่งที่เสียจึงตัดสินใจเลือกใช้เครื่องสำอางปลอมต่อหรือ ยุติการใช้เครื่องสำอางปลอมกล่าวคือ หากพฤติกรรมได้รับรู้และมีประสบการณ์ที่ดีจากการใช้เครื่องสำอางปลอมก็จะใช้เครื่องสำอางปลอมต่อไปแม้จะรับรู้ว่าจะเสี่ยงต่อสุขภาพ แต่เนื่องจากเครื่องสำอางปลอมมีราคาต่ำกว่าเครื่องสำอางจริงและให้ผลลัพธ์ตรงตามความต้องการของพฤติกรรม จึงคุ้มค่าต่อการลงทุนจึงตัดสินใจเลือกใช้เครื่องสำอางปลอมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับ ธุรกิจเครื่องสำอาง (Cosmetic Business) ซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อดึงดูดให้ลูกค้าใช้สินค้าหรือเครื่องสำอางที่ถูกผลิตขึ้น แต่หากพฤติกรรมมีการรับรู้และมีประสบการณ์ต่อเครื่องสำอางปลอมที่ไม่ดีไม่ว่าจะเป็นอาการแพ้ที่ปรากฏออกมาทางร่างกาย และส่งผลต่อสุขภาพจนกระทั่งมีอาการแพ้รุนแรงจนกระทั่งหมดโอกาสในการทำงานและสูญเสียรายได้พฤติกรรมจะมีการตัดสินใจยุติการใช้เครื่องสำอางปลอมได้

ดังนั้นแล้ว เพื่อเป็นการป้องกันผลกระทบต่ออันตรายจากการใช้เครื่องสำอางปลอมในอนาคตจะต้องตระหนักในการใช้เครื่องสำอางเหล่านี้โดยมองว่าผลกระทบเล็กน้อยอาจจะกลายเป็นปัญหาใหญ่ต่อสุขภาพในอนาคต นอกจากนี้ในเว็บไซต์ขององค์การอาหารและยาจะมีประกาศเครื่องสำอางอันตรายโดยแสดงชื่อและรูปต่าง ๆ ให้ทราบซึ่งสะดวกต่อการตรวจสอบ ดังนั้นธุรกิจเครื่องสำอางปลอมจะหมดไปจากสังคมไทย หากพฤติกรรมและคนในสังคมหยุดการใช้และสนับสนุนการใช้เครื่องสำอางปลอม สร้างการรับรู้ถึงอันตรายและสร้างค่านิยมใหม่ว่าเป็นสิ่งที่น่ากลัวของสังคม และปรับเปลี่ยนค่านิยมความงามที่มองความงามในรูปแบบเดียว ดังนั้น เครื่องสำอางปลอมเหล่านี้จึงจะหายไปจากสังคม แม้ว่าการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นโดยการจับกุมเครื่องสำอางปลอมนั้นไม่สามารถทำให้หมดไปโดยสิ้นเชิง เพราะยังมีผู้ประกอบการผลิตเครื่องสำอางปลอมขึ้นมาใหม่ตามกระแสสังคม เพราะฉะนั้น ผู้ใช้จึงมีความสำคัญอย่างมากต่อการแก้ปัญหาเครื่องสำอางปลอมในสังคม ซึ่งหากไม่มีผู้ใช้เครื่องสำอางปลอมเหล่านี้ลดลงหรือหายไปจากสังคมได้

2.4 มุมมองในด้านกระบวนการยุติธรรม

เมื่อกล่าวถึงกระบวนการยุติธรรมนั้น หมายถึง วิธีดำเนินการให้ความคุ้มครองสิทธิ เสรีภาพ และให้เป็นธรรมในทางกฎหมายแก่บุคคล โดยบุคลากรและองค์กร หรือสถาบันต่าง ๆ ซึ่งมีหน้าที่บริหารงานยุติธรรม เช่น พนักงานฝ่ายปกครองหรือตำรวจ พนักงาน¹³ ดังนั้นสิ่งที่ช่วยสนับสนุนพฤติกรรมดีและปกป้อง

¹³ ประดิษฐ์ แป้นทอง, “ปัญหาและแนวทางในการพัฒนาระบบการยุติธรรมของประเทศไทย,” *วารสารกฎหมาย คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี* 8, ฉ. 16 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2558): 75-76.

คือ การช่วยเหลือของภาครัฐที่ทำให้พริตตี้เหล่านี้สามารถพึ่งพาภาครัฐได้เมื่อเกิดผลกระทบขึ้น ช่องว่างระหว่างองค์กรของภาครัฐและพริตตี้เหล่านี้ต้องแคบลงเพื่อภาครัฐสามารถช่วยเหลือพริตตี้เหล่านี้ในการเรียกร้องความเสียหายที่เกิดขึ้นในอนาคตกับผู้ผลิตเครื่องสำอางปลอมแนวทางการป้องกันการตกเป็นเหยื่อของกลไกการหลอกลวงเครื่องสำอางปลอมแนวทางการป้องกันในกลไกการหลอกลวงเครื่องสำอางจะต้องรู้ทันกลไกของสังคม กระแสสังคมที่เป็นอยู่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระแสสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การเชื่อถือในสื่อมีความน่าเชื่อถือมากน้อยแค่ไหนเพราะบางครั้งสื่อบางอย่างที่มีผู้คนเชื่อจำนวนมากก็ไม่น่าเชื่อถือ นอกจากนี้ การเชื่อถือบุคคลรอบข้างก็ไม่สามารถเชื่อถือได้เพราะบุคคลรอบข้างเหล่านั้นอาจจะมีการเชื่อถือมาจากสื่อโดยไม่มีการไตร่ตรองเป็นอย่างดี เพื่อเป็นการป้องกันผลกระทบต่ออันตรายจากการใช้เครื่องสำอางปลอมในอนาคตจะต้องตระหนักในการใช้เครื่องสำอางเหล่านี้ โดยมองว่าผลกระทบเล็กน้อยอาจจะกลายเป็นปัญหาใหญ่ต่อสุขภาพในอนาคต นอกจากนี้ในเว็บไซต์ขององค์การอาหารและยาจะมีประกาศเครื่องสำอางอันตรายโดยแสดงยี่ห้อและรูปต่าง ๆ ให้ทราบซึ่งสะดวกต่อการตรวจสอบ ดังนั้นธุรกิจเครื่องสำอางปลอมจะหมดไปจากสังคมไทยหากพริตตี้และคนในสังคมหยุดการใช้และสนับสนุนโดยสร้างการรับรู้ถึงอันตรายและสร้างค่านิยมใหม่ว่าเป็นสิ่งที่น่ากลัวของสังคมและปรับเปลี่ยนค่านิยมความงามที่มองความงามในรูปแบบเดียว ดังนั้น เครื่องสำอางปลอมเหล่านี้จึงจะหายไปจากสังคม แม้ว่าการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นโดยการจับกุมเครื่องสำอางปลอมนั้นไม่สามารถทำให้หมดไปโดยสิ้นเชิงเพราะยังมีผู้ประกอบการผลิตเครื่องสำอางปลอมขึ้นมาใหม่ตามกระแสสังคม เพราะฉะนั้น ผู้ใช้จึงมีความสำคัญอย่างมากต่อการแก้ปัญหาเครื่องสำอางปลอมในสังคม ซึ่งหากไม่มีผู้ใช้เครื่องสำอางปลอมเหล่านี้ก็จะหายไปจากสังคม

3. สรุปผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องกลลวงของการใช้เครื่องสำอางปลอมในกลุ่มพริตตี้ ผู้เขียนมีข้อสรุปและข้อเสนอแนะดังนี้

3.1 สรุปผล

พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางปลอมที่แตกต่างในพริตตี้ มีความสอดคล้องกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล โดยพริตตี้จะมีความแตกต่างกันจากความเชื่อที่ปลูกฝัง ซึ่งความแตกต่างของพริตตี้เป็นส่วนสำคัญในการเลือกเครื่องสำอาง พริตตี้บางคนเชื่อในรีวิวจากอินเทอร์เน็ต สื่อและโฆษณา แต่พริตตี้อีกส่วนเชื่อในคำแนะนำจากรอบข้าง ในส่วนของความเชื่อที่ทำให้พริตตี้มีพฤติกรรมในการเลือกเครื่องสำอางที่แตกต่างคือ สิ่งแวดล้อม และความเป็นอยู่ ตลอดจนถึงรายได้ ก็เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความเป็นตัวตนของพริตตี้ขึ้นให้มีความแตกต่างกัน การเรียนรู้และประสบการณ์ก็เป็นสิ่งสำคัญที่กำหนดพฤติกรรมของพริตตี้ กล่าวคือพริตตี้เมื่อได้เรียนรู้ว่าเครื่องสำอางปลอมใช้แล้วมีอาการแพ้รุนแรงก็จะเลิกใช้และไม่เลือกใช้อีกในขณะเดียวกันหากพริตตี้ไม่เคยใช้เครื่องสำอางปลอมแต่ก็ไม่กล้าลองเพราะมีประสบการณ์คนรู้จักใช้แล้วมีอาการแพ้รุนแรง นอกจากนี้ สามารถแบ่งความแตกต่าง ซึ่งความแตกต่างด้านพฤติกรรมของพริตตี้ และปัจจัยเรื่องค่านิยมของสังคม ปัจจัยพื้นฐาน อายุ รายได้ การศึกษา ความเชื่อและการเรียนรู้เป็นส่วนสำคัญสำหรับความแตกต่างของพริตตี้ในการเลือกเครื่องสำอาง ดังนั้น หากพริตตี้ในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมีปัจจัยทั้งสามอย่างนี้เหมือนกัน การเลือกเครื่องสำอางกลุ่มพริตตี้หนึ่งก็จะคล้ายคลึงกัน สาเหตุที่ทำให้พริตตี้ยังคงใช้เครื่องสำอางปลอมหรือตกเป็นเหยื่อกลลวงของการใช้เครื่องสำอางปลอมนั้น อาศัยความเชื่อและความมั่นใจของพริตตี้ในการใช้เครื่องสำอางปลอม

ตามทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) โดยความแตกต่างส่วนบุคคลภายในไม่ว่าจะเป็นความแตกต่างจากบุคลิกความคิดและจิตวิทยาของแต่ละบุคคล และความแตกต่างจากอิทธิพลจากการเรียนรู้ที่แตกต่างกันอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ตามที่พริตตี้แต่ละคนได้รับรู้และมีประสบการณ์ผ่านค่านิยมของสังคม ผ่านสื่อโฆษณาชวนเชื่อ การรีวิวกจากบุคคลต่าง ๆ และการเชื่อถือบุคคลรอบข้างที่แตกต่างกันตามสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันของพริตตี้แต่ละคน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจเครื่องสำอาง (Cosmetic Business) ซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อดึงดูดให้ลูกค้าใช้สินค้าหรือเครื่องสำอางที่ถูกผลิตขึ้น แต่หากพริตตี้มีการรับรู้และมีประสบการณ์ต่อเครื่องสำอางปลอมที่ไม่ดีไม่ว่าจะเป็นอาการแพ้ที่ปรากฏออกมาทางร่างกาย และส่งผลต่อสุขภาพจนกระทั่งมีอาการแพ้รุนแรงจนกระทั่งหมดโอกาสในการทำงานและสูญเสียรายได้ พริตตี้จะมีการตัดสินใจยุติการใช้เครื่องสำอางปลอมได้

3.2 ข้อเสนอแนะ

3.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ในแนวทางเบื้องต้นภาครัฐควรมีมาตรการควบคุมการผลิตเครื่องสำอางให้รัดกุมมากยิ่งขึ้นการยื่น ขอบหมายเลขของค์กรอาหารและยาควรมีขั้นตอนที่ยากขึ้น และควรมีการออกนโยบายตรวจสอบโรงงานที่ ผลิตเครื่องสำอาง ซึ่งสามารถตรวจสอบได้ง่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ตเพราะเครื่องสำอางปลอมเหล่านี้ล้วนผลิตขึ้นที่ประเทศไทยการควบคุมจึงเป็นไปได้ง่าย แต่ถ้าหากการดำเนินการเบื้องต้นแล้วไม่ได้ผล ภาครัฐเองควรมีการออกนโยบายควบคุมเครื่องสำอาง โดยให้เป็นสินค้าควบคุมรูปแบบเดียวกับผลิตภัณฑ์ยาเพื่อความปลอดภัยของประชาชนที่จะเสี่ยงใช้เครื่องสำอางปลอมอันส่งผลเสียต่อสุขภาพ

3.2.2 ข้อเสนอแนะแนวทางปฏิบัติ โดยแนวทางปฏิบัตินั้น การขอความร่วมมือจากภาคประชาสังคมในการจับตามองเครื่องสำอางปลอมว่ามีแหล่งขายแหล่งผลิตที่ไหนเพื่อแจ้งให้ทางภาครัฐได้ดำเนินการ ทั้งนี้การให้ความร่วมมือของภาคประชาชน จะมีประสิทธิภาพเป็นอย่างมากหากมีการช่วยเหลือกัน หากพบเจอใครมีการใช้เครื่องสำอางปลอมจะต้องมี การพุดเตือนว่าเป็นสิ่งอันตรายหากได้ลองใช้ นอกจากนี้ ภาครัฐควรให้การสนับสนุนภาคประชาชนในการดำเนินการฟ้องร้องเอาผิดต่อผู้ผลิตเครื่องสำอางปลอม โดยลดขั้นตอนที่วุ่นวายพร้อมทั้งทำประชาสัมพันธ์ที่เข้าใจง่ายให้ประชาชนได้ทราบถึงวิธีการเรียกร้องความเสียหายที่เกิดขึ้นกับตนและสิทธิในการปกป้องของประชาชน เพื่อให้ช่องว่างระหว่างภาคประชาชนและภาครัฐหายไป ลดขั้นตอนลดเวลาในการดำเนินการเพิ่มความสะดวกให้แก่ประชาชน งานเขียนชิ้นนี้มีการศึกษาในเรื่ององค์ประกอบของกลไกการหลอกลวงเครื่องสำอางในพริตตี้อันมีค่านิยมหรือกระแสสังคมเป็นตัวแปรที่สำคัญ จึงมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับการศึกษาในอนาคตถึงการใช้เครื่องสำอางที่กว้างออกไปในกลุ่มบุคคลกลุ่มอื่น เพื่อให้ทราบว่าค่านิยมยังคงมีอิทธิพลต่อคนกลุ่มอื่นเหมือนพริตตี้ ซึ่งเป็นที่น่าสนใจว่ากลุ่มคนเหล่านั้นอาจจะได้รับผลกระทบเช่นเดียวกับกลไกการหลอกลวงกลุ่มพริตตี้ในเครื่องสำอางปลอม และแสดงให้เห็นได้ชัดว่าค่านิยมและกระแสสังคมมีอิทธิพลต่อกลุ่มคนทุกกลุ่มทุกยุคสมัย

References

- Academic. "Theory of Individual Differences." Last modified July 13, 2013. Accessed July 25, 2022. http://www.thongkred99.blogspot.com/2013/07/blog-post_7954.html?zx=e6681ae31fbb46d9/ [In Thai]
- Chakri Chaipinit. "A Critique of Rational Choice Theory: Limitations in Social Science Explanation." *Journal of Burapha Political Economy* 4. no. 1 (January-December 2016): 51-84. [In Thai]
- Department of Medical Services. "The Dangers of Using Counterfeit Cosmetics." Last modified December 2, 2019. Accessed August 31, 2022. <https://www.thaihealth.or.th/?p=235571/> [In Thai]
- Kritsana Fongthanakit. "Rational Alternative Theory and Challenges." *Journal of Public Administration* 20. no. 2 (July-December 2022): 83-98. [In Thai]
- Panichamon Trakulsom. "Effects of Using Famous People Endorsing Cosmetics on Purchase Intention." *Journal of Communication Science* 37. no. 3 (September-December 2019): 10-19. [In Thai]
- Pradit Paenthong. "Problems and Guidelines for the Development of Thailand is Justice Process." *Law Journal, Faculty of Law, Ubon Ratchathani University* 8. no. 16 (July-December 2015): 75-76. [In Thai]
- Rigidbox. "5 Ideas for Owning a Cosmetic Brand How to Make Bangs." Last modified July 23, 2021. Accessed July 25, 2022. <https://www.rigidboxes.com/5/> [In Thai]