

การสร้างเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภค

ด้านเครื่องสำอางในชุมชน:

กรณีศึกษาดำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี

Development of consumer protection network on cosmetics in community :

A Case Study of Tambon Banrai, Amphoe Banrai, Uthai Thani

สิริลักษณ์ รื่นรวย
ระพีพรรณ ฉลองสุข

คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงปฏิบัติการครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสร้างเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางในชุมชน และศึกษาความปลอดภัยด้านเครื่องสำอางของชุมชนหลังดำเนินงานเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง โดยเปรียบเทียบความปลอดภัยด้านเครื่องสำอางของชุมชนก่อนและหลังสร้างเครือข่าย เปรียบเทียบระหว่างพื้นที่สร้างเครือข่ายกับพื้นที่ที่ไม่ได้สร้างเครือข่าย โดยเปรียบเทียบความชุกของเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ในชุมชน ความรู้และพฤติกรรมการเลือกซื้อ พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า ทาสี ฝ้า หน้าขาว และพฤติกรรมการปกป้องสิทธิผู้บริโภคของประชาชนอายุ 12-60 ปี ที่เคยซื้อและเคยใช้เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า ทาสี ฝ้า หน้าขาว ในตำบลบ้านไร่ (กลุ่มสร้างเครือข่าย) และตำบลลานสัก (กลุ่มเปรียบเทียบ) ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัยตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2553 - ตุลาคม 2554 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสำรวจ แบบสังเกต และแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติความถี่, ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน, Chi-Square Test และ Paired Samples T-test

การศึกษการสร้างเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางในชุมชนพบว่า องค์ประกอบที่เหมาะสมของเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง ได้แก่ 1) สมาชิกของเครือข่ายประกอบด้วยตัวแทนภาครัฐและเอกชนในชุมชน 2) สมาชิกในเครือข่ายมีการรับรู้ปัญหาพร้อมกัน 3) สมาชิกในเครือข่ายมีจุดมุ่งหมายร่วมกัน 4) การปฏิบัติหน้าที่ของสมาชิกในเครือข่ายที่มีความรับผิดชอบ และ 5) มีการสื่อสารภายในเครือข่าย การศึกษาความปลอดภัยด้านเครื่องสำอางของชุมชนหลังดำเนินงานเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง พบว่า การสร้างเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางในชุมชนทำให้ความชุกของเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ที่จำหน่ายในชุมชนลดลงอย่างมีนัยสำคัญ (p value = 0.003) ทำให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอางบำรุงผิว ทาสี ฝ้า หน้าขาวของกลุ่มตัวอย่างตำบลบ้านไร่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ (p value < 0.001) พฤติกรรมที่ถูกต้องในการเลือกซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิว ทาสี ฝ้า หน้าขาวของกลุ่มตัวอย่างตำบลบ้านไร่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ (p value < 0.001) และพฤติกรรมที่ถูกต้องในการใช้เครื่องสำอางบำรุงผิว ทาสี ฝ้า หน้าขาวของผู้ที่ไม่เคยมีประสบการณ์แพ้เครื่องสำอางของกลุ่มตัวอย่างตำบลบ้านไร่ เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ (p value < 0.001) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ : คุ้มครองผู้บริโภค, เครือข่าย, เครื่องสำอาง, วิจัยเชิงปฏิบัติการ

ABSTRACT

This action research aimed to study about the establishment of consumer protection network on cosmetics and to study the results of such consumer protection network to cosmetics safety in community. Comparing safety of cosmetics in the community before and after cooperation of cosmetics safety network and comparing two subject sites which are safety network area and non-safety network area. The study methodology was comparing the incident of unsafe cosmetics sell in local store, consumer knowledge and behavior of purchasing and using of acne, melasma and whitening cosmetic products and consumer protection behavior before and after the establishment of cosmetic safety network. The study site was Banrai district and compared with Lansak district as reference area in 12-60 years-old subjects who had purchased and used acne, melasma and whitening cosmetic product. The study tools were survey forms, observation forms and questionnaires. Period of the study from November 2011 - October 2012. Data were analyzed by frequency, percentage, mean, and standard deviation, Chi-Square Test, Paired Samples T-test and Independent Samples T-test.

The study result found the influenced factors of cosmetic safety network establishment were 1) members of the network that should be from government and private sector, 2) the recognition of the problem, 3) sharing of same objective, 4) responsibility of members and 5) network communication. The study result shown that the incidents of unsafe cosmetics were reduced significantly (p value = 0.003, statistical significance level 0.05) after establishment of cosmetic safety network. Consumer knowledge was increase significantly (p value < 0.001, statistical significance level 0.05) after establishment of cosmetic safety network. The correct purchasing behavior was increase significantly (p value < 0.001, statistical significance level 0.05) After establishment of cosmetic safety network. And the correct using behavior was increase significantly (p value < 0.001, statistical significance level 0.05) after establishment of cosmetic safety network.

Key word : Consumer Protection, Network, Cosmetic, Action Research

บทนำ

เครื่องสำอางช่วยให้ร่างกายมนุษย์สะอาด สวยงาม แต่เครื่องสำอางก็อาจก่อให้เกิดอันตรายแก่ผู้ใช้ได้เช่นกัน ปัจจุบันพบเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้โดยเฉพาะเครื่องสำอางในกลุ่มทาสี ทาฝ้า หรือทำให้หน้าขาว ที่ลักลอบผสมสารห้ามใช้ เช่น สารประกอบของปรอทที่ทำให้เกิดการแพ้ ผื่นแดง ผื่นหน้าดำ ผื่นบางลง เกิดพิษสะสมของปรอท ทำให้ทางเดินปัสสาวะอักเสบ และไตอักเสบ เมื่อใช้ติดต่อกันเป็นเวลานาน ทำให้มีการสะสมปรอทในผิวหนังและดูดซึมเข้าสู่กระแสโลหิต ทำให้ตับและไตพิการ โรคโลหิตจาง ไฮโดรควิโนนทำให้เกิดการแพ้ระคายเคือง เกิดจุดด่างขาวที่หน้า ผื่นหน้าดำ เป็นฝ้าถาวร รักษาไม่หาย กรดวิตามินเอทำให้หน้าแดง ระคายเคือง

แสบร้อนรุนแรง เกิดการอักเสบ ผื่นหน้าลอกอย่างรุนแรง และอาจเป็นอันตรายต่อทารกในครรภ์ (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา 2553 : 201-202) นอกจากนี้ ยังพบเครื่องสำอางที่มีฉลากภาษาไทยไม่ถูกต้อง หรือไม่มีฉลากภาษาไทยไม่แสดงชื่อที่อยู่ผู้ผลิต หรือแสดงที่อยู่ผู้ผลิตปลอม ทำให้ไม่สามารถตรวจสอบไปถึงเจ้าของผลิตภัณฑ์หรือผู้ผลิตที่แท้จริงได้ สถานการณ์ปัญหาเครื่องสำอางของประเทศไทยในปี 2551-2552 หน่วยตรวจสอบเคลื่อนที่ (Mobile Unit) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้เก็บตัวอย่างเครื่องสำอางจากผู้ผลิตและที่วางจำหน่ายในท้องตลาด จำนวน 2,076 ตัวอย่าง ตรวจสอบด้วยชุดทดสอบเบื้องต้น (test kit) พบสารห้ามใช้ซึ่งได้แก่ ไฮโดรควิโนน สารประกอบปรอทแอมโมเนีย และกรดวิตามินเอ

จำนวน 494 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 23.80 พบผลึกไม่ถูกต้อง หรือไม่มีผลึกภาษาไทย ร้อยละ 0.07 (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2552 : 63-66)

ในส่วนของจังหวัดอุทัยธานี ได้เก็บตัวอย่างเครื่องสำอาง บำรุงผิวหน้า ทาสี ฝ้า หน้าขาว ที่มีชื่อไม่ซ้ำกับเครื่องสำอางที่เคยประกาศผลวิเคราะห์ จำนวน 31 ตัวอย่าง ส่งตรวจวิเคราะห์ที่ศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์นครสวรรค์ พบสารห้ามใช้ในเครื่องสำอาง จำนวน 20 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 64.52 ไม่มีผลึกหรือแสดงผลึกไม่ครบถ้วน จำนวน 30 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 96.77 (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุทัยธานี 2553) ถึงแม้สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุทัยธานี จะดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางตามแนวทางโครงการความปลอดภัยด้านเครื่องสำอาง (Cosmetic Safety) ภายใต้พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 ซึ่งมีการกำกับดูแลก่อนออกจำหน่ายในท้องตลาดโดยการรับแจ้งรายละเอียดเครื่องสำอางควบคุมและการกำกับดูแลหลังออกจำหน่ายในท้องตลาด ได้แก่ การตรวจสอบ แจ้งเตือนสถานที่จำหน่ายเครื่องสำอาง ตรวจสอบแพ้ระวังสุ่มเก็บตัวอย่างเครื่องสำอาง กลุ่มเสี่ยงที่มีชื่อไม่ซ้ำกับเครื่องสำอางที่เคยประกาศผลวิเคราะห์แล้วติดตามไม่ให้มีการวางจำหน่ายเครื่องสำอางผิดกฎหมาย เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ผู้บริโภค แต่ก็ยังพบปัญหาเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้

เครือข่ายเป็นเครื่องมือหรือวิธีการทำงานร่วมกันที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในกรณีที่ต้องเผชิญปัญหาต่างๆ ที่ใหญ่และซับซ้อนยากต่อการแก้ไข เช่น ปัญหาเอดส์ ยาเสพติด การค้าเด็กและสตรีเพื่อการบริการทางเพศ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การพิทักษ์สิทธิชุมชน เป็นต้น เพราะการทำงานแบบเครือข่ายเป็นการทำงานแบบ “ประสานพลัง” (synergy) ดังนั้น การสร้างเครือข่ายจึงน่าจะเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดของการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ทั้งนี้ สมาชิกเครือข่ายมีบทบาทสำคัญในการดำเนินงานร่วมกัน เริ่มด้วยการกำหนดเป้าประสงค์ กำหนดกฎเกณฑ์ ทำให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมและแบ่งบทบาทหน้าที่กันทำ และทำบางอย่างร่วมกัน (เสรี พงศ์พิศ, 2545) ดังนั้น การสร้างเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางในชุมชนตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ซึ่งเป็นพื้นที่ที่พบปัญหาเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้มากที่สุด [รายงานผลการวิเคราะห์จากผลการดำเนินงานตามโครงการ

ความปลอดภัยด้านเครื่องสำอางจังหวัดอุทัยธานี (cosmetic safety) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2553] น่าจะเป็นวิธีการที่จะช่วยจัดการปัญหาความไม่ปลอดภัยด้านเครื่องสำอางในชุมชนได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการสร้างเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางในชุมชน
2. เพื่อศึกษาความปลอดภัยด้านเครื่องสำอางของชุมชนหลังดำเนินงานเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภค ด้านเครื่องสำอาง

ขอบเขตของการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษา ดังนี้

1. ศึกษาการสร้างเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางในชุมชนในตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี
2. ศึกษาผลการดำเนินงานเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง โดยเปรียบเทียบข้อมูลความปลอดภัยด้านเครื่องสำอางของชุมชนก่อนและหลังสร้างเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง ในชุมชนตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ และเปรียบเทียบข้อมูลกับตำบลลานสัก อำเภอลานสัก เพื่อทราบผลการดำเนินงานของเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง ซึ่งข้อมูลที่ใช้เปรียบเทียบประกอบด้วย

2.1 การสำรวจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า ทาสี ฝ้า หน้าขาว ณ แหล่งจำหน่ายเครื่องสำอางในชุมชน ได้แก่ ร้านขายส่ง แผงลอยในตลาดนัด ร้านชำ ร้านเสริมสวย และร้านขายยา โดยตรวจสอบความถูกต้องของฉลากเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า ทาสี ฝ้า หน้าขาว และ/หรือตรวจสอบสารห้ามใช้ในเครื่องสำอาง โดยเทียบดูจากเอกสารแผ่นพับเครื่องสำอางของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือตรวจสอบหาสารห้ามใช้ในเครื่องสำอางด้วยชุดทดสอบเบื้องต้น (test kit)

2.2 การศึกษาความรู้และพฤติกรรมการเลือกซื้อพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า ทาสี ฝ้า หน้าขาว และพฤติกรรมการปกป้องสิทธิผู้บริโภคของประชาชนที่มีอายุ 12-60 ปี ที่เคยซื้อและเคยใช้เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า ทาสี ฝ้า หน้าขาว ในชุมชนตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัยตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2553 - ตุลาคม 2554 ประชากรที่ศึกษา คือ

- เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า ทาสี ฝ้า หน้าขาว ในแหล่งจำหน่ายเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า ทาสี ฝ้า หน้าขาว ในพื้นที่ตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ และในพื้นที่ตำบลลานสัก อำเภอลานสัก จังหวัดอุทัยธานี

- ประชาชนที่มีอายุ 12-60 ปี ที่อาศัยอยู่ในตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ และตำบลลานสัก อำเภอลานสัก จังหวัดอุทัยธานี ที่เคยซื้อและเคยใช้เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า ทาสี ฝ้า หน้าขาว

สุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสำรวจ แบบสังเกตการณ์ และแบบสอบถามที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมาใช้สำหรับงานวิจัยนี้ได้แก่

1. แบบสำรวจปัญหาความไม่ปลอดภัยของเครื่องสำอางบำรุงผิว ทาสี ฝ้า หน้าขาว ในแหล่งจำหน่ายเครื่องสำอาง
2. แบบสอบถามความรู้และพฤติกรรมการเลือกซื้อพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางบำรุงผิว ทาสี ฝ้า หน้าขาว และพฤติกรรมการปกป้องสิทธิผู้บริโภค
3. แบบสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพปัญหาและทบทวนตนเองเพื่อวิเคราะห์สภาพปัญหาและสาเหตุ ทบทวนว่าในชุมชนมีทรัพยากรอะไรบ้าง ทรัพยากรที่ยังไม่มี แหล่งที่สามารถสนับสนุนทรัพยากรที่ต้องการได้
4. แบบสังเกตการณ์ดำเนินงานตามกิจกรรมที่กำหนดไว้ในแผนการดำเนินงานเพื่อประเมินการทำงานเป็นกลุ่ม ประเมินความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของสมาชิก ประเมินขั้นตอนการทำงาน ประเมินความร่วมมือในการทำงาน
5. แบบสังเกตการณ์การปฏิบัติการของผู้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อประเมินการปฏิบัติการของผู้เข้าร่วมกิจกรรม การแสดงความคิดเห็น การรับฟังความคิดเห็น ความตั้งใจในการทำงาน การมีส่วนร่วมในการอภิปรายของผู้เข้าร่วมกิจกรรม
6. แบบประเมินผลการดำเนินกิจกรรมเพื่อประเมินผลการดำเนินกิจกรรม ทราบปัญหาอุปสรรคที่พบในการปฏิบัติงาน ข้อเสนอแนะ และวิธีการปรับปรุงแผนปฏิบัติการในครั้งต่อไป

7. แบบประเมินความพึงพอใจในการดำเนินงาน เครื่องข่ายคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางในชุมชนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อประเมินการบรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการ/กิจกรรม ความเพียงพอของงบประมาณที่ใช้ และปัญหาอุปสรรคที่พบในการปฏิบัติงาน ข้อเสนอแนะ และวิธีการปรับปรุงแผนปฏิบัติการในครั้งต่อไป

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยให้นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาที่อาศัยอยู่ในแต่ละหมู่บ้านในตำบลบ้านไร่และตำบลลานสัก ที่ผ่านการอบรมการเป็นผู้ช่วยนักวิจัยในการเก็บข้อมูล เป็นผู้เก็บข้อมูล โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษานักเรียน อย.น้อย โรงเรียนบ้านไร่วิทยา และอาจารย์ที่ปรึกษานักเรียน อย.น้อย โรงเรียนลานสักวิทยา เป็นผู้ติดตามแบบสำรวจและแบบสอบถาม รวบรวมส่งสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุทัยธานี โดยผู้วิจัยจะเก็บและรวบรวมข้อมูลแบบสังเกตการณ์และแบบประเมินความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติความถี่, ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน, Chi-Square Test และ Paired Samples T-test มีขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

1. จัดอบรมเชิงปฏิบัติการนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาที่อาศัยอยู่ในตำบลบ้านไร่และตำบลลานสักในการเป็นผู้ช่วยนักวิจัยในการเก็บข้อมูล
2. สำรวจปัญหาความไม่ปลอดภัยด้านเครื่องสำอางในชุมชนเป็นข้อมูลเบื้องต้น
3. ประสานงานเพื่อให้ผู้วิจัยเข้ากับชุมชนโดยประสานงานกับสาธารณสุขอำเภอบ้านไร่ เจ้าหน้าที่โรงพยาบาล บ้านไร่ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการลงพื้นที่ศึกษาชุมชนและสภาพการณ์ในชุมชน
4. ศึกษาชุมชนและสภาพการณ์ในชุมชนว่าในชุมชนมีกลุ่ม องค์กร หรือบุคคลอะไรบ้าง แต่ละองค์กรมีบทบาทหน้าที่อย่างไร มีกลุ่มใดบ้างที่จะบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางเข้าไปได้
5. ประสานกลุ่ม องค์กร หรือบุคคลในชุมชน ซึ่งคัดเลือกกลุ่ม องค์กร หรือบุคคล ที่มีแนวโน้มความเป็นไปได้ที่จะบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางเข้าไปในงานของแต่ละภาคีนั้นๆ ได้ โดยจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้
6. จัดตั้งเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางโดยสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุทัยธานีเป็นผู้เชื่อมโยงทำให้

มีการติดต่อสัมพันธ์กัน โดยเทศบาลตำบลบ้านไร่มีคำสั่งแต่งตั้งคณะทำงานเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางอย่างเป็นทางการ

7. เครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางร่วมกันวิเคราะห์สภาพปัญหาความไม่ปลอดภัยด้านเครื่องสำอางในชุมชน เพื่อให้ทราบสาเหตุ ความเป็นมา ร่างเป้าประสงค์หรือข้อตกลงร่วมกัน

8. กำหนดกิจกรรมและวางแผนการดำเนินงานของเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางในชุมชน โดยกำหนดผู้รับผิดชอบในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ

9. ปฏิบัติตามกิจกรรมที่กำหนดไว้ในแผนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางในชุมชน

10. ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานในกิจกรรมต่างๆ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อดูผลของกิจกรรมที่เกิดขึ้น การปฏิบัติงานตามกิจกรรมที่กำหนดไว้ และได้ดำเนินการไปแล้ว กิจกรรมที่ยังไม่สามารถดำเนินการได้ตามแผน

11. นำข้อมูลที่ได้จากการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานในกิจกรรมต่างๆ มาวิเคราะห์ผลการปฏิบัติและสรุปปัญหาอุปสรรคในกิจกรรมที่ยังไม่สามารถดำเนินการได้ตามแผนและปัญหาอุปสรรคที่พบในการปฏิบัติงาน ข้อเสนอแนะ และวิธีการปรับปรุงแผนปฏิบัติการในครั้งต่อไป

12. สำรวจปัญหาความไม่ปลอดภัยด้านเครื่องสำอางในชุมชน หลังดำเนินงานเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง

13. ประเมินผลการสร้างเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางในชุมชนเมื่อเสร็จสิ้นกระบวนการวิจัย และสรุปผลการสร้างเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางในชุมชน

ผลการศึกษา

1. การสร้างเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางในครั้งนี้ ได้ยึดแนวทางของพระมหาสุทนต์ อากาศโร เป็นแนวทางในการสร้างเครือข่าย จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีนักวิชาการกล่าวถึงองค์ประกอบของเครือข่ายที่แตกต่างและหลากหลาย ดังนั้นเมื่อดำเนินกิจกรรมเครือข่ายเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงสรุปองค์ประกอบที่เหมาะสมของเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภค

ด้านเครื่องสำอาง โดยพิจารณาจากสิ่งที่เกิดขึ้นร่วมกันเข้าเป็นเครือข่าย พบว่า สามารถแยกรายละเอียดขององค์ประกอบที่สำคัญของความเป็นเครือข่ายได้ ดังนี้

1.1 สมาชิกของเครือข่ายที่ประกอบด้วยตัวแทนภาครัฐและเอกชนในชุมชน ผู้วิจัยสามารถสรุปสมาชิกเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางว่าอย่างน้อยต้องประกอบด้วยอย่างน้อย 5 + 1 ดังนี้

1.1.1 บุคลากรจากหน่วยงานสาธารณสุข ได้แก่ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด, สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ, โรงพยาบาล, โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลอย่างน้อย 1 หน่วยงาน ซึ่งมีบทบาทหน้าที่รับผิดชอบงานคุ้มครองผู้บริโภคและมีความรู้เพียงพอ มีกำลังคนที่สำคัญคือ อสม. ที่จะเป็นผู้ริเริ่มในการแก้ไขปัญหาด้านเครื่องสำอางในชุมชนได้

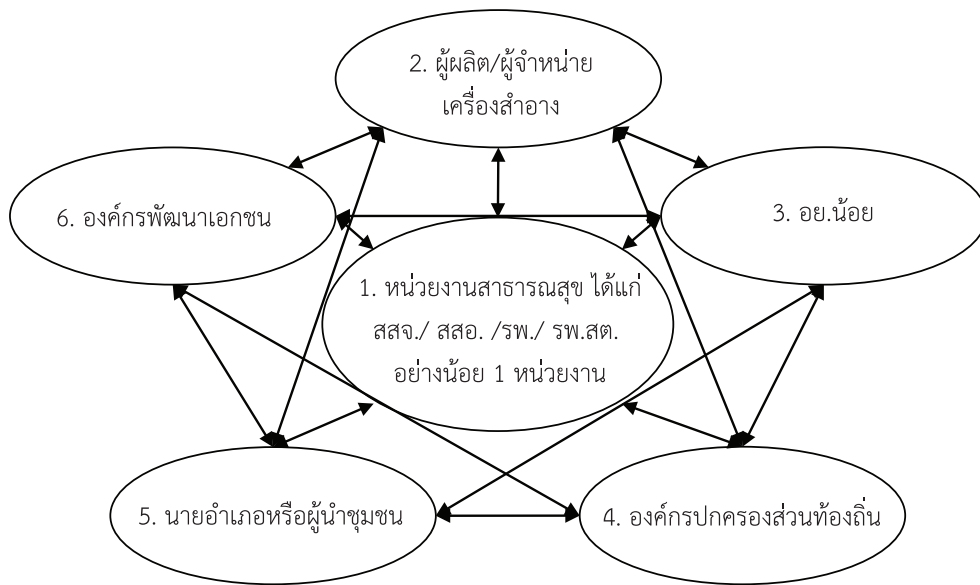
1.1.2 ผู้ประกอบการ ได้แก่ ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ควรเชิญชวนเข้ามาเป็นสมาชิกเครือข่ายเพื่อให้รู้สึกว่าเป็นทีมเดียวกัน ไม่ต่อต้านการทำงานของเครือข่าย และให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

1.1.3 อัย.น้อย เป็นทรัพยากรในชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภคในชุมชนอยู่แล้ว นักเรียนอัย.น้อย สามารถเป็นแหล่งกระจายความรู้สู่ชุมชนและเป็นนักเฝ้าระวังเครื่องสำอางอันตรายในชุมชนได้เป็นอย่างดี

1.1.4 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหน่วยงานที่บำบัดทุกข์บำรุงสุขของประชาชน ดังนั้น จึงสามารถดำเนินกิจกรรมที่ช่วยเหลือประชาชนได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะเป็นศูนย์รับเรื่องร้องเรียน

1.1.5 นายอำเภอหรือผู้นำชุมชน เป็นบุคคลที่อยู่ใกล้ชิดประชาชนมากที่สุด จึงทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ แจ้งเตือน และพบปะประชาชนในชุมชนทุกเดือน นอกจากนี้ยังมีหอกระจายข่าวที่เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี

1.1.6 องค์กรพัฒนาเอกชนหรือ NGOs จะมีหรือไม่มีขึ้นอยู่กับชุมชนนั้นๆ ถ้าชุมชนใดมี NGOs ที่มีการกิจที่สามารถบูรณาการกับงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางได้ NGOs จะเป็นสมาชิกที่มีพลังในการขับเคลื่อนชุมชนได้เป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นองค์กรที่มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน มีการดำเนินกิจกรรมที่อาศัยการมีส่วนร่วมของประชาชน รายละเอียด แสดงดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 สมาชิกเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง 5 + 1

1.2 สมาชิกในเครือข่ายมีการรับรู้ปัญหาด้านเครื่องสำอางที่เกิดขึ้นในชุมชนว่าพบเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ในชุมชนของตน

1.3 มีจุดหมายร่วมกัน คือ ให้ความรู้ผู้บริโภค ผู้จำหน่าย และสื่อ เพื่าระวังสินค้าเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในชุมชน และจัดตั้งศูนย์รับเรื่องร้องเรียน

1.4 การปฏิบัติหน้าที่ของสมาชิกในเครือข่าย ดำเนินงานตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายด้วยความรับผิดชอบและให้ความร่วมมือในการทำงาน

1.5 การสื่อสารภายในเครือข่ายมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมให้สมาชิกเครือข่ายและชุมชนมีส่วนร่วม

2. การสร้างเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางในชุมชนมีกระบวนการสร้างเครือข่าย 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 การสร้างความตระหนักและการก่อตัวของเครือข่าย ขั้นที่ 2 การสร้างพันธมิตรและการบริหารเครือข่าย ขั้นที่ 3 การพัฒนาความสัมพันธ์และการใช้ประโยชน์ และขั้นที่ 4 การรักษาความสัมพันธ์และความต่อเนื่อง

3. ผลการดำเนินงานเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางในชุมชนในตำบลบ้านไร่ (กลุ่มสร้างเครือข่าย) และการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางตามแนวทางโครงการความปลอดภัยด้านเครื่องสำอาง (Cosmetic Safety) ในตำบลลานสัก (กลุ่มเปรียบเทียบ) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบความชุกของเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ ณ แหล่งจำหน่ายเครื่องสำอางในชุมชน โดยการเปรียบเทียบความรู้และพฤติกรรมการเลือกซื้อ พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า ทาสี ฝ้า หน้าขาว และพฤติกรรมปกป้องสิทธิผู้บริโภคของประชาชนที่มีอายุ 12-60 ปี ที่เคยซื้อและเคยใช้เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า ทาสี ฝ้า หน้าขาวในชุมชนตำบลบ้านไร่ (กลุ่มสร้างเครือข่าย) และตำบลลานสัก (กลุ่มเปรียบเทียบ)

การเปรียบเทียบ	ขนาดตัวอย่าง	ก่อนสร้างเครือข่าย $\bar{X} \pm sd$	หลังสร้างเครือข่าย $\bar{X} \pm sd$	\bar{D}	t	p value
1. ความชุกของเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้	ตำบลบ้านไร่ N = 7	16.40 ± 8.50	0.48 ± 1.28	15.92	4.748	0.003*
	ตำบลลานสัก N = 8	12.65 ± 7.68	0.00 ± 0.00	12.65	4.660	0.002*

ตารางที่ 1 (ต่อ)

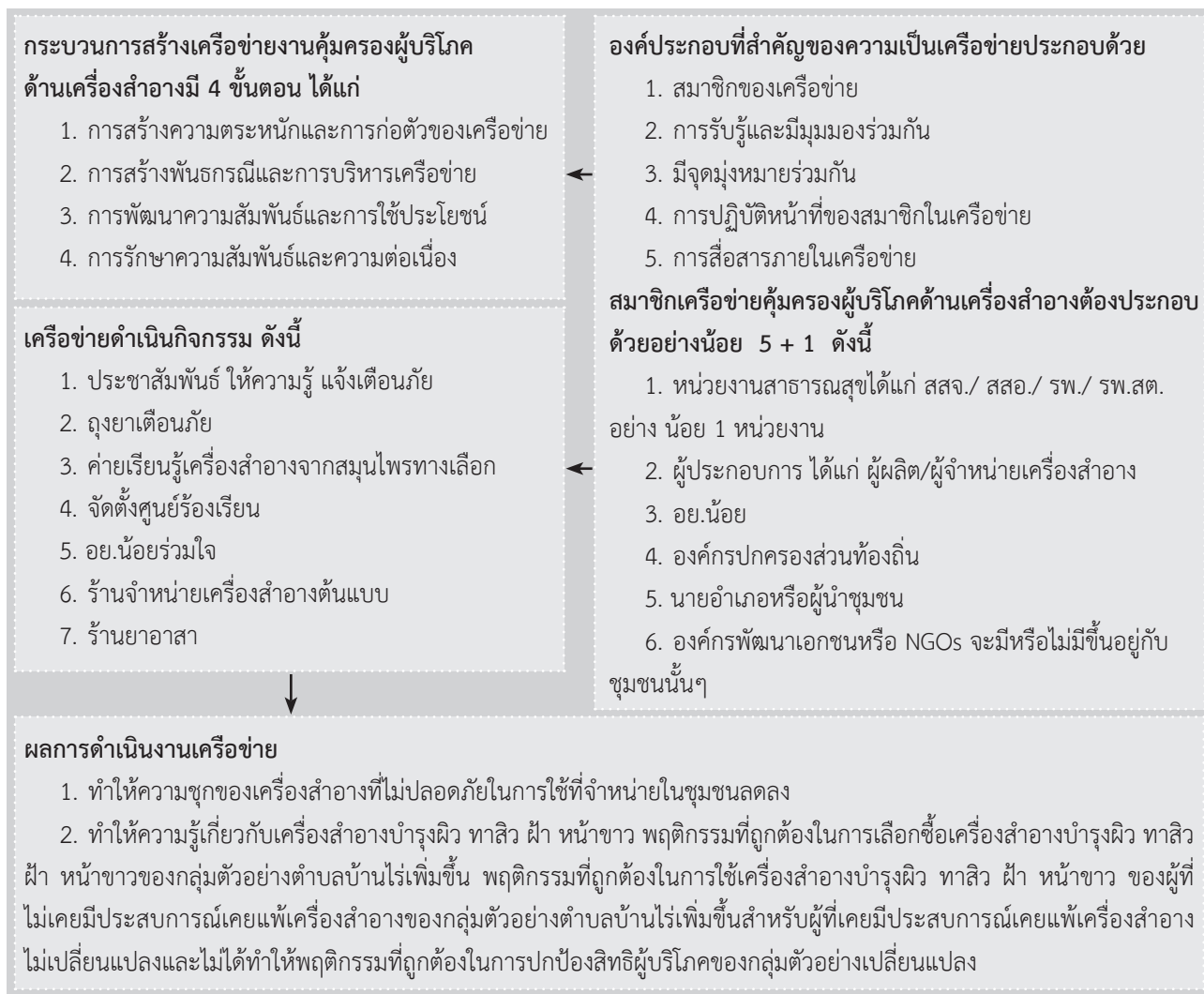
การเปรียบเทียบ	ขนาดตัวอย่าง	ก่อนสร้าง เครือข่าย $\bar{X} \pm sd$	หลังสร้าง เครือข่าย $\bar{X} \pm sd$	\bar{D}	t	p value
2. คะแนนเฉลี่ยความรู้เกี่ยวกับ เครื่องสำอางบำรุงผิว ทาสี ฝ้า หน้าขาว	ตำบลบ้านไร่ N = 443	10.54 ± 2.23	14.38 ± 0.92	3.84	-41.458	<0.001*
	ตำบลลานสัก N = 447	8.50 ± 3.15	8.49 ± 3.12	0.01	0.426	0.670
3. คะแนนเฉลี่ยของพฤติกรรม ที่ถูกต้องในการเลือกซื้อ เครื่องสำอางบำรุงผิว ทาสี ฝ้า หน้าขาว	ตำบลบ้านไร่ N = 443	8.69 ± 4.44	8.86 ± 4.36	0.17	-6.206	<0.001*
	ตำบลลานสัก N = 447	9.49 ± 2.93	9.53 ± 2.77	0.04	-1.568	0.118
4. คะแนนเฉลี่ยของพฤติกรรม ที่ถูกต้องในการใช้ เครื่องสำอางบำรุงผิว ทาสี ฝ้า หน้าขาว ของผู้ที่ไม่เคยมีประสบการณ์ แพ้เครื่องสำอาง	ตำบลบ้านไร่ N = 369	14.41 ± 3.44	14.65 ± 3.46	0.24	-4.887	<0.001*
	ตำบลลานสัก N = 347	15.39 ± 2.75	15.39 ± 2.70	0.00	-0.258	0.797
5. คะแนนเฉลี่ยของพฤติกรรม ที่ถูกต้องในการใช้ เครื่องสำอางบำรุงผิว ทาสี ฝ้า หน้าขาว ของผู้ที่เคยมี ประสบการณ์แพ้ เครื่องสำอาง	ตำบลบ้านไร่ N = 74	23.04 ± 3.81	23.40 ± 3.95	0.36	-1.723	0.092
	ตำบลลานสัก N = 100	23.22 ± 2.62	23.21 ± 2.67	0.01	0.192	0.848
6. คะแนนเฉลี่ยของพฤติกรรม ที่ถูกต้องในการปกป้องสิทธิ ผู้บริโภค	ตำบลบ้านไร่ N = 443	6.34 ± 3.96	6.36 ± 3.94	0.02	-1.287	0.199
	ตำบลลานสัก N = 447	5.65 ± 3.16	5.66 ± 3.13	0.01	-0.397	0.692

หมายเหตุ : ทดสอบด้วยสถิติ Paired Samples T-test, * แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่าการสร้างเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางในชุมชนตำบลบ้านไร่ (กลุ่มสร้างเครือข่าย) ทำให้ความชุกของเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ที่จำหน่ายในชุมชนลดลงอย่างมีนัยสำคัญ (p value = 0.003) ทำให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอางบำรุงผิว ทาสี ฝ้า หน้าขาวของกลุ่มตัวอย่างตำบลบ้านไร่ (กลุ่มสร้างเครือข่าย) เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ (p value < 0.001) ทำให้พฤติกรรมที่ถูกต้องในการเลือกซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิว ทาสี ฝ้า หน้าขาว ของกลุ่มตัวอย่างตำบลบ้านไร่ (กลุ่มสร้างเครือข่าย) เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ (p value < 0.001) ทำให้พฤติกรรมที่ถูกต้องในการใช้เครื่องสำอางบำรุงผิว ทาสี ฝ้า หน้าขาว ของผู้ที่ไม่เคยมีประสบการณ์แพ้เครื่องสำอางของกลุ่มตัวอย่างตำบลบ้านไร่ (กลุ่มสร้างเครือข่าย) เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ (p value < 0.001) แต่ไม่ได้ทำให้พฤติกรรมที่ถูกต้องในการใช้เครื่องสำอางบำรุงผิว ทาสี ฝ้า หน้าขาว ของผู้ที่เคยมีประสบการณ์แพ้เครื่องสำอางของกลุ่มตัวอย่างตำบลบ้านไร่ (กลุ่มสร้างเครือข่าย) เปลี่ยนแปลง (p value = 0.092) และไม่ได้ทำให้พฤติกรรมที่ถูกต้องในการปกป้องสิทธิผู้บริโภคของกลุ่มตัวอย่างตำบลบ้านไร่ (กลุ่มสร้างเครือข่าย) เปลี่ยนแปลง (p value = 0.199)

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากการศึกษาการสร้างเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางในชุมชน และการศึกษาความปลอดภัยด้านเครื่องสำอางของชุมชนหลังการดำเนินงานเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง สามารถสรุปได้ดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 สรุปผลการศึกษาการสร้างเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางในชุมชนและการศึกษา

ความปลอดภัยด้านเครื่องสำอางของชุมชนหลังการดำเนินงานเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง เครือข่ายดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางช่วยแก้ปัญหาความไม่ปลอดภัยด้านเครื่องสำอางได้ คือ ทำให้ความชุกของเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ที่จำหน่ายในชุมชนลดลง ทำให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอางบำรุงผิว ทาสี ฝ้า หน้าขาว ของกลุ่มตัวอย่างตำบลบ้านไร่เพิ่มขึ้น พฤติกรรมที่ถูกต้องในการเลือกซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิว ทาสี ฝ้า หน้าขาว เพิ่มขึ้น พฤติกรรมที่ถูกต้องในการใช้เครื่องสำอางบำรุงผิว ทาสี ฝ้า หน้าขาว ของผู้ที่ไม่เคยมีประสบการณ์เคยแพ้เครื่องสำอางเพิ่มขึ้น แต่ไม่ได้ทำให้พฤติกรรมที่ถูกต้องในการปกป้องสิทธิผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมหรือสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมปกป้องสิทธิผู้บริโภคดีขึ้นนั้นยังน้อยเกินไป รวมทั้งพฤติกรรมใดๆ ของคนเราเป็นการแสดงออกของบุคคลโดยมีพื้นฐานที่มาจากความรู้และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกันเนื่องจากมีความรู้และทัศนคติที่แตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างของความรู้และทัศนคติเกิดจากความแตกต่างในเรื่องของการเปิดรับสื่อและความแตกต่างกันในการแปลความหมายของสารที่ตนเองได้รับ สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดประสบการณ์ที่แตกต่างกัน อันมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล

ที่แตกต่างกันสอดคล้องกับ นลินี ตันจิตติวัฒน์ (2540) ได้ศึกษาความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้บริโภคในการปกป้องสิทธิของตนเองจากข้อความโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ในการปกป้องสิทธิของตนเอง แต่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีความตื่นตัวในการปกป้องสิทธิของตนเองด้วยการร้องเรียน

ข้อเสนอแนะ

1. ในการทำการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมที่ถูกต้องในการใช้เครื่องสำอางบำรุงผิว ทาสีผิว หน้าขาว ของผู้ที่เคยมีประสบการณ์แพ้เครื่องสำอางเพื่อทราบปัจจัยที่เกี่ยวข้องและนำมาเป็นข้อมูลในการวางแผนการดำเนินงานต่อไป

2. ควรดำเนินการสร้างเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพอื่นๆ โดยใช้รูปแบบการดำเนินงานสร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง ตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จ.อุทัยธานี เป็นแนวทางในการดำเนินงาน และควรจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมหรือสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่ถูกต้องในการปกป้องสิทธิผู้บริโภคเพิ่มขึ้น

3. ควรส่งเสริมบทบาทการมีส่วนร่วมของประชาชนทั้งภายใต้ช่องทางและรูปแบบที่มีอยู่ และการพัฒนาช่องทางและรูปแบบใหม่ๆ ให้ประชาชนสามารถมีส่วนร่วมต่อการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อนำไปสู่การสร้างความกระตือรือร้นและตระหนักถึงความสำคัญต่อกิจกรรมเพื่อส่วนรวมภายในท้องถิ่นของตน

4. ควรให้ความรู้แก่ประชาชนในการสืบค้นข้อมูลผลิตภัณฑ์และสถานประกอบการที่ได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดว่ามีช่องทางใดบ้างที่สามารถสืบค้นได้ เช่น เมื่อจะซื้อเครื่องสำอางแล้วไม่ทราบว่าจะอันตรายหรือไม่ สามารถสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูลโลจิสติกส์ได้โดยใช้ตัวเลขจาก “เลขที่ใบรับแจ้ง” มาสืบค้นในเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งจะรวดเร็วและแม่นยำกว่าการสืบค้นด้วยชื่อเครื่องสำอาง ซึ่งมักจะมีหลายพยางค์

5. ในการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้โดยใช้เอกสารแผ่นพับเครื่องสำอางของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาที่ประกาศพบสารห้ามใช้ และควรแนะนำประชาชนว่า

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ไม่ปรากฏในแผ่นพับนี้ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุทัยธานีไม่ได้รับรองว่าจะปราศจากสารห้ามใช้ แต่ให้เลือกซื้อเครื่องสำอางที่มีฉลากถูกต้องครบถ้วน และซื้อจากผู้ขายที่มีหลักแหล่งแน่นอนสามารถติดตามได้

6. ควรมีกิจกรรมการอบรมความรู้ให้แก่ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางทุกร้านควบคู่ไปกับการดำเนินงานของเครือข่ายเพื่อให้มีความรู้ครอบคลุมทั้งผู้บริโภค ผู้ประกอบการ และทุกภาคส่วน ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบนี้จะต้องมีคุณภาพในการจัดการ โดยด้านผู้บริโภคจะต้องได้รับการพัฒนาศักยภาพให้มีความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอางและอันตรายที่เกิดขึ้นจากการใช้เครื่องสำอาง การอ่านฉลากเครื่องสำอางก่อนซื้อ ความรู้ในเรื่องการดูแลผิวพรรณที่ถูกต้อง เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีพฤติกรรมการบริโภคที่เหมาะสมรู้จักปกป้องสิทธิของตนเองเมื่อได้รับความไม่เป็นธรรมด้านผู้ประกอบการซึ่งหมายถึงผู้ผลิตและผู้จำหน่าย ควรพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้มีจริยธรรม นำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้องต่อสังคมทุกภาคส่วน เช่น เครือข่ายผู้บริโภคองค์กรอิสระ สถาบันการศึกษา หน่วยงานรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการประสานความร่วมมือในการพัฒนาแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการจัดการเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์สุขภาพอื่นๆ ที่ไม่ปลอดภัยในท้องถิ่นของตนเอง และแก้ไขปัญหาพร้อมกันอย่างต่อเนื่อง

ข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัย

1. ขั้นตอนที่สำคัญที่สุดในการสร้างเครือข่ายในชุมชนคือ ขั้นตอนการศึกษาชุมชนผู้วิจัยจะต้องหาช่องทางเข้าไปทำความเข้าใจในชุมชน โดยมีความจำเป็นต้องให้เจ้าหน้าที่ในพื้นที่เป็นบุคคลที่จะนำผู้วิจัยเข้าไปในชุมชน ซึ่งการลงพื้นที่และการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลกับเจ้าหน้าที่ในพื้นที่จะทำให้นักวิจัยทราบข้อมูลพื้นฐานและเข้าใจวิถีชีวิตของชุมชนมากขึ้นรวมทั้งทราบต้นทุนของชุมชนว่าในชุมชนมีภาคีเครือข่ายอะไรบ้าง และข้อจำกัดของชุมชนมีอะไรบ้าง เช่น การจัดกิจกรรมไม่ควรจัดตรงกับวันที่สลากรีนแบ่งรัฐบาลออก เพราะผู้ประกอบการต่างๆ หรือคนในชุมชนจะไม่มีสมาธิในการร่วมคิดร่วมตัดสินใจ เป็นต้น

2. การคัดเลือกกิจกรรมที่เหมาะสมกับพื้นที่ที่มีปัญหาด้านเครื่องสำอางและทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน จะต้องพิจารณา

จากสิ่งที่มีอยู่ในชุมชนว่าสามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ ในกิจกรรมเครือข่ายได้อย่างไร เช่น ในตำบลบ้านไร่มีอุทยานการเรียนรู้สมาคม “แพนด้าแคมป์” อยู่ในชุมชน สามารถนำเรื่องเครื่องสำอางเข้าไปประยุกต์ได้ด้วยการจัดเป็นศูนย์เรียนรู้สมุนไพรทางเลือกด้านความสวยงาม โรงพยาบาลบ้านไร่มีการใช้ถุงใส่ยาอยู่แล้วก็สามารถประยุกต์ด้วยการนำเรื่อง “ประกาศจับเครื่องสำอางอันตราย” พิมพ์หน้าถุงใส่ยาแทนรูปแบบเดิม เป็นต้น

3. การทำงานร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรประสานงานอย่างเป็นทางการก่อนเข้าไปพูดคุยแลกเปลี่ยนมุมมอง บุคคลที่ควรเรียนเชิญเข้าร่วมพูดคุยแลกเปลี่ยนมุมมองควรมีผู้บริหารหรือปลัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้าร่วมด้วย ซึ่งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีข้อจำกัดในการทำงาน คຸ່ມคຣອງຜູ້ບຣິໂກດคือไม่สามารถดำเนินกิจกรรมได้ทุกกิจกรรม โดยเฉพาะกิจกรรมที่มีผลต่อความพึงพอใจของประชาชน ต่อองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น การตักเตือนผู้จำหน่ายเครื่องสำอางอันตราย การตรวจสอบร้านจำหน่ายเครื่องสำอาง เป็นต้น

4. การมีคำสั่งแต่งตั้งคณะทำงานเครือข่ายงานคຸ່ມคຣອງຜູ້ບຣິໂກດด้านเครื่องสำอางอย่างเป็นทางการ โดยเทศบาลตำบลบ้านไร่มีข้อดีคือ ทำให้แต่ละภาคีเครือข่ายทราบบทบาทหน้าที่ของตนเอง ทำให้สมาชิกทราบว่าต้องรับผิดชอบงานอะไรบ้าง และเมื่อมีปัญหาขัดข้องในการทำงานจะต้องประสานงานที่ภาคีเครือข่ายใด



บรรณานุกรม

- กองควบคุมอาหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2552). สถานการณ์ความปลอดภัยด้านอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพ ณ สถานที่จำหน่าย (ผลการตรวจวิเคราะห์เบื้องต้นด้านเคมีและจุลินทรีย์ ปีงบประมาณ 2552). กรุงเทพมหานคร: สำนักกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- นลินี ตันจิตติวัฒน์. (2540). ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้บริโภค ในการปกป้องสิทธิของตนเอง จากข้อความโฆษณาที่ไม่เป็นธรรม. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, สาขานิติศาสตร์ (การโฆษณา), บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี พงศ์พิศ. (2545). แนวคิด ประสบการณ์ ตัวอย่างเครือข่ายชุมชน และประชาสังคม (ออนไลน์). สืบค้นจาก : <http://dspace.hsri.or.th/dspace/handle/123456789/1585> [12 มกราคม 2555].
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2553). บันทึก 4 ทศวรรษ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา : กว่า 40 ปีแห่งการก้าวอย่างบนเส้นทางคຸ່ມคຣອງຜູ້ບຣິໂກດด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ. นนทบุรี.
- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุทัยธานี. (2553). รายงานประจำปี 2553 สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุทัยธานี.