

การกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง
ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ในเขตกรุงเทพมหานคร



ชนพร ศรีธำพูน

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สาธารณสุขศาสตร์)
สาขาวิชาเอกบริหารกฎหมายการแพทย์และสาธารณสุข
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ.2554

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

Copyright by Mahidol University

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

การกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง
ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ในเขตกรุงเทพมหานคร

ฉบับที่ ๘ รัตนโกสินทร์

นางสาวชนพร ศรีธำพูน

ผู้วิจัย

รองศาสตราจารย์ฉัตรสุมน พงศ์ภิณูญ,

น.บ., สม.ม.(สังคมวิทยา), ปช.ด.(ประชากรศาสตร์)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์เชษฐ รัชดาพรรณานิกุล,

ศษ.ด.(ประชากรศึกษา)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

อาจารย์สุธี อยู่สถาพร,

D.en D(Hons-Regime 1984)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ศาสตราจารย์บรรจง มไหสวริยะ,

พ.บ., ว.ว.(ออร์โธปิดิกส์)

คณบดี

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล

รองศาสตราจารย์ฉัตรสุมน พงศ์ภิณูญ,

น.บ., สม.ม.(สังคมวิทยา), ปช.ด.(ประชากรศาสตร์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (สาธารณสุขศาสตร์)

สาขาวิชาเอกบริหารกฎหมายการแพทย์และ

สาธารณสุข

คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

การกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง
ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ในเขตกรุงเทพมหานคร

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สาธารณสุขศาสตร์)

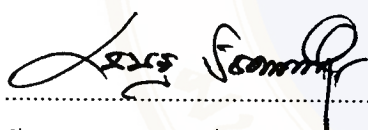
สาขาวิชาเอกบริหารกฎหมายการแพทย์และสาธารณสุข

วันที่ 11 เมษายน พ.ศ. 2554

อณพร ศรีธำมรงค์

นางสาวอณพร ศรีธำมรงค์

ผู้วิจัย



ผู้ช่วยศาสตราจารย์เชษฐ รัชดาพรรณาธิกุล,

ศษ.ค.(ประชากรศึกษา)

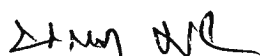
กรรมการสอบวิทยานิพนธ์



อาจารย์สุธี อยู่สถาพร,

D.en D(Hons-Regime 1984)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

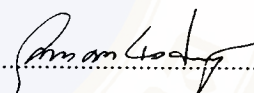


ศาสตราจารย์บรรจง มไหสวริยะ,

พ.บ., ว.ว.(ออร์โธปิดิกส์)

คณบดี

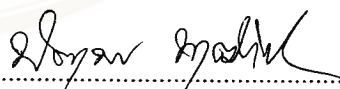
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล



ผู้ช่วยศาสตราจารย์วรางคณา ผลประเสริฐ,

ปร.ค.(ประชากรศาสตร์)

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



รองศาสตราจารย์ฉัตรสุมน พงศ์ภิณูโย,

น.บ., สม.ม.(สังคมวิทยา), ปช.ค.(ประชากรศาสตร์)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์



รองศาสตราจารย์พิทยา จารุพูนผล,

พ.บ., อ.ว.(ระบาดวิทยา)

คณบดี

คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลือจากคณาจารย์ ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงคือ รองศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรสุนน พฤติภิญโญ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เชษฐ รัชดาพรรณานิกุล และอาจารย์ ดร. สุธี อยู่สถาพร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำทางด้านวิชาการ ตลอดจนติดตามแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ในการวิจัย

ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ดุสิต สุจิรารัตน์ อาจารย์ประจำภาควิชาาระบบคณาธิปไตย คณะมนุษยศาสตร์ ที่ได้กรุณาให้ข้อเสนอแนะ ในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และได้กรุณาตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถาม

ขอบพระคุณ เกษัชกรคณิต ลูกกริช เกษัชกรชำนาญการพิเศษ หัวหน้างานพัฒนาระบบ กลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง สำนักควบคุมเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เกษัชกรสมชาย ปรีชาทวีกิจ และ เกษัชกรสมศรี ปรีชาทวีกิจ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ และช่วยสนับสนุนในงานวิจัยครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยดี

ขอบพระคุณ พนักงานเจ้าหน้าที่งานกำกับดูแลหลังออกสู่ตลาด กลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง สำนักควบคุมเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการตอบแบบสอบถาม

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณสุทธิสาร ศรีธนาพุทธ บิดา คุณวิภารัตน์ ศรีธนาพุทธ มารดา ขอขอบคุณ คุณสุทธิรัตน์ ศรีธนาพุทธ คุณสุทธิเวช ศรีธนาพุทธ น้องชายทั้ง 2 ท่าน ที่คอยให้กำลังใจ และมีส่วนสนับสนุน ช่วยเหลือจนทำให้สำเร็จการศึกษา

ธนพร ศรีธนาพุทธ

การกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ในเขตกรุงเทพมหานคร
COSMETIC PRODUCTS DISTRIBUTION AND MANUFACTURING MONITORING IN THE BANGKOK
METROPOLITAN AREA UNDER THE COSMETIC ACT B.E.2535

ธนพร ศรีธาทพุท 4936370 PHPH/M

วท.ม.(สาธารณสุขศาสตร์) สาขาวิชาเอกบริหารกฎหมายการแพทย์และสาธารณสุข

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: นัศรสุมน พุดดิณญ โญ, ปช.ค.(ประชากรศาสตร์), เซษฐ รัชดาพรรณานิกุล, ศษ.ค.
(ประชากรศึกษา), สุธี อยู่สถาพร, D.en D(Hons-Regime 1984),

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535ของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง และพนักงานเจ้าหน้าที่ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ผลิตเครื่องสำอาง และผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง จำนวนกลุ่มละ 100 คน และพนักงานเจ้าหน้าที่ที่ดำเนินการออกตรวจสถานที่ผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 8 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแตกต่างโดยใช้สถิติ t-test และ One-way ANOVA

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ผลิตเครื่องสำอางมีความรู้เกี่ยวกับ พ.ร.บ. เครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ร้อยละ 87.0 อยู่ในระดับสูง มีระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง ร้อยละ 55.0 อยู่ในระดับปานกลาง มีการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางร้อยละ 66.0 อยู่ในระดับสูงและผู้ผลิตเครื่องสำอางที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} = 0.021$) ส่วนผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีความรู้เกี่ยวกับ พ.ร.บ. เครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ร้อยละ 72.0 อยู่ในระดับสูงมีระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอาง ร้อยละ 69.0 อยู่ในระดับปานกลาง มีการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางร้อยละ 66.0 อยู่ในระดับสูงและผู้จำหน่ายเครื่องสำอางที่มีการติดตามข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันมีระดับการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} = 0.001$) พนักงานเจ้าหน้าที่ที่กำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง มีระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง ร้อยละ 62.5 อยู่ในระดับปานกลาง มีการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางร้อยละ 100.0 อยู่ในระดับสูง

จากผลการวิจัยได้เสนอแนะว่า การจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลเครื่องสำอาง และข้อกฎหมายต่าง ๆ ควรพิจารณาในเรื่องอายุของผู้ผลิต กลุ่มของผู้จำหน่ายเครื่องสำอางควรพิจารณาให้ความสำคัญกับช่องทางการให้ข้อมูลข่าวสาร และควรพิจารณาปรับประเภทสื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้จำหน่ายเครื่องสำอางให้มากที่สุด เพื่อให้ข้อมูลถึงกลุ่มเป้าหมาย ส่วนของพนักงานเจ้าหน้าที่ควรจัดให้มีการสนับสนุนในด้านยานพาหนะ และเพิ่มอัตราค่าจ้างของพนักงานเจ้าหน้าที่เพื่อที่จะทำให้สามารถปฏิบัติงานในด้านการตรวจสอบติดตาม เฝ้าระวังความปลอดภัยด้านเครื่องสำอางเพื่อผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

คำสำคัญ: การกำกับดูแล / กฎหมาย / เครื่องสำอาง / การผลิตและการจำหน่าย

COSMETIC PRODUCTS DISTRIBUTION AND MANUFACTURING MONITORING IN THE BANGKOK METROPOLITAN AREA UNDER THE COSMETIC ACT B.E.2535

THANAPORN SATTHAPUTH 4936370 PHPH/M

M.Sc.(PUBLIC HEALTH) MAJOR MEDICAL AND PUBLIC HEALTH LAW ADMINISTRATION

THESIS ADVISORY COMMITTEE: CHARDSUMON PRUTIPINYO, Ph.D.(DEMOGRAPHY), CHET RACHADAPANNAKUL, Ed.D.(POPULATION EDUCATION), SUTHEE USATHAPORN, D.EN D.(HONS) (REGIME 1984)

ABSTRACT

This survey research aimed to study the monitoring levels of the production and distribution of cosmetics, in accordance with the Cosmetics Act B.E.2535, in the Bangkok metropolitan area. There were three sample groups in the study; 100 manufacturers, 100 distributors, and 8 government officials. Information was collected through questionnaires. Statistical analysis was performed, including percentage, mean, and standard deviation. T-test and One-way ANOVA were employed for testing differences.

The study found that 87.0% of the manufacturers had a high level of knowledge about the Cosmetics Act B.E.2535; 55.0% had a medium level of opinion about the monitoring of production; and 66.0% had a high monitoring level of production. Manufacturers' representatives of different ages had different monitoring levels for production with statistical significance ($p\text{-value} = 0.021$). 72.0% of the distributors had a high level of knowledge about the Cosmetics Act B.E.2535, 69.0% had a medium level of opinion about the monitoring of distribution and 66.0% had a high monitoring level of distribution of cosmetics. Distributors with differences in updating information had different levels of monitoring of distribution of cosmetics with statistical significance ($p\text{-value} = 0.001$). 62.5% of the authoritative personnel had a medium level of opinion about the monitoring of production and distribution, and 100% had a high monitoring level of production and distribution of cosmetics.

The researcher recommended that the age of participants should be considered carefully when conducting training about rules and regulations regarding the production of cosmetics. Channels for providing information, using appropriate kinds of media, should be adjusted to the needs of trainees when conducting training for cosmetics distributors. For government officials, support in terms of vehicles and manpower should be more widely available to increase the efficiency of the monitoring.

KEY WORDS: MONITORING / COSMETIC ACTS / MANUFACTURING / DISTRIBUTION

172 pages

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	ก
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญแผนภูมิ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามการวิจัย.....	4
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
สมมุติฐานการวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	5
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	6
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	
1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารกฎหมายการแพทย์และสาธารณสุข.....	9
2. แนวคิดเกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมายและการกำกับดูแล.....	12
3. แนวคิดเกี่ยวกับกฎหมายที่กำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง.....	20
4. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้.....	39
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	42
บทที่ 3 วัตถุประสงค์และวิธีการวิจัย	
รูปแบบการวิจัย.....	47
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	47
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	49
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	56
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	57

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
1. ข้อมูลเบื้องต้น.....	58
2. การทดสอบสมมติฐาน.....	98
บทที่ 5 อภิปรายผล.....	104
บทที่ 6 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	109
บทสรุปแบบสมบูรณ์ภาษาไทย.....	114
บทสรุปแบบสมบูรณ์ภาษาอังกฤษ.....	131
บรรณานุกรม.....	146
ภาคผนวก.....	150
ประวัติผู้วิจัย.....	172

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 ร้อยละของผู้ผลิตเครื่องสำอาง จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล.....	61
4.2 ร้อยละของผู้ผลิตเครื่องสำอาง จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของสถานที่ผลิตเครื่องสำอาง	63
4.3 ร้อยละของผู้ผลิตเครื่องสำอาง ที่มีความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำแนกรายชื่อ.....	64
4.4 ร้อยละของผู้ผลิตเครื่องสำอาง ที่มีความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 จำแนกตามระดับความรู้.....	66
4.5 ระดับความคิดเห็นของผู้ผลิตเครื่องสำอางต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 จำแนกรายชื่อ.....	67
4.6 ร้อยละของผู้ผลิตเครื่องสำอาง ที่มีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง จำแนกตามระดับความคิดเห็น.....	70
4.7 ร้อยละของผู้ผลิตเครื่องสำอาง ที่มีการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง ตามพระราช บัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 จำแนกรายชื่อ.....	71
4.8 ร้อยละของผู้ผลิตเครื่องสำอางต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง จำแนกตาม ระดับ การกำกับดูแล.....	73
4.9 ร้อยละของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล.....	75
4.10 ร้อยละของลักษณะสถานที่จำหน่ายเครื่องสำอาง และสินค้าอื่นที่จำหน่าย จำแนก ตามข้อมูลทั่วไปของลักษณะสถานที่จำหน่ายเครื่องสำอาง.....	77
4.11 ร้อยละของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ที่มีความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 จำแนกรายชื่อ.....	78
4.12 ร้อยละของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ที่มีความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 จำแนกตามระดับความรู้.....	80
4.13 ระดับความคิดเห็นของผู้จำหน่ายเครื่องสำอางต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่อง สสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 จำแนกรายชื่อ.....	81
4.14 ร้อยละของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ที่มีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่าย เครื่องสำอาง จำแนกตามระดับความคิดเห็น.....	84

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.15 ร้อยละของผู้จำหน่ายเครื่องสำอางที่มีการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 จำแนกรายชื่อ.....	85
4.16 ร้อยละของผู้จำหน่ายเครื่องสำอางที่มีการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 จำแนกตามระดับการกำกับดูแล.....	87
4.17 จำนวนของพนักงานเจ้าหน้าที่ ที่มีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 จำแนกรายชื่อ.....	90
4.18 จำนวนของพนักงานเจ้าหน้าที่ ที่มีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอาง จำแนกตามระดับความคิดเห็น.....	92
4.19 จำนวนพนักงานเจ้าหน้าที่ ที่มีการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 จำแนกรายชื่อ.....	93
4.20 เปรียบเทียบคุณลักษณะส่วนบุคคลกับระดับการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางของผู้ผลิตเครื่องสำอาง.....	99
4.21 เปรียบเทียบคุณลักษณะส่วนบุคคลกับระดับการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง.....	100
4.22 เปรียบเทียบความรู้ของผู้ผลิตเครื่องสำอาง และผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง.....	101
4.23 เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ผลิตเครื่องสำอาง และผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง	101
4.24 เปรียบเทียบการกำกับดูแลของผู้ผลิตเครื่องสำอาง และผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง.....	102
4.25 เปรียบเทียบระดับความรู้ และการกำกับดูแลการผลิตของผู้ผลิตเครื่องสำอาง.....	102
4.26 เปรียบเทียบระดับความรู้ และการกำกับดูแลการจำหน่ายของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง	103

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิ

หน้า

1.1	กรอบแนวคิดการวิจัย.....	8
-----	-------------------------	---



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความนิยมในเรื่องการดูแลสุขภาพด้วยตนเองในปัจจุบันนั้นได้แพร่หลายไปทั่วโลก รวมทั้งในประเทศไทย ซึ่งจะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์รวมทั้งสถานที่และการให้บริการเกี่ยวกับสุขภาพมีการเพิ่มจำนวนอยู่ตลอดเวลา ซึ่งมีข้อดีมากมาย ผู้คนเริ่มหันมาใส่ใจในการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายมากขึ้น เช่น รับประทานอาหารผลไม้และผักปลอดสารพิษ หรือลดการดื่มแอลกอฮอล์ และงดการสูบบุหรี่ เป็นต้น ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้มีผลให้สามารถชะลอ ลด หรือหลีกเลี่ยงจากโรคร้ายไข้เจ็บที่ร้ายแรงต่าง ๆ ได้ ประกอบกับค่านิยมของสังคมที่ให้ความสำคัญกับความสวยงามมากยิ่งขึ้น ทำให้การดูแลตัวเองเป็นสิ่งที่จำเป็น ซึ่งสิ่งหนึ่งที่ช่วยปกป้องผิวพรรณและเสริมความสวยงามให้กับคนคือ เครื่องสำอาง

เครื่องสำอางเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้กันทุกเพศ ทุกวัย ไม่ว่าจะเป็นวัยแรกเกิด หนุ่มสาว หรือวัยชรา จึงทำให้บริษัทผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าเครื่องสำอางมีการแข่งขันด้านการตลาดอย่างมาก เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของตนเข้าถึงผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งเครื่องสำอางที่ใช้มีทั้งชนิดที่ใช้ทาความสะอาด และชนิดเสริมแต่งความงาม เครื่องสำอางที่ใช้กันทั่ว ๆ ไป ได้แก่ แป้ง ผัดหน้า ลิปสติก ครีมทาหน้า ทาตัว โลชั่นต่าง ๆ ฯลฯ โดยส่วนใหญ่จะคำนึงถึงเฉพาะเรื่องความสวยความงาม แต่กลับมองข้ามอันตรายที่จะได้รับเนื่องจากมีสิ่งแปลกปลอมเข้าไปในร่างกายโดยเฉพาะเครื่องสำอางที่ไม่ได้มาตรฐาน ราคาถูก หรือมีสารต้องห้ามเป็นส่วนผสม

ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติเครื่องสำอางฯ ได้บัญญัติความหมายของ “เครื่องสำอาง” ไว้ว่า

(1) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ทา ถู นวด โรย พ่น หยอด ใส่ อบ หรือกระทำด้วยวิธีอื่นใด ต่อส่วนหนึ่งส่วนใดของร่างกายเพื่อความสะอาด ความสวยงาม หรือส่งเสริมให้เกิดความสวยงาม และรวมตลอดทั้งเครื่องประพินผิวต่าง ๆ ด้วย แต่ไม่รวมถึงเครื่องประดับและเครื่องแต่งตัวซึ่งเป็นอุปกรณ์ภายนอกร่างกาย

(2) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง โดยเฉพาะ หรือ

(3) วัตถุอื่นที่กำหนดโดยกฎกระทรวงให้เป็นเครื่องสำอาง

อาจสรุปได้ว่า

1. เครื่องสำอางเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับผิวภายนอกเท่านั้น เช่น ผิวหนังริมฝีปากและในช่องปาก เส้นผม เล็บ รวมทั้งอวัยวะเพศส่วนนอก
2. ใช้เพื่อความสะอาดในชีวิตประจำวัน เช่น ขจัดคราบเหงื่อไคล สิ่งสกปรกที่ผิว ตลอดจนเส้นผมและหนังศีรษะ
3. ใช้เพื่อระงับกลิ่นกาย แต่งกลิ่นหอม
4. ใช้เพื่อปกป้องหรือส่งเสริมให้มีสุขภาพที่ดี ปรับแต่งให้แลดูดี สวยงาม โดยที่ไม่สามารถไปมีผลต่อโครงสร้างหรือการทำหน้าที่ใด ๆ ของร่างกายมนุษย์

เครื่องสำอางเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 โดยกฎหมายกำหนดให้เครื่องสำอางทุกชนิดเป็น “เครื่องสำอางควบคุม” ที่ผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องดำเนินการจดแจ้งกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ก่อนที่จะผลิตหรือนำเข้ามาจำหน่ายในประเทศ

สำหรับการจำหน่ายเครื่องสำอาง ผู้จำหน่ายสามารถกระทำได้โดยไม่ต้องขออนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาก่อน

ส่วนการโฆษณาไม่ต้องขออนุญาตก่อนทำการโฆษณา แต่หากผู้ประกอบการธุรกิจหรือผู้ประกอบการโฆษณาได้โฆษณาโดยใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรืออาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวมก็อาจถูกสั่งระงับการโฆษณาได้ โดยในกรณีที่มีการโฆษณาโดยการยืนยันข้อเท็จจริง ก็จะต้องพิสูจน์ความจริงที่โฆษณายืนยันข้อเท็จจริงนั้น ถ้าพิสูจน์ข้อเท็จจริงที่ยืนยันในโฆษณาไม่ได้ ก็มีความผิดและมีบทกำหนดโทษทางอาญาด้วย

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ติดตามตรวจสอบเฝ้าระวังความปลอดภัยของเครื่องสำอางที่วางจำหน่ายในตลาด พบว่า มีปัญหาต่าง ๆ เช่น พบการลักลอบผสมสารห้ามใช้ พบจุลินทรีย์ที่ก่อให้เกิดโรค หรือพบจำนวนจุลินทรีย์ (ที่ไม่ก่อให้เกิดโรค) จำนวนมากเกินกำหนด ฉลากแจ้งแหล่งผลิตปลอม ทำให้ผู้บริโภคได้รับอันตรายจากเครื่องสำอาง และพนักงานเจ้าหน้าที่ติดตามเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ด้วยความยากลำบาก รวมทั้งไม่สามารถใช้กฎหมายลงโทษผู้กระทำผิดเหล่านี้ได้เท่าที่ควร (FDA Journal September-December, 2009)

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่พบปัญหามากที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์ทาผิว ฝ้า ทำให้หน้าขาว มักตรวจพบสารห้ามใช้ 3 ชนิด ได้แก่ ไฮโดรควิโนน สารประกอบของปรอท และกรดเรติโนอิก (หรือรู้จักกันในชื่อกรดวิตามินเอ) โดยเครื่องสำอางผสมไฮโดรควิโนน ทำให้เกิดการแพ้ระคายเคือง เกิด

จุดต่างขาที่หน้า ผิวหน้าดำ เป็นฝ้าถาวรรักษาไม่หาย เครื่องสำอางที่ผสมสารประกอบของปรอท ทำให้เกิดการแพ้ ผื่นแดง ผิวหน้าดำ ผิวหน้าบางลง เกิดพิษสะสมของสารปรอท ทำให้ทางเดินปัสสาวะและไตอักเสบ ส่วนเครื่องสำอางที่ผสมกรดวิตามินเอ ใช้แล้วทำให้หน้าแดง ระคายเคือง แสบร้อนรุนแรง เกิดการอักเสบ ผิวหน้าลอกรุนแรง และอาจเป็นอันตรายต่อทารกในครรภ์

ส่วนปัญหาการโฆษณาเครื่องสำอางที่ผู้บริโภคประสบอยู่เสมอ ๆ ได้แก่ โฆษณาสรรพคุณเกินกว่าความเป็นเครื่องสำอาง การแจ้งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นเครื่องสำอาง แต่มีข้อความโฆษณาเป็นสรรพคุณทางยา อ้างว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษาโรค เช่น ขจัดสิวฝ้า แก้แพ้คัน โรคผิวหนังต่าง ๆ หรืออ้างว่าเกิดผลต่อสุขภาพ โครงสร้าง หรือการกระทำหน้าที่ใด ๆ ของอวัยวะของร่างกาย เช่น เสริมทรวงอก สลายไขมัน ลดความอ้วน ปลูกผม กระตุ้นการไหลเวียนของโลหิต การโฆษณาด้วยสรรพคุณแสดงถึงความมุ่งหมายในการบำบัด บรรเทา รักษาโรค หรือมีผลต่อโครงสร้างการกระทำหน้าที่ต่าง ๆ ของร่างกาย ซึ่งจะเข้าข่ายเป็นยา เพราะว่าเครื่องสำอางไม่มีคุณสมบัติที่จะก่อให้เกิดผลต่อร่างกายที่กล่าวมาทั้งหมด

เนื่องจากพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ไม่เน้นการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์ก่อนออกสู่ตลาด แต่จะเน้นให้พนักงานเจ้าหน้าที่ติดตามเฝ้าระวังดูแลผลิตภัณฑ์ที่วางตลาดไปแล้วให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจที่ผลิตหรือนำเข้าด้านเครื่องสำอางจึงต้องดำเนินการเพื่อให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ของตนมีคุณภาพดีตามที่กฎหมายกำหนด เช่น ไม่ผสมส่วนผสมของวัตถุที่ห้ามใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง หรือหากมีส่วนผสมของสารที่กฎหมายกำหนดเงื่อนไขในการใช้ ก็จะต้องใช้ให้ตรงตามเงื่อนไขที่กฎหมายกำหนด เช่น มีปริมาณไม่เกินอัตราส่วนสูงสุดที่ให้อำนาจ มีคุณสมบัติทางจุลชีววิทยาตามที่กฎหมายกำหนด รวมทั้งจัดทำฉลากภาษาไทยที่แสดงข้อความอันจำเป็นครบถ้วน

ในส่วนของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา(อย.) กระทรวงสาธารณสุข มีมาตรการกำกับดูแลเครื่องสำอางให้ปลอดภัยต่อผู้บริโภค ในด้านต่างๆคือ ให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่ผู้บริโภคในการเลือกซื้อ เลือกใช้เครื่องสำอาง รวมทั้งเฝ้าระวังถึงอันตรายของเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัย ประกาศรายชื่อและภาพของเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัย ผ่านสื่อต่าง ๆ รวมทั้งทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งเจ้าหน้าที่ในส่วนภูมิภาค ผู้จำหน่าย ผู้บริโภค ได้สืบค้นและนำไปใช้ประโยชน์ นอกจากนี้ได้มีการติดตามตรวจสอบเฝ้าระวังความปลอดภัยของเครื่องสำอางที่วางจำหน่ายในตลาด โดยมีพนักงานเจ้าหน้าที่คอยตรวจสอบตามสถานที่ต่าง ๆ ทั้งพื้นที่กรุงเทพฯ และต่างจังหวัด แต่ก็ยังพบว่าการฝ่าฝืนอยู่เสมอ พบว่าการลักลอบผสมสารห้ามใช้ พบจุลินทรีย์ที่ก่อให้เกิดโรค หรือพบจำนวนจุลินทรีย์ (ที่ไม่ก่อให้เกิดโรค)จำนวนมากเกินกำหนด ฉลากแจ้งแหล่งผลิตปลอม โดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา(อย.) ได้ประกาศรายชื่อเครื่องสำอางอันตรายเพิ่มอีก 22 รายชื่อ จากที่มีอยู่เดิม 87 รายชื่อ (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มิถุนายน 2552)

จากสถานการณ์การใช้เครื่องสำอางของผู้บริโภคในปัจจุบัน และปัญหาต่าง ๆ เกี่ยวกับเครื่องสำอางดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจทำการศึกษาเรื่องการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางในแง่ของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง และพนักงานเจ้าหน้าที่ซึ่งเป็นผู้บังคับใช้กฎหมายว่าอยู่ในระดับใด เพื่อทราบถึงสถานการณ์การกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางในปัจจุบัน ซึ่งผลการศึกษาคาดว่าจะนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ให้เหมาะสมต่อไป

คำถามการวิจัย

1. การกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ของผู้ผลิตเครื่องสำอาง ผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง และพนักงานเจ้าหน้าที่ อยู่ในระดับใด
2. ความรู้และความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ของผู้ผลิตเครื่องสำอาง ผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง และพนักงานเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับใด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาระดับการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ของผู้ผลิตเครื่องสำอางและผู้จำหน่ายเครื่องสำอางในเขตกรุงเทพมหานคร และพนักงานเจ้าหน้าที่ในงานกำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหลังออกสู่ตลาด กลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

สมมุติฐานการวิจัย

1. ผู้ผลิตเครื่องสำอางที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน
2. ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน
3. ผู้ผลิตเครื่องสำอาง และผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง มีความรู้ที่แตกต่างกัน

4. ผู้ผลิตเครื่องสำอาง และผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง มีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน

5. ผู้ผลิตเครื่องสำอาง และผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง มีการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน

6. ผู้ผลิตเครื่องสำอางที่มีระดับความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 แตกต่างกัน จะมีการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน

7. ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางที่มีระดับความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 แตกต่างกัน จะมีการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้มีกลุ่มประชากรที่ศึกษาทั้งหมด 3 กลุ่ม คือ ผู้ผลิตเครื่องสำอางและผู้จำหน่ายเครื่องสำอางในเขตกรุงเทพมหานคร และพนักงานเจ้าหน้าที่ในงานกำกับดูแลผลิตภัณฑ์หลังออกสู่ตลาด กลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

1. ผู้ผลิตเครื่องสำอาง

1.1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล

1.2 ความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

1.3 ความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

2. ผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง

2.1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล

2.2 ปัจจัยด้านลักษณะสถานจำหน่ายเครื่องสำอาง

2.3 ความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

2.4 ความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

3. พนักงานเจ้าหน้าที่

3.1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล

3.2 ความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

3.3 ปัจจัยด้านการบริหารทรัพยากร

ตัวแปรตาม

การกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 ในเขตกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องสำอาง หมายถึง วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้เพื่อความสวยงาม เพื่อความสะอาด รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดความสวยงาม ที่ใช้กับร่างกาย ไม่ว่า ทา ぬววด โรย ฟ่น หยอด ใส่ อบ รวมทั้งเครื่องประพินผิวต่าง ๆ

ผู้ผลิตเครื่องสำอาง หมายถึง บุคคลซึ่งเป็นเจ้าของหรือเป็นผู้ดำเนินงานสถานที่ผลิตเครื่องสำอาง

ผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง หมายถึง บุคคลซึ่งเป็นเจ้าของหรือเป็นผู้ขายเครื่องสำอาง

สถานจำหน่ายเครื่องสำอาง หมายถึง อาคาร หรือส่วนของอาคารและหมายความรวมถึงบริเวณบริเวณสถานที่จำหน่ายเครื่องสำอาง

พนักงานเจ้าหน้าที่ หมายถึง บุคคลซึ่งรัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 แต่งตั้งเป็นพนักงานเจ้าหน้าที่เพื่อปฏิบัติตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เกสชกรที่ปฏิบัติงานในงานกำกับดูแลเครื่องสำอางหลังออกจำหน่าย ในท้องตลาด กลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง สำนักควบคุมเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข

ความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 หมายถึง ความรู้ในการประกอบการธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง ในส่วนที่เกี่ยวกับข้อกำหนด หลักเกณฑ์ ข้อบังคับ ต่างๆเกี่ยวกับเครื่องสำอาง แล้วนำมาจัดการให้อยู่ในรูปแบบที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจที่จะประกอบการธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง ให้ถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อให้เกิด

ประโยชน์ตามที่ต้องการได้ โดยมุ่งเน้นให้เป็นไปตามข้อบังคับของกระทรวงสาธารณสุข ตามกฎหมายเครื่องสำอาง

ความคิดเห็นเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 หมายถึง ความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ ความคิดเห็น รวมทั้งความรู้สึกเกี่ยวกับข้อกำหนด หลักเกณฑ์ ข้อบังคับต่างๆเกี่ยวกับเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

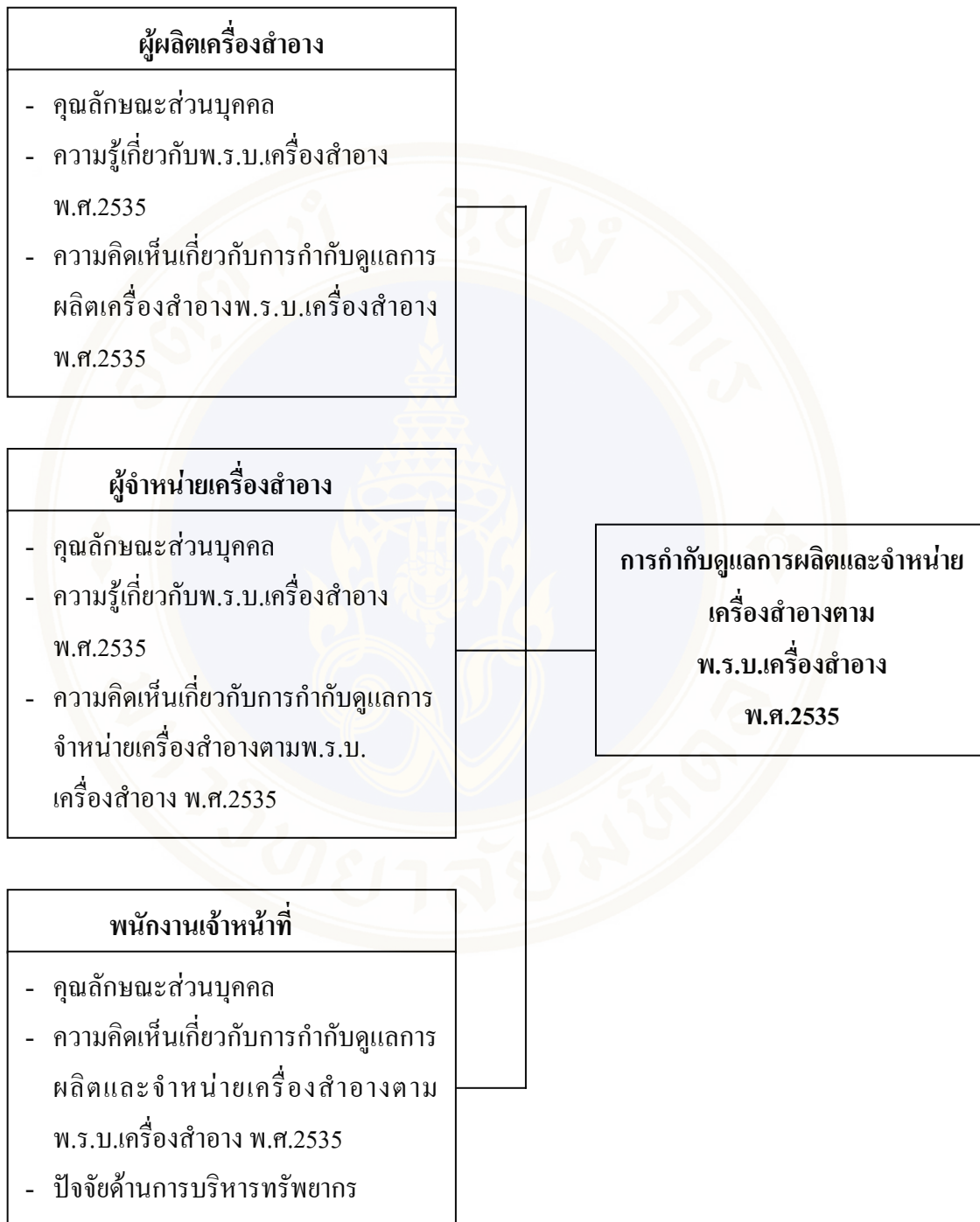
ความรู้ในการดำเนินงานตามกฎหมาย หมายถึงความรู้ในการปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบในตำแหน่งของพนักงานเจ้าหน้าที่ ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึงความรู้ในการปฏิบัติงานกำกับดูแลเครื่องสำอางหลังออกจำหน่ายในท้องตลาดให้เป็นตามกฎหมาย ซึ่งประกอบด้วยการปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่ 5 กิจกรรม คือ การตรวจสอบทั่วไป การเก็บตัวอย่าง การยึด การอายัด การดำเนินการต่อผู้กระทำการฝ่าฝืนผิดกฎหมาย

ปัจจัยด้านการบริหารทรัพยากร หมายถึง องค์ประกอบที่มีผลเอื้ออำนวยต่อการดำเนินการของหน่วยงาน ได้แก่ บุคลากร งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำงาน

การกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 หมายถึง การปฏิบัติตามกฎหมายของผู้ผลิตเครื่องสำอาง ผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง และการปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



แผนภูมิที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หรือมีลักษณะใกล้เคียงกับงานวิจัยนี้ เพื่อนำมาใช้เป็นพื้นฐานกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยแบ่งเนื้อหารายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารกฎหมายการแพทย์และสาธารณสุข
2. แนวคิดเกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมายและการกำกับดูแล
 - 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับกฎหมายในการควบคุมสังคม
 - 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค
3. แนวคิดเกี่ยวกับกฎหมายที่กำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง
 - 3.1 สาระสำคัญของพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535
 - 3.2 การกำกับดูแลและการควบคุมผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางให้ได้ตามมาตรฐาน
 - 3.3 หน้าที่ของผู้ประกอบการ
4. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารกฎหมายการแพทย์และสาธารณสุข

ความหมายของกฎหมาย มีผู้ให้คำจำกัดความคำว่ากฎหมายไว้หลากหลายมากมาย แต่หากยึดแนวทางที่ครอบคลุมอย่างน้อย 4 ประการ คือ รูปของกฎหมายที่ปรากฏ ผู้ตราหรือผู้สร้างกฎหมาย จุดมุ่งหมายในฐานะเป็นเครื่องมือ และผลของการฝ่าฝืนกฎหมาย อาจสามารถสรุปได้ว่ากฎหมายคือ กฎเกณฑ์ข้อบังคับที่ตราขึ้นโดยผู้มีอำนาจสูงสุดในรัฐเพื่อกำหนดและหรือควบคุมพฤติกรรมของบุคคลซึ่งตามธรรมดาผู้ใดฝ่าฝืนกฎหมายย่อมได้รับผลร้าย

ความหมายของการบริหารจัดการ

การบริหาร (Administration) เมื่อพิจารณาจากที่มาของรากศัพท์ สามารถแปลความได้ว่าเป็นการมุ่งบริการหรือรับใช้ประชาชนหรือผู้มีส่วนได้เสียให้ได้รับบริการที่สามารถสนองความต้องการ (Regard to Needs) อันเรียกว่าความเป็นธรรม (Equity) เหตุผลหรือฐานคิดฐานเชื่อในการตัดสินใจที่จะจัดสรรแบ่งปันทรัพยากรในเชิงอุดมคติจึงล้วนมุ่งให้เกิดความเสมอภาคและเป็นธรรม

การจัดการ (Management) คือ การทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ จุดมุ่งหมายที่สำคัญของการจัดการคือมุ่งเน้นที่การก่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ (Achieve Goal)

การบริหารจัดการจึงอาจหมายถึง การใช้ศาสตร์และศิลป์ในการจัดสรร และหรือจัดการทรัพยากรเพื่อบรรลุเป้าหมายของงานอย่างก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ความหมายของกฎหมายสุขภาพ หมายถึงกฎเกณฑ์ข้อบังคับที่ตราขึ้นโดยผู้มีอำนาจสูงสุดในรัฐเพื่อกำหนดและหรือควบคุมพฤติกรรมของบุคคลเพื่อก่อให้เกิดสุขภาวะที่สมบูรณ์เป็นองค์รวมเชื่อมโยงอย่างสมดุลทั้งด้านร่างกาย จิตใจ สังคม และปัญญา

หลักการบริหารจัดการกฎหมายสุขภาพ เป็นกระบวนการที่ใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการตรากฎหมาย บังคับใช้กฎหมาย วิจัยและพัฒนาผลการบังคับใช้กฎหมาย ทั้งที่เป็นปัจจัยสุขภาพของบุคคล นอกตัวบุคคล กิจกรรมอื่นๆที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสุขภาพ และกิจกรรมทั้งหมดที่มีผลกระทบต่อสุขภาพ (สุรชาติ ฌ หนองคาย, 2549: 82-85)

ปัจจัยด้านทรัพยากรการบริหาร

ทรัพยากรในการบริหาร หมายถึง องค์ประกอบในระบบงานและองค์การ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ทรัพยากรด้านบุคคล และทรัพยากรด้านสิ่งแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงาน คือ เงิน วัสดุสิ่งของ วิธีการจัดการ โดยทรัพยากรด้านบุคคลหรือคน (Man) หมายถึงพนักงานเจ้าหน้าที่ที่มีอำนาจหน้าที่ ส่วนทรัพยากรด้านสิ่งแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงาน ได้แก่ งบประมาณ (Money) หมายถึง ทรัพยากรที่รัฐจะต้องจัดหามาใช้จ่ายในการดำเนินกิจกรรมการบังคับใช้กฎหมาย วัสดุอุปกรณ์หรือเครื่องมือเครื่องใช้ (Material) หมายถึงความรวมถึงยานพาหนะและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น และวิธีการจัดการในการทำงาน (Method) เช่น การจัดแบ่งงาน หรือสายการบังคับบัญชา การจัดสถานที่ที่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน การกำหนดกฎระเบียบในการทำงาน ขั้นตอนในการปฏิบัติงาน เพื่อให้การทำงานราบรื่นและบรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งทรัพยากรที่นำมาใช้ประกอบการปฏิบัติงานการบังคับใช้กฎหมายตามอำนาจหน้าที่ จะต้องเหมาะสมกับงานที่ปฏิบัติจึงจะเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง

1. คน หมายถึง จำนวนคนในการปฏิบัติกิจกรรมด้านการบังคับใช้กฎหมายในการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางที่หน่วยงานมีอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งมีความสามารถใช้กำลังสมองและแรงงานเพื่อประกอบการงานของหน่วยงานนั้น ซึ่งจากการศึกษาของสาคร ใจพยอม (2531: 112) พบว่า ในทัศนะของหัวหน้าฝ่ายส่งเสริมสุขภาพนั้น ปัจจัยสนับสนุนด้านกำลังคน ซึ่งก็คือจำนวนบุคลากรในฝ่ายส่งเสริมสุขภาพสัมพันธ์กับความสามารถในการปฏิบัติงานของหัวหน้าฝ่ายส่งเสริมสุขภาพ โรงพยาบาลชุมชนในประเทศไทย และพรทิพย์ อุ่นโหมล (2532: 61) พบว่า จำนวนบุคลากรในฝ่ายสุขภาพและป้องกันโรคมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ด้านบริหารและทุกด้านโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ด้านบริการและด้านวิชาการ ซึ่งจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่า คนเป็นทรัพยากรของหน่วยงานที่น่าจะมีความสัมพันธ์กับการดำเนินการตามอำนาจหน้าที่หรือการบังคับใช้กฎหมายในการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง

2. เงิน หมายถึง งบประมาณที่ใช้สำหรับค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและค่าจ้าง เช่น การจัดซื้อเครื่องมืออุปกรณ์ตลอดจนเครื่องใช้ต่าง ๆ งบประมาณจึงเป็นสิ่งที่สำคัญในการจัดการ ซึ่งประหยัด หงษ์ทองคำ (2529: 85-86) พบว่า อุปสรรคที่สำคัญในการปฏิบัติหน้าที่ไม่เต็มความสามารถของเทศบาลคือ อุปสรรคด้านการเงิน เนื่องจากเทศบาลมีรายได้น้อยเกินไป และจากการศึกษาของนที ปิ่นทวนันท์ (2538) พบว่า องค์การบริหารส่วนจังหวัดน่านไม่สามารถพึ่งตนเองทางการคลังได้ รวมทั้งไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ตามภารกิจที่กฎหมายกำหนดไว้ได้อย่างเป็นรูปธรรม เนื่องจากประสบปัญหางบประมาณไม่เพียงพอ ดังนั้น เงินจึงเป็นปัจจัยที่ผู้วิจัยเห็นว่ามีความจำเป็นในการดำเนินงานด้านการบังคับใช้กฎหมายในงานกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง ของกลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง

3. วัสดุอุปกรณ์ หมายถึง อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ รวมทั้งยานพาหนะ วัสดุอุปกรณ์เป็นสิ่งจำเป็นที่หน่วยงานต้องมีไว้เพื่อการปฏิบัติงานและต้องเหมาะสมเพียงพอ เพื่อสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย โดยเอนก ณ นคร (2538: 140-141) พบว่า จำนวนวัสดุอุปกรณ์ ยานพาหนะ เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่ได้รับการจัดสรรไม่เพียงพอกับปริมาณงาน มีผลต่อการปฏิบัติงาน ดังนั้นจะเห็นได้ว่า วัสดุอุปกรณ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการปฏิบัติงาน และน่าจะเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญกับการปฏิบัติหน้าที่ เป็นสิ่งจำเป็นที่หน่วยงานต้องมีไว้เพื่อการปฏิบัติงาน และจะต้องเพียงพอเหมาะสมเพื่อสนับสนุนให้การดำเนินการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางเป็นไปตามเป้าหมาย

นอกจากนี้ บรรพต ดันธีรวงศ์ (2545: 159) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ คนงาน เงิน สิ่งแวดล้อม เหล่านี้ ล้วนเป็นสาเหตุทำให้การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขในส่วนภูมิภาคไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้

ดังนั้นในการวิจัยเรื่องการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จึงพิจารณาจากปัจจัยที่อาจมีอิทธิพลต่อการบังคับใช้กฎหมาย คือทรัพยากรด้านสิ่งแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงานด้วย ได้แก่ บุคลากรงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

2. แนวคิดเกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมายและการกำกับดูแล

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับกฎหมายในการควบคุมสังคม

การปกครองและการบริหารประเทศเพื่อที่จะให้สามารถบรรลุเป้าหมายตามแนวทางและนโยบายต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้ การใช้ทั้งอำนาจ (power) และกำลัง (force) เป็นสิ่งจำเป็นซึ่งรัฐต้องใช้ควบคู่กันไปในการดำเนินกิจกรรมทางการเมืองต่างๆ โดยมีกฎหมายสนับสนุนและรองรับและกำหนดขอบเขตในการใช้อำนาจและกำลังเพื่อให้เป็นไปโดยชอบธรรม (legitimacy) กฎหมายจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่รัฐจะนำมาอ้างเพื่อควบคุมพฤติกรรมของสมาชิกในสังคมที่อยู่ภายใต้การปกครอง โดยปกติแล้วกฎหมายจะมีอำนาจบังคับแก่สมาชิกในสังคมทันที เมื่อผ่านขั้นตอนและกระบวนการทางนิติบัญญัติและรัฐได้ประกาศบังคับใช้ ทั้งนี้โดยอาศัยอำนาจทางการเมืองร่วมกับกฎหมายเหล่านี้ เพื่อบังคับให้ประชาชนปฏิบัติตาม โดยเฉพาะกฎหมายมหาชน (public law) ซึ่งเป็นกฎหมายที่มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะคุ้มครองความเรียบร้อยและเป็นระเบียบ รวมทั้งความสงบสุขในสังคมนั้น เป็นกฎหมายที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อนำมาใช้ควบคุมหรือบังคับพฤติกรรมของสมาชิกในสังคม ไม่ให้เบี่ยงเบนออกจากกฎกติกาอันเป็นแนวปกติของสังคม จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่กฎหมายประเภทนี้จะต้องมีสภาพบังคับ (sanction) เป็นองค์ประกอบของตัวบทกฎหมายอยู่ด้วยเสมอ ไม่ว่าจะเป็นสภาพบังคับทางอาญา ในลักษณะของโทษทางอาญา (punishment) หรือเป็นสภาพบังคับทางเยยวาทโดยการป้องกัน (preventive) ผลร้ายที่อาจจะเกิดขึ้น หรือเป็นสภาพบังคับในทางเยยวาทผลเสียหายโดยตรง (specific relief) โดยมีองค์กรของรัฐเป็นผู้บังคับใช้กฎหมายเหล่านี้ (โกเมท ทองกัญญ์, 2534)

กฎหมายเป็นเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้เป็นธรรมให้แก่บุคคลทุกฝ่ายในสังคม และเป็นกติกาของสังคม ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง รวมไปถึงกระบวนการผลิตการจำหน่ายสินค้าที่จะต้องเกี่ยวข้องกับผู้บริโภค กฎหมายก็เข้าไปมีบทบาทในการควบคุมการประกอบ

ธุรกิจ เริ่มตั้งแต่การขออนุญาตประกอบธุรกิจ การจำหน่าย และการโฆษณา เพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปได้ พร้อม ๆ กับการคุ้มครองผู้บริโภค เนื่องจากภาคธุรกิจมีการผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ เพิ่มขึ้น และมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ผู้ประกอบธุรกิจจึงได้พัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ โดยใช้วิทยาการต่าง ๆ ที่ทันสมัย ทั้งนี้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สินค้าและผลิตภัณฑ์จึงมีกระบวนการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง เกินกว่าความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภคโดยทั่วไป ผู้บริโภคจึงเสียเปรียบผู้ประกอบการค้าอย่างเห็นได้ชัด แม้ว่าในสินค้าและบริการบางอย่าง ตลาดจะเป็นของผู้บริโภค ที่ผู้ผลิตต้องแข่งขันในเรื่องราคาและคุณภาพ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคก็ตาม แต่ในด้านความปลอดภัยจากสินค้าและบริการ และการได้รับความเสียหายหรือการต้องเสี่ยงจากการบริโภคสินค้าและบริการนั้น ผู้บริโภคยังมีความจำเป็นที่ต้องได้รับความคุ้มครองกฎหมายจึงเข้ามามีบทบาทปรับความเป็นธรรม ระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจให้เท่าเทียมกันจริง ๆ (ชัยวัฒน์ วงศ์วัฒนสานต์, 2543)

กฎหมายปกครองเป็นกฎหมายที่กำหนดให้องค์กรของรัฐหรือบุคลากรของรัฐมีอำนาจรัฐหรืออำนาจมหาชนที่จะกำหนดกฎเกณฑ์หรือออกคำสั่งให้เอกชนต้องปฏิบัติตามได้โดยไม่ต้องอาศัยความสมัครใจหรือความยินยอมของเอกชน เช่น กฎหมายว่าด้วยการจราจรทางบกจะกำหนดให้เจ้าพนักงานจราจรจัดระเบียบการจราจรให้ผู้ขับขี่รถยนต์ต้องปฏิบัติตาม กฎหมายต่าง ๆ ที่ควบคุมการประกอบอาชีพของเอกชน ฯลฯ นอกจากนี้กฎหมายปกครองยังเป็นกฎหมายที่กำหนดให้องค์กรของรัฐหรือบุคลากรของรัฐมีอำนาจรัฐหรืออำนาจมหาชนที่จะบังคับใช้กฎหมายโดยบังคับให้เอกชนปฏิบัติตามกฎหมาย หากเอกชนใดฝ่าฝืนกฎหมายก็ให้องค์กรของรัฐหรือบุคลากรของรัฐมีอำนาจตามกฎหมายที่จะบังคับการได้เองโดยไม่ต้องไปร้องขอต่อศาลให้บังคับให้

กฎหมายปกครองเป็นกฎหมายที่กำหนดเงื่อนไข หลักเกณฑ์และวิธีการในการใช้อำนาจโดยองค์กรของรัฐหรือบุคลากรของรัฐ และเป็นกฎหมายที่กำหนดกฎเกณฑ์ในการใช้อำนาจดังกล่าวซึ่งอาจจะเป็นกฎหมายเฉพาะหรือกฎหมายที่กำหนดมาตรฐานกลางดังเช่น กฎหมายว่าด้วยวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง

หลักนิติรัฐ อาจสรุปได้ว่า รัฐและหน่วยงานของรัฐกระทำการเพื่อประโยชน์สาธารณะและอยู่ในฐานะที่เหนือกว่าเอกชน มีอำนาจก่อให้เกิดความเคลื่อนไหวในสิทธิหน้าที่แก่เอกชนฝ่ายเดียวโดยปัจเจกชนไม่สมัครใจได้ กฎหมายมหาชนให้อำนาจรัฐหรือหน่วยงานของรัฐดำเนินการเพื่อประโยชน์สาธารณะและอยู่ในฐานะที่เหนือกว่าเอกชน แต่กฎหมายนั้นเองก็จำกัดอำนาจรัฐหรือหน่วยงานของรัฐไม่ให้ใช้อำนาจนอกกรอบที่กฎหมายให้ไว้

ผลที่ตามมาก็คือ จะต้องมีการควบคุมการกระทำขององค์กรของรัฐทุกองค์กรให้ชอบด้วยกฎหมาย กล่าวคือ จะต้องควบคุมการกระทำและนิติกรรมทางปกครองของฝ่ายปกครองให้ชอบ

ด้วยกฎหมาย และจะต้องมีการควบคุมการกระทำขององค์กรตุลาการ ซึ่งได้แก่คำพิพากษาและคำสั่งศาลให้ชอบด้วยกฎหมาย โดยจะมีองค์กรและกระบวนการควบคุมที่แตกต่างกันไปในแต่ละระบบกฎหมาย (ชาญชัย แสวงศักดิ์, 2552: 41, 64-65)

ความหมายของการปฏิบัติ

กรณีการ์ กันธะรักษา (2527: 123-132) ได้ให้ความหมายของการปฏิบัติไว้ว่า “กิจกรรมที่มนุษย์กระทำทุกประเภท ไม่ว่าจะสามารถสังเกตสิ่งนั้นได้หรือไม่ก็ตาม ซึ่งโดยพื้นฐานทางจิตวิทยาเชื่อว่า การมีความรู้ที่ถูกต้องและเหมาะสมจะทำให้ทราบว่า จะต้องปฏิบัติอย่างไร และต้องสามารถปฏิบัติได้จริง”

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542: 647) ได้ให้ความหมายของการปฏิบัติว่า หมายถึง ดำเนินการไปตามระเบียบแบบแผน เช่น ปฏิบัติราชการ กระทำเพื่อให้เกิดความชำนาญ ส่วนการบังคับใช้กฎหมาย เป็นเรื่องที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากการนำกฎหมายซึ่งเป็นเพียงลายลักษณ์อักษรไปสู่การบังคับใช้ให้เกิดผลในทางปฏิบัติ (ประเสริฐ สุขสบาย, 2542)

กล่าวโดยสรุป การบังคับใช้กฎหมาย จึงเป็นการดำเนินการ การกระทำ การนำตัวบทกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ซึ่งเป็นเพียงลายลักษณ์อักษร มาใช้บังคับแก่สมาชิกที่เกี่ยวข้องในสังคมเพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเป็นกฎหมายด้านสังคมที่กำหนดเพื่อป้องกันผู้บริโภคจากพฤติกรรมที่ฉ้อฉล เกี่ยวพันกับธุรกิจโดยทั่วไป ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2541 แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา กำหนดไม่ให้ทำการโฆษณาที่ใช้ข้อความเกินจริง หลอกลวง ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค ละเมิดสิทธิ และกำหนดให้ผู้ประกอบการที่สงสัยว่าการโฆษณาของตนจะฝ่าฝืนหรือไม่ สามารถขอความเห็นจากคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง

ส่วนที่ 2 การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านฉลากและสัญญา กำหนดให้สินค้าด้านฉลากที่ผลิตภายในประเทศ และนำเข้ามานำจำหน่ายเป็นสินค้าควบคุมฉลากที่ต้องมีลักษณะการใช้ข้อความที่ไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระของสินค้า ข้อความจำเป็นอย่างที่เปิดเผยข้อเท็จจริงที่เป็นสาระตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากกำหนด

กรณีด้านสัญญาให้อำนาจคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา มีอำนาจกำหนดประเภทธุรกิจที่ควบคุมการทำสัญญาที่กำหนด ให้ใช้ข้อสัญญาที่จำเป็นที่ไม่ทำให้ผู้บริโภคเสียเปรียบ ห้ามใช้สัญญาที่ไม่เป็นธรรม

ส่วนที่ 3 การคุ้มครองผู้บริโภคโดยประการอื่นกำหนดให้คณะกรรมการมีอำนาจทดสอบพิสูจน์สินค้าที่อาจเป็นอันตราย และมีคำสั่งห้ามขายสินค้าที่อาจเป็นอันตรายได้ และกำหนดให้คณะกรรมการมีอำนาจแต่งตั้งเจ้าพนักงานอัยการ โดยความเห็นชอบของสำนักงานอัยการสูงสุดเป็นเจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคเพื่อดำเนินคดีทางแพ่งและคดีอาญาแก่ผู้กระทำละเมิดสิทธิของผู้บริโภค

ทั้งนี้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2541 ได้บัญญัติสิทธิผู้บริโภคในมาตรา 4 ซึ่งมี 5 ประการ ได้แก่

1. สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ (rights to be informed) ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับรู้ คำโฆษณา หรือการแสดงฉลากกำกับสินค้าที่ถูกต้องตรงตามความเป็นจริง เพื่อให้ผู้บริโภคได้ใช้ดุลพินิจและตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการนั้น ได้อย่างถูกต้องตรงตามความต้องการรวมถึงสิทธิที่จะได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอย่างถูกต้อง และเพียงพอที่จะไม่หลงผิดในการซื้อสินค้าหรือรับบริการโดยไม่เป็นธรรม

2. สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ (rights to freedom of choose) ได้แก่สิทธิที่จะเลือกซื้อสินค้าหรือรับบริการโดยความสมัครใจของผู้บริโภค และปราศจากการชักจูงใจอันไม่เป็นธรรม

3. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ (rights to safety) หลักการสิทธิของผู้บริโภคในประเด็นนี้ นับได้ว่าเป็นวัตถุประสงค์ที่สำคัญอย่างมากในการให้ความคุ้มครองผู้บริโภค ในอันที่จะได้รับสินค้าและบริการที่ปลอดภัย มีคุณภาพ และได้มาตรฐานตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการใช้หรือบริโภค อีกทั้งเมื่อนำไปใช้หรือบริโภคแล้ว จะต้องไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพ และทรัพย์สินทั้งตนเองและผู้อื่นสิทธิของผู้บริโภคในประเด็นนี้ มีหลายหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงสาธารณสุข และ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นต้น จะต้องให้ความคุ้มครองความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค จากการบริโภคสินค้า

4. สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา (rights to be equity) ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับข้อสัญญาโดยไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อคุ้มครอง

ผู้บริโภคที่มักจะเป็นผู้ค่อยโอกาสในการต่อรอง หรือไม่อาจรู้เท่าทันผู้ประกอบการหรือเจ้าของสินค้าหรือบริการ โดยเฉพาะในเรื่องของการทำสัญญา ผู้ประกอบการหรือเจ้าของสินค้าหรือบริการจะเป็นผู้กำหนดและร่างข้อตกลงขึ้นมาเอง หลังจากนั้นจะให้ผู้บริโภคเพียงกรอกลายมือชื่อเข้าเป็นคู่สัญญาโดยปราศจากการต่อรอง

5. สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย (rights to redress for damages) เป็นสิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองและชดเชยค่าเสียหาย เมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคตามประเด็นต่าง ๆ เช่น ได้รับอันตรายจากคำโฆษณาที่ไม่เป็นความจริงแก่สุขภาพ ชีวิต และทรัพย์สิน ผู้บริโภคเองก็สามารถเรียกร้องค่าเสียหายตามกฎหมายแพ่งได้ กรณีของสิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย หมายถึง รัฐต้องประกันการคุ้มครองและใช้ค่าเสียหาย เมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะได้รับความคุ้มครองจากการบริการด้วย ซึ่งผู้ขายหรือผู้ผลิตอาหารต้องรับผิดชอบต่อผู้บริโภค หากการบริการที่ให้ไปมีลักษณะด้อยคุณภาพ จนทำให้ผู้บริโภคต้องได้รับอันตรายหรือเสียหายจากการบริการ (ฉัตรสุมน พฤติปัญญา, 2551: 26-28)

ในประเทศต่าง ๆ หลายประเทศ ได้มีการตรากฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้ที่ได้รับความเสียหายจากการใช้หรือบริโภคสินค้า อันเนื่องจากความบกพร่องของสินค้าหรือเป็นสินค้าที่ไม่ปลอดภัย บางประเทศตราเป็นกฎหมายความรับผิดชอบต่อสินค้าไม่ปลอดภัย (Products liability) ออกใช้บังคับเป็นการเฉพาะ บางประเทศบัญญัติไว้เป็นส่วนหนึ่งของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค การฟ้องร้องเพื่อความรับผิดชอบต่อสินค้าที่ไม่ปลอดภัย อาจฟ้องบนพื้นฐานของความประมาทเลินเล่อ หรือในฐานะต้องรับผิดชอบโดยสิ้นเชิง (strict liability) หรือฐานผิดสัญญาประกันก็ได้ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับบทกฎหมายของแต่ละประเทศ แต่โดยทั่วไป ความรับผิดชอบต่อสินค้าไม่ปลอดภัยจะกำหนดให้เป็นความรับผิดชอบอย่างสิ้นเชิง (strict liability) ความรับผิดชอบโดยสิ้นเชิงเป็นทฤษฎีทางกฎหมายที่กำหนดให้ผู้ผลิต ผู้นำเข้าสินค้า ต้องรับผิดชอบหากมีความเสียหายเกิดขึ้น จากการใช้หรือบริโภคสินค้านั้น โดยไม่ต้องคำนึงว่าเกิดจากการกระทำโดยเจตนาหรือประมาทเลินเล่อหรือไม่ สำหรับประเทศไทยได้ตรากฎหมายกำหนดความรับผิดชอบเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ปลอดภัยออกใช้บังคับเป็นการเฉพาะคือ พระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ.2551 ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2552 เป็นต้นมา

สาระสำคัญของพระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ.2551 ที่มีอยู่ทั้งหมด 16 มาตรา อาจสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ต้องรับผิดชอบ คือ ผู้ประกอบการทุกคน ซึ่งได้แก่ ผู้ผลิต หรือผู้ว่าจ้างให้ผลิต หรือผู้นำเข้าในกรณีเป็นสินค้านำเข้า ผู้ขายสินค้าที่ไม่สามารถระบุตัวผู้ผลิต ผู้ว่าจ้างให้ผลิต

หรือผู้นำเข้าได้ หรือผู้ใช้ชื่อทางการค้า เครื่องหมายการค้า เครื่องหมาย หรือข้อความอันมีลักษณะทำให้เกิดความเข้าใจได้ว่าเป็นผู้ผลิต ผู้ว่าจ้างให้ผลิตหรือผู้นำเข้า โดยต้องร่วมกันรับผิดชอบความเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย และสินค้านั้นได้มีการขายให้ผู้บริโภคแล้ว ไม่ว่าความเสียหายนั้นจะเกิดจากการกระทำโดยจงใจหรือประมาทเลินเล่อของผู้ประกอบการดังกล่าวหรือไม่ก็ตาม

2. สินค้าที่ไม่ปลอดภัย คือ สินค้าที่ก่อหรืออาจก่อให้เกิดความเสียหายขึ้นได้ เพราะ

2.1 ความบกพร่องในการผลิต การออกแบบ หรือ

2.2 ไม่ได้กำหนดวิธีใช้ วิธีเก็บรักษา คำเตือน หรือข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าไว้ หรือกำหนดไว้แต่ไม่ถูกต้องหรือไม่ชัดเจนตามสมควร

ทั้งนี้ โดยคำนึงถึงสภาพของสินค้า ลักษณะการใช้งานและการเก็บรักษาตามปกติธรรมดาของสินค้านั้นตามที่เจ้าพนักงานได้

สินค้าตามกฎหมายนี้รวมถึงกระแสไฟฟ้า และผลิตผลทางเกษตรกรรมอันเกิดจากเกษตรกรรมต่าง ๆ อาทิเช่น การทำนา ทำไร่ ทำสวน เลี้ยงสัตว์ เลี้ยงสัตว์น้ำ เลี้ยงไหม เลี้ยงผึ้ง เพาะเห็ด แต่ไม่รวมถึงผลิตผลที่เกิดจากธรรมชาติ

3. ผู้มีสิทธิฟ้องเรียกค่าเสียหาย ได้แก่

3.1 ผู้เสียหายคือ ผู้ได้รับความเสียหายจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย ความเสียหายอาจเป็นความเสียหายต่อชีวิต ร่างกาย สุขอนามัย จิตใจ หรือทรัพย์สินซึ่งไม่ใช่ตัวทรัพย์สินที่ไม่ปลอดภัยนั้น สำหรับความเสียหายต่อจิตใจหมายถึงความถึงความเจ็บปวด ความทุกข์ทรมาน ความวิตกกังวล ความเศร้าโศกเสียใจ ความอับอาย หรือความเสียหายต่อจิตใจอย่างอื่นที่มีลักษณะทำนองเดียวกัน

3.2 ผู้มีอำนาจฟ้องคดีแทนผู้เสียหาย คือ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สมาคม และมูลนิธิซึ่งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคให้การรับรอง

4. การฟ้องคดี คดีตามกฎหมายนี้ถือเป็นคดีผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ.2551 การฟ้องคดี เขตอำนาจศาล และวิธีการพิจารณาคดี เป็นไปตามพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ.2551 ดังกล่าว ซึ่งไม่ยุ่งยากและสะดวกรวดเร็วกว่าการฟ้องคดีแพ่งตามปกติมาก

5. การระงับข้อพิพาท ในการฟ้องเรียกค่าเสียหาย ผู้เสียหายหรือผู้ฟ้องคดีแทนมีหน้าที่พิสูจน์ว่าได้รับความเสียหายจากสินค้าของผู้ประกอบการ และการใช้หรือเก็บรักษาสินค้านั้นเป็นไปตามปกติธรรมดา โดยไม่ต้องพิสูจน์ว่าความเสียหายเกิดจากการกระทำของผู้ประกอบการใด

สำหรับผู้ประกอบการหากจะปฏิเสธความรับผิดชอบความเสียหาย อันเกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัยต้องเป็นฝ่ายพิสูจน์ให้ได้ว่า สินค้านั้นมีได้เป็นสินค้าที่ไม่ปลอดภัย หรือผู้เสียหายได้รู้อยู่แล้วว่าสินค้านั้นเป็นสินค้าที่ไม่ปลอดภัย หรือความเสียหายเกิดขึ้นจากการใช้หรือเก็บรักษาสินค้าไม่ถูกต้องตามวิธีใช้ หรือคำเตือน หรือข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ผู้ประกอบการได้กำหนดไว้อย่างถูกต้อง และชัดเจนตามสมควรแล้วข้อตกลงที่ทำไว้ล่วงหน้า หรือประกาศหรือแจ้งความยกเว้นหรือจำกัดความรับผิด นำมาใช้ยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดไม่ได้

6. ค่าเสียหาย นอกจากเรียกค่าสินไหมทดแทน เพื่อละเมิดตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์แล้ว ศาลมีอำนาจกำหนดค่าเสียหายต่อจิตใจอันเป็นผลมาจากความเสียหายต่อร่างกาย สุขภาพ อนามัยของผู้เสียหายด้วย และหากผู้เสียหายถึงแก่ความตาย สามิ ภริยา บุพการี หรือผู้สืบสันดานของบุคคลนั้นมีสิทธิได้รับค่าเสียหายต่อจิตใจ นอกจากนี้ศาลมีอำนาจกำหนดค่าเสียหายในเชิงลงโทษเพิ่มเติมได้ไม่เกินสองเท่าของค่าสินไหมที่แท้จริงหากผู้ประกอบการได้ผลิตนำเข้า หรือขายสินค้าโดยรู้หรือควรจะเป็นสินค้าที่ไม่ปลอดภัย หรือไม่รู้เพราะประมาทเลินเล่ออย่างร้ายแรง หรือรู้แล้วไม่ดำเนินการแก้ไขป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย

7. อายุความ อายุความของคดีตามกฎหมายนี้ มีกำหนดสามปีนับแต่วันที่ผู้เสียหายรู้ถึงความเสียหายและรู้ตัวผู้ประกอบการที่ต้องรับผิด หรือภายในสิบปีนับแต่วันขายสินค้า กรณีความเสียหายเกิดขึ้นต่อชีวิต ร่างกาย สุขภาพ หรืออนามัย โดยผลของสารที่สะสมในร่างกายของผู้เสียหายหรือเป็นกรณีที่ต้องใช้เวลาในการแสดงอาการ ผู้เสียหายหรือผู้มีสิทธิฟ้องคดีต้องใช้สิทธิเรียกร้องภายในสามปีนับแต่วันที่รู้ถึงความเสียหาย และรู้ตัวผู้ประกอบการที่ต้องรับผิด และหากมีการเจรจาเรื่องความเสียหายให้อายุความสะดุดหยุดลงระหว่างการเจรจา

8. สินค้าที่ขายก่อนหน้านี้ สินค้าที่ขายแก่ผู้บริโภคก่อนกฎหมายฉบับนี้มีผลใช้บังคับไม่อยู่ในบังคับของกฎหมายฉบับนี้ (สกล หาญสุทธิวารินทร์, 2552)

ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกระบวนการผลิตที่ซับซ้อน ใช้เทคโนโลยีสูง และนำมาใช้กับร่างกายผู้บริโภคโดยตรง เครื่องสำอางจึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกฎหมายเฉพาะควบคุม เนื่องจากเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคต้องเสี่ยงต่อการใช้ กล่าวคือผู้บริโภคอาจได้รับอันตรายแก่ร่างกาย หรืออวัยวะที่ใช้เครื่องสำอาง (ณรงค์ฤทธิ์ เพ็ชรศักดิ์, 2549)

เครื่องสำอางเป็นผลิตภัณฑ์ที่ส่วนใหญ่ใช้กับผิวภายนอก เพื่อความสะอาด สวยงาม หรือแต่งกลิ่นหอมในชีวิตประจำวัน ปัจจุบันเครื่องสำอางกลุ่มเครื่องสำอางทั่วไป โดยเฉพาะครีม หรือโลชั่นประเภทบำรุงผิว ป้องกันแสงแดดหรือทำให้หน้าขาว เครื่องสำอางกลุ่มนี้แต่เดิมจัดเป็นเครื่องสำอางทั่วไป สามารถผลิตและวางจำหน่ายได้โดยไม่ต้องขออนุญาต ซึ่งการผลิตนั้นทำได้ง่าย

ทั้งในตึกแถว คอนโด หรือบ้านพักอาศัยทั่วไป มักมีการลักลอบผสมสารที่เป็นอันตราย ทำให้เกิดการแพ้ ผื่นน้ำด่าง ผื่นบางลง เกิดพิษสะสม ทำให้ทางเดินปัสสาวะอักเสบ ไตอักเสบ ระคายเคือง จุดด่างขาวเป็นฝ้าถาวร หน้าแดง ระคายเคือง แสบร้อนรุนแรงเกิดการอักเสบ ผื่นน้ำลอกอย่างรุนแรง และอาจเป็นอันตรายต่อทารกในครรภ์ การติดตามตรวจสอบจึงทำได้ยาก

เพื่อลดปัญหาเหล่านี้ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจึงได้ดำเนินโครงการความปลอดภัยด้านเครื่องสำอางเพื่อธรรมาภิบาลแก้ไขปัญหา โดยบูรณาการกับสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ตำรวจทางหลวง กองบังคับการปราบปรามอาชญากรรมทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยี กรมศุลกากร กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด และได้สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญในปี 2552 ดังนี้

เครื่องสำอางมีคุณภาพมาตรฐานและปลอดภัย

ได้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องสำอาง ณ ร้านอาหารและยา และตรวจสอบเอกสารการนำเข้าเครื่องสำอางรวม 159,083 รายการ สุ่มเก็บตัวอย่าง 270 รายการ พบตกมาตรฐานร้อยละ 4.44 และได้ได้ตรวจสอบเฝ้าระวังเครื่องสำอางกลุ่มเสี่ยงตามท้องตลาดทั้งส่วนกลางและภูมิภาคในปี 2551 – 2552 จำนวน 2,076 ตัวอย่าง พบสารห้ามใช้ 494 ตัวอย่าง โดยสรุปในปี 2552 พบเครื่องสำอางมีคุณภาพมาตรฐาน ร้อยละ 91.82

ในส่วนภูมิภาคโดยสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดดำเนินการตรวจสอบแจ้งเตือนสถานที่จำหน่ายเครื่องสำอางรวม 2,124 ราย ตรวจติดตาม เฝ้าระวังไม่ให้มีการวางจำหน่ายเครื่องสำอางผิดกฎหมาย 1,289 ราย และตรวจสอบสถานเสริมสวยและคลินิกเสริมความงาม 618 ราย รวมทั้งเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ผู้บริโภค 416 ครั้ง

ประกาศแจ้งเตือนรายชื่อเครื่องสำอางผิดกฎหมาย

อาศัยอำนาจตามมาตรา 41 แห่งพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยารวบรวมข้อมูลหลักฐานจากการติดตามเฝ้าระวังเครื่องสำอางอันตราย โดยขอความเห็นชอบจากคณะกรรมการเครื่องสำอาง เพื่อแจ้งเตือนประชาชน

ปี 2552 ได้ประกาศรายชื่อเครื่องสำอางผิดกฎหมาย เครื่องสำอางอันตราย รวมทั้งสิ้น 126 รายการ โดยออกประกาศสำนักงานฯ จำนวน 30 ฉบับ ทั้งนี้รายชื่อเครื่องสำอางผิดกฎหมาย เครื่องสำอางอันตรายตั้งแต่ปี 2545 – 2552 ที่ได้ออกประกาศแจ้งเตือนประชาชนเพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์แล้ว มีทั้งสิ้น 522 รายการ

จับกุมเครื่องสำอางผิดกฎหมาย

ตรวจจับผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมายอย่างเข้มงวด ทั้งสถานที่ขายส่ง เครื่องสำอางรายใหญ่ สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพระบบขายตรงและขายปลีก รวมทั้งการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต และทำลายแหล่งผลิตแหล่งค้าส่งเครื่องสำอางผิดกฎหมาย โดยในปี 2552 สามารถตรวจจับและทำลายแหล่งเครื่องสำอางผิดกฎหมาย ทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด 9 ครั้ง รวมมูลค่ากว่า 21 ล้านบาท

การเปรียบเทียบปรับ

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ได้ดำเนินคดีกับผู้ฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องสำอางในปี 2552 รวมทั้งสิ้น 9 ราย เป็นเงินค่าปรับจำนวน 76,000 บาท ในปี 2551 จำนวน 15 ราย เป็นเงินค่าปรับจำนวน 57,000 บาท (รายงานประจำปี 2552 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2552)

3. แนวคิดเกี่ยวกับกฎหมายที่กำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

- 3.1 สารสำคัญของพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535
- 3.2 การกำกับดูแลและการควบคุมผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางให้ได้ตามมาตรฐาน
- 3.3 หน้าที่ของผู้ประกอบการ

3.1 สารสำคัญของพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

คำนิยามที่เกี่ยวข้องกับเครื่องสำอาง

ในการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง มีคำนิยามศัพท์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องสำอาง ดังนี้

เครื่องสำอาง ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ความหมายของ “เครื่องสำอาง” คือ วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ทา ถู นวด โรย พ่น หยอด ใส่ อบหรือกระทำด้วยวิธีอื่นใดต่อส่วนหนึ่งส่วนใดของร่างกายเพื่อความสะอาด ความสวยงาม หรือส่งเสริมให้เกิดความสวยงามและรวมตลอดทั้งเครื่องประดับผิวต่าง ๆ ด้วย แต่ไม่รวมถึงเครื่องประดับและเครื่องแต่งตัวซึ่งเป็นอุปกรณ์ภายนอกร่างกาย ทั้งนี้อาจสรุปได้ง่าย ๆ ว่า

1. เครื่องสำอางเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับผิวภายนอกเท่านั้น เช่น ผิวหนัง ริมฝีปากและในช่องปาก เส้นผม เล็บ รวมทั้งอวัยวะเพศส่วนนอก

2. ใช้เพื่อความสะอาดในชีวิตประจำวัน เช่น ขัดคราบเหงื่อไคล
สิ่งสกปรกที่ผิวหนัง ตลอดจนเส้นผมและหนังศีรษะ

3. ใช้เพื่อระงับกลิ่นกาย แต่งกลิ่นหอม

4. ใช้เพื่อปกป้องหรือส่งเสริมให้มีสุขภาพที่ดี ปรับแต่งให้แลดูดี
สวยงาม โดยที่ไม่สามารถไปมีผลต่อโครงสร้างหรือการทำหน้าที่ใดๆของร่างกายมนุษย์

ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ที่อ้างว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษา ป้องกัน
โรค หรือไปมีผลต่อโครงสร้าง หรือการทำหน้าที่ใด ๆ ของร่างกายมนุษย์ เช่น รักษาผิว ผื่นแพ้
แดง คัน ผื่นหนังอักเสบ/บรรเทาอาการปวดฟัน รำมะนาด เหงือกบวม เลือดออกตามไรฟัน/เสริม
ทรวงอก/คลายไขมัน/ยับยั้งการทำงานของเอนไซม์ - โทโรซิเนส ลดการสร้างเม็ดสี (melanin) ทำให้
ผิวขาวขึ้น/หยุดผมร่วง ปลุกผม สร้างเส้นผมใหม่ ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ไม่จัดเป็นเครื่องสำอาง

ฉลาก ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ให้ความหมาย
ของ “ฉลาก” คือ รูป รอยประดิษฐ์ หรือข้อความใดๆเกี่ยวกับเครื่องสำอางซึ่งแสดงไว้ที่เครื่องสำอาง
ภาชนะบรรจุ หรือ หีบห่อ หรือ สอดแทรก หรือรวมไว้กับเครื่องสำอาง ภาชนะบรรจุ หรือ หีบห่อ
และหมายความรวมถึงเอกสาร หรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบกับเครื่องสำอาง

ผลิต ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ให้ความหมายของ
“ผลิต” คือ การทำ ผสม เปลี่ยนรูป แปรสภาพ ประแต่ง แบ่งบรรจุหรือเปลี่ยนภาชนะบรรจุ

ขาย ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ให้ความหมายของ
“ขาย” คือ จำหน่าย จ่ายแจก หรือแลกเปลี่ยน เพื่อประโยชน์ในการค้าและรวมถึงการมีไว้เพื่อขาย ซึ่ง
คือ แม้ในขณะนั้นจะไม่ได้มีการซื้อขาย หรือจ่ายแจก แต่หากเป็นการมีผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางไว้ใน
ครอบครอง ในลักษณะพร้อมที่จะขาย หรือสื่อเจตนาว่ามีไว้เพื่อขาย ก็จะถือว่าเป็นการขาย

สถานที่ ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ให้ความหมาย
ของ “สถานที่” คือ ที่ อาคาร หรือส่วนของอาคาร รวมถึงบริเวณสถานที่ด้วย

ลักษณะของเครื่องสำอางที่บัญญัติไว้ในกฎหมาย

ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ได้ให้ความหมายของเครื่องสำอางบาง
ชนิดไว้ ดังนี้ คือ

เครื่องสำอางควบคุมพิเศษ เป็นเครื่องสำอางที่มีความเสี่ยงสูงต่อการเกิด
อันตรายกับผู้บริโภค เนื่องจากพิษภัยหรืออันตรายของเคมีภัณฑ์ที่เป็นส่วนผสม การกำกับดูแลจึง
เข้มงวดที่สุด ด้วยการให้ผู้ประกอบการธุรกิจมาขึ้นทะเบียนคำรับ เมื่อได้รับใบสำคัญการขึ้นทะเบียน
คำรับเครื่องสำอางควบคุมพิเศษเรียบร้อยแล้ว จึงจะผลิตหรือนำผลิตภัณฑ์เข้ามาจำหน่ายได้ ตัวอย่าง

เครื่องสำอางควบคุมพิเศษ ได้แก่ ยาสีฟัน น้ำยาบ้วนปาก ไหมขัดฟันที่มีส่วนผสมของฟลูออไรด์ ผลิตภัณฑ์ตัดผม ยืดผม ผลิตภัณฑ์ย้อมผมชนิดถาวร ผลิตภัณฑ์ฟอกสีผม ผลิตภัณฑ์กำจัดขน หรือทำให้งามร่วง

เครื่องสำอางควบคุม เป็นเครื่องสำอางกลุ่มที่อาจมีผลกระทบ หรือมีความเสี่ยงต่อการเกิดอันตรายบ้าง แต่น้อยกว่าเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ การกำกับดูแลจึงไม่เข้มงวดเท่าเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ ผู้ประกอบธุรกิจเพียงมาแจ้งรายละเอียดต่อหน่วยงานรัฐ ภายในเวลาไม่น้อยกว่า 15 วัน ก่อนผลิตหรือนำผลิตภัณฑ์เข้ามาจำหน่าย

เครื่องสำอางทั่วไป หมายถึง เครื่องสำอางที่ไม่เข้าข่ายเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ หรือเครื่องสำอางควบคุม มีความเสี่ยงที่จะเกิดอันตรายต่อผู้บริโภคค่อนข้างน้อย กฎหมายจึงมิได้กำหนดให้ต้องมาขึ้นทะเบียน หรือแจ้งต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ก่อนผลิต หรือนำเข้า แต่ทั้งนี้ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าจะต้องนำกฎหมายที่เกี่ยวข้องไปปฏิบัติให้ถูกต้อง เช่น จะต้องไม่มีส่วนผสมของสารห้ามใช้ จัดทำฉลากภาษาไทยที่แสดงข้อความอันจำเป็นครบถ้วนชัดเจน

เครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ ตามมาตรา 33 คือ เครื่องสำอางที่มีลักษณะเช่น มีสารที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้น้อยด้วย, ผลิตหรือใช้ภาชนะบรรจุไม่ถูกสุขลักษณะ หรือมีสารพิษที่อาจจะเป็นอันตรายต่อผู้ใช้ เป็นต้น

เครื่องสำอางปลอม คือ เครื่องสำอางที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนแต่แจ้งว่าขึ้นทะเบียนไว้ หรือ เครื่องสำอางที่ใช้ฉลากแจ้งชื่อผู้ผลิต หรือแหล่งผลิตที่ไม่ตรงกับความจริง เป็นต้น (มาตรา 34)

เครื่องสำอางผิดมาตรฐานคือ เครื่องสำอางซึ่งมีสารสำคัญน้อย หรือมากกว่าที่ขึ้นทะเบียนเครื่องสำอางไว้ (มาตรา 35)

เครื่องสำอางที่ห้ามผลิตเพื่อขาย นำเข้าเพื่อขาย หรือขาย ได้แก่ เครื่องสำอางที่มีลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใดต่อไปนี้ เครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ เครื่องสำอางปลอม เครื่องสำอางผิดมาตรฐาน

อนึ่ง เครื่องสำอางที่วางจำหน่ายส่วนใหญ่จัดเป็นเครื่องสำอางทั่วไป เช่น แชมพูสระผม หรือ ครีมนวดผมที่ไม่มีสารจัดรังแค โลชั่น ครีมบำรุงผิว อายแชโดว์ อายไลเนอร์ ดินสอเขียนคิ้ว บลัชออนแต่งแก้ม ลิปสติก ครีมรองพื้น แป้งทาหน้า สบู่ก้อน สบู่เหลว โฟม น้ำมันทาผิว เครื่องสำอางระงับกลิ่นกาย สีทาเล็บ มูส หรือเจลแต่งผม เป็นต้น และเนื่องจากกฎหมายที่กำกับดูแลไม่เข้มงวด จึงพบว่ามีผู้ฝ่าฝืนกฎหมายด้วยการลักลอบผสมสารห้ามใช้ กรรมวิธีผลิตไม่ถูกสุขลักษณะ เป็นเหตุให้ผู้บริโภคได้รับอันตราย จากการใช้ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ ประกอบกับที่ฉลากมักแจ้งแหล่งผลิตปลอม ทำให้เจ้าหน้าที่ติดตามเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ด้วยความยากลำบาก

สาระสำคัญของพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ที่เกี่ยวกับการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง

1. เพื่อห้ามผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางกระทำการอันอาจก่อให้เกิดความไม่ปลอดภัยต่อผู้ใช้เครื่องสำอาง

ห้ามผู้ใดผลิตเพื่อขาย หรือนำเข้าเพื่อขายเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ ยกเว้นได้ขึ้นทะเบียนแล้ว หรือเป็นการจำหน่ายในร้านค้าปลอดภาษี (Duty Free) (มาตรา 13)

ห้ามผู้ใดขายเครื่องสำอางควบคุมพิเศษที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียน หรือถูกตั้งเพิกถอนทะเบียนแล้ว เว้นแต่เป็นการขายในร้านค้าปลอดภาษี (Duty Free) (มาตรา 25)

ห้ามผู้ใดผลิตเพื่อขาย นำเข้าเพื่อขาย หรือขายเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ เครื่องสำอางปลอม หรือเครื่องสำอางผิดมาตรฐาน (มาตรา 36)

2. กำหนดให้ผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง ปฏิบัติเพื่อให้มีความปลอดภัยต่อผู้ใช้เครื่องสำอาง

โดยรัฐมนตรีมีอำนาจประกาศในราชกิจจานุเบกษา กำหนดชื่อ ประเภท ชนิด หรือลักษณะของเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ, เครื่องสำอางควบคุม, เครื่องสำอางที่ห้ามผลิต นำเข้า หรือขาย, กำหนดชื่อวัตถุที่ห้ามใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง เป็นต้น (มาตรา 5)

นอกจากนั้นคือให้นำบทบัญญัติของกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค ในส่วนที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการโฆษณามาใช้บังคับการโฆษณาเครื่องสำอาง (มาตรา 37)

3. เพื่อให้อำนาจแก่เจ้าหน้าที่ของรัฐดำเนินการให้เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้ (มาตรา 39)

ในกรณีที่มีเหตุอันควรสงสัยว่ามีการกระทำความผิดพระราชบัญญัตินี้ เลขาธิการมีอำนาจสั่งให้พนักงานเจ้าหน้าที่ดำเนินการ ดังต่อไปนี้ คือ

(1) เข้าไปในสถานที่ผลิต สถานที่นำเข้า สถานที่เก็บ หรือสถานที่ขายเครื่องสำอาง หรือเข้าไปในยานพาหนะที่บรรทุกเครื่องสำอาง เพื่อตรวจสอบเครื่องสำอาง ภาชนะบรรจุ เอกสาร หรือสิ่งที่เกี่ยวข้องกับเครื่องสำอาง รวมทั้งวิธีการผลิต หรือวิธีการเก็บรักษา ในเวลาระหว่างพระอาทิตย์ขึ้นถึงอาทิตย์ตก หรือในเวลาทำการของสถานที่นั้น

(2) นำเครื่องสำอางหรือวัตถุที่สงสัยว่าเป็นเครื่องสำอางในปริมาณพอสมควร ไปเป็นตัวอย่างเพื่อตรวจสอบ หรือวิเคราะห์

(3) ค้น ยึด หรืออายัดเครื่องสำอาง ภาชนะบรรจุ เอกสาร หรือสิ่งที่เกี่ยวข้องกับเครื่องสำอาง

(4) มีหนังสือเรียกให้บุคคลใด ๆ มาให้ถ้อยคำหรือส่งเอกสารและหลักฐานที่จำเป็น เพื่อประกอบการพิจารณาของพนักงานเจ้าหน้าที่

ในการปฏิบัติหน้าที่ตามข้างต้น ให้กระทำต่อหน้าผู้ครอบครองสถานที่ หรือยานพาหนะ หรือถ้าเจ้าของหรือผู้ครอบครองไม่อยู่ในที่นั้น ก็ให้กระทำต่อหน้าบุคคลอื่นอย่างน้อยสองคน ซึ่งพนักงานเจ้าหน้าที่ได้ร้องขอมาเป็นพยาน ถ้าไม่เป็นการเร่งด่วนให้พนักงานเจ้าหน้าที่แจ้งเป็นหนังสือ ให้เจ้าของหรือผู้ครอบครองสถานที่ หรือยานพาหนะนั้นทราบล่วงหน้าตามสมควรก่อน

สิ่งของใดที่ยึดหรืออายัด ต้องให้ผู้ครอบครองสถานที่ หรือยานพาหนะ บุคคลที่ทำงานในสถานที่หรือยานพาหนะนั้นหรือพยานดูแลแต่กรณี เพื่อให้รับรองว่าถูกต้อง ถ้าบุคคลดังกล่าวนั้นรับรอง หรือไม่ยอมรับรองให้พนักงานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติหน้าที่บันทึกไว้

สิ่งของที่ยึดหรืออายัดได้ ให้ห่อหรือบรรจุหีบห่อติดตราไว้ หรือให้ทำเครื่องหมายไว้เป็นสำคัญ (มาตรา 40)

เลขาธิการโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการ มีอำนาจประกาศผลการตรวจสอบ หรือวิเคราะห์เครื่องสำอางหรือวัตถุที่สงสัยว่าเป็นเครื่องสำอาง ที่นำไปตรวจสอบหรือวิเคราะห์ตามมาตรา 39 (2) ให้ประชาชนทราบ เพื่อประโยชน์แก่การคุ้มครองผู้บริโภคได้ โดยจะต้องให้เจ้าของเครื่องสำอางมีโอกาสชี้แจงโต้แย้ง และแสดงพยานหลักฐาน ตามควรแก่กรณี (มาตรา 41)

ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ผู้ค้น บันทึกรายละเอียดแห่งการค้น และบัญชีรายละเอียดสิ่งของที่ค้น ยึด หรืออายัด โดยบันทึกการค้นและบัญชีดังกล่าว ให้อ่านให้ผู้ครอบครองสถานที่หรือยานพาหนะ บุคคลที่ทำงานในสถานที่ หรือยานพาหนะนั้น หรือพยานฟัง แล้วแต่กรณี และให้บุคคลดังกล่าวลงลายมือชื่อรับรองไว้ ถ้าไม่ยอมลงลายมือชื่อรับรอง ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ผู้ค้น บันทึกไว้ และให้ส่งบันทึก บัญชีและสิ่งของที่ยึดไปยังสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุขโดยรีบด่วน (มาตรา 43)

ในการปฏิบัติหน้าที่ พนักงานเจ้าหน้าที่ต้องแสดงบัตรประจำตัว เมื่อผู้ที่เกี่ยวข้องร้องขอบัตรประจำตัวพนักงานเจ้าหน้าที่ให้เป็นไปตามแบบที่กำหนดในกฎกระทรวง (มาตรา 44)

เมื่อปรากฏว่าเครื่องสำอางใดที่ผลิตเพื่อขาย นำเข้าเพื่อขาย หรือขาย ที่เป็นการฝ่าฝืนมาตรา 13 หรือมีลักษณะตามที่กำหนดไว้ในมาตรา 21 มาตรา 33 มาตรา 34 หรือมาตรา 35 ให้พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจยึด หรืออายัดไว้เพื่อดำเนินคดี (มาตรา 45) หรืออาจให้

ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้นำเข้าเพื่อขาย ผู้ขายหรือผู้ครอบครอง จัดเก็บและทำลายเครื่องสำอางนั้นหรือส่งมอบให้แก่พนักงานเจ้าหน้าที่ ภายในระยะเวลาที่พนักงานเจ้าหน้าที่กำหนดก็ได้

ของที่ยึดหรืออายัดไว้ ถ้าเจ้าของหรือผู้ครอบครองไม่ได้โต้แย้ง และขอรับคืนภายในเก้าสิบวัน นับแต่วันที่ยึด หรืออายัด ให้เครื่องสำอางนั้นตกเป็นของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เพื่อจัดการตามระเบียบที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด

4. เพื่อลงโทษแก่ผู้ผลิต หรือผู้นำเข้าที่ฝ่าฝืนข้อห้ามและไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนด

ผู้ใดเจตนาก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ ปริมาณ หรือสาระสำคัญประการอื่นอันเกี่ยวกับเครื่องสำอาง ไม่ว่าจะเป็นของตนเองหรือผู้อื่น ใช้นิลาภที่มีข้อความเท็จหรือข้อความที่รู้ หรือควรรู้อยู่แล้วว่า อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ถ้าผู้กระทำความผิดตามวรรคหนึ่งกระทำความผิดซ้ำอีกภายในหกเดือน นับแต่วันกระทำความผิดครั้งก่อน ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 56)

ผู้ใดขายเครื่องสำอางที่มีการควบคุมฉลาก โดยไม่มีฉลาก หรือมีฉลากแต่ฉลาก หรือการแสดงฉลากนั้นไม่ถูกต้องหรือขายเครื่องสำอางที่มีฉลากที่คณะกรรมการสั่งเลิกใช้ ตามมาตรา 31 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 57)

ถ้าการกระทำความผิดตามวรรคหนึ่งเป็นการกระทำโดยประมาท ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท

ถ้าการกระทำความผิดตามวรรคหนึ่งเป็นการกระทำของผู้ผลิตเพื่อผู้ขาย หรือผู้นำเข้าเพื่อขายเครื่องสำอางที่มีการควบคุมฉลาก ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ผู้ใดรับจ้างทำฉลากที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย หรือรับจ้างติดฉลากฉลากที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องสำอางที่มีการควบคุมฉลาก โดยรู้หรือควรรู้อยู่แล้วว่า ฉลากดังกล่าวนั้นไม่ถูกต้องตามกฎหมาย ต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท (มาตรา 58)

ผู้ใดผลิตเพื่อขาย นำเข้าเพื่อขาย หรือขายเครื่องสำอางที่มีลักษณะตามมาตรา 33(1) หรือ (2) หรือมาตรา 34(1) หรือ (2) อันเป็นการฝ่าฝืนมาตรา 36 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ผู้ใดผลิตเพื่อขาย นำเข้าเพื่อขาย หรือขายเครื่องสำอางที่มีลักษณะตามมาตรา 33 (3) หรือ (4) หรือมาตรา 34 (3) หรือ (4) อันเป็นการฝ่าฝืนมาตรา 36 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ถ้าการนำเข้าเพื่อขายเครื่องสำอางตามวรรคหนึ่งหรือวรรคสอง เป็นการกระทำโดยประมาท ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินสามหมื่นบาท

ถ้าการขายเครื่องสำอางตามวรรคหนึ่งหรือวรรคสอง เป็นการกระทำโดยประมาท ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท (มาตรา 59)

ผู้ใดผลิตเพื่อขายหรือนำเข้าเพื่อขายเครื่องสำอางที่มีลักษณะตามมาตรา 35 อันเป็นการฝ่าฝืนมาตรา 36 ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองหมื่นบาท (มาตรา 60)

ผู้ใดขายเครื่องสำอางที่มีลักษณะตามมาตรา 35 อันเป็นการฝ่าฝืนมาตรา 36 ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท ถ้าการกระทำตามวรรคหนึ่งเป็นการกระทำโดยประมาท ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินสามพันบาท (มาตรา 61)

ผู้ใดไม่อำนวยความสะดวกตามสมควรแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ ซึ่งปฏิบัติหน้าที่ตามมาตรา 39 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 62)

เครื่องสำอางที่ผลิตเพื่อขาย นำเข้าเพื่อขาย หรือขายที่เป็นการฝ่าฝืนมาตรา 13 หรือมีลักษณะตามที่กำหนดไว้ในมาตรา 21 มาตรา 33 มาตรา 34 หรือมาตรา 35 รวมทั้งภาชนะบรรจุ ฉลาก และอุปกรณ์สำหรับใช้กับเครื่องสำอางดังกล่าว ให้ริบเสียทั้งสิ้นไม่ว่าจะมีผู้ถูกลงโทษตามคำพิพากษาหรือไม่และของที่ริบให้ส่งมอบแก่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เพื่อจัดการตามระเบียบที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด (มาตรา 63)

3.2 การกำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง และการควบคุมผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางให้ได้ตามมาตรฐาน

การกำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำกับดูแลเครื่องสำอางโดยใช้พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความปลอดภัยจากการใช้เครื่องสำอาง และสนับสนุนอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก

การกำกับดูแลด้านเครื่องสำอาง เป็นมาตรการหรือกระบวนการที่ต้องการคุ้มครองผู้บริโภคที่ใช้เครื่องสำอางให้ได้ใช้เครื่องสำอางที่มีคุณภาพ และปลอดภัย และเป็นประโยชน์อย่างแท้จริง

มาตรการตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 นั้น มุ่งเน้นการกำกับดูแล โดยยึดถือหลักการว่า เพื่อให้เอกชนสามารถประกอบธุรกิจต่าง ๆ ได้คล่องตัวอันจะส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยโดยรวม และในขณะเดียวกันก็ต้องสามารถคุ้มครองความปลอดภัยของผู้บริโภคได้อย่างเพียงพอด้วย

ในการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 นั้น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเป็นหน่วยงานหลักที่จะประสานการดำเนินการกับหน่วยงานที่ส่งเสริม สนับสนุน และมีส่วนร่วมดำเนินการเพื่อให้งานบรรลุเป้าหมาย ได้แก่ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ/กิ่งอำเภอ กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งจะช่วยสนับสนุน เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความปลอดภัย เป็นธรรม และไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ

หลักของการกำกับดูแลด้านเครื่องสำอาง

ในการกำกับดูแลด้านเครื่องสำอางนั้น เป็นงานเชิงระบบที่กว้างและซับซ้อน ซึ่งอาจเรียกให้เป็นสากลได้ว่า “ ระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง ” เป็นระบบงานที่รองรับการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่จำหน่ายในประเทศไทย โดยมีหลักการและเป้าหมายคือ

1. เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้ใช้เครื่องสำอางที่ปลอดภัย มีคุณภาพ
2. เพื่อสร้างความเชื่อถือในมาตรฐานของเครื่องสำอางที่ผลิตในประเทศไทย ให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก
3. การดำเนินการและการประสานงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายต้องเป็นระบบทันสมัย และสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

จากหลักการและเป้าหมายข้างต้น นำมาสู่กระบวนการหลัก 3 ประการ คือ

1. การกำกับดูแลก่อนออกจำหน่าย เป็นกระบวนการพิจารณาและกั้นกรองในขั้นตอนก่อนที่ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจะออกจำหน่ายในท้องตลาด ประกอบด้วยงานหลัก คือ

1.1 การประเมินความปลอดภัยและกำหนดคุณภาพมาตรฐานด้านเครื่องสำอาง ผลลัพธ์ของงานหลักนี้ คือ

- ประกาศกระทรวงสาธารณสุข

- กฎกระทรวง
- ประกาศคณะกรรมการเครื่องสำอาง
- ระเบียบกระทรวงสาธารณสุข
- ระเบียบคณะกรรมการเครื่องสำอาง
- ระเบียบ ข้อกำหนด หลักเกณฑ์ต่าง ๆ ที่ออกมาใช้

เพื่อให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตาม

- 1.2 การรับขึ้นทะเบียนเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ
 - 1.3 การรับแจ้งรายละเอียดเครื่องสำอางควบคุม
 - 1.4 การพิจารณาการนำเข้าเครื่องสำอางทั่วไป
 - 1.5 การพิจารณาคำขอความเห็นในการใช้ฉลากเครื่องสำอาง
- มีข้อสังเกตคือ ฉลากเครื่องสำอางควบคุมพิเศษเท่านั้นที่ได้ผ่านการพิจารณาลั่นกรองจากหน่วยงานรัฐ ให้แสดงข้อความตามที่พิจารณาแล้วว่าเหมาะสม สมควรอนุญาตให้แสดงไว้ในฉลากได้ แต่เครื่องสำอางควบคุมและเครื่องสำอางทั่วไปนั้น จะไม่ได้ผ่านการพิจารณาลั่นกรองจากเจ้าหน้าที่ก่อนออกจำหน่าย แต่จะไปเน้นเมื่อผลิตหรือนำเข้ามาจำหน่ายแล้ว ดังนั้นจึงมักมีปัญหาในเรื่องของการแสดงข้อความที่ค่อนข้างจะโอ้อวด หรือเกินความจริง เพื่อให้ผู้บริโภคคล้อยตามและซื้อมาใช้
- 1.6 การพิจารณาคำขอความเห็นในการโฆษณาเครื่องสำอาง
 - 1.7 การพิจารณาวินิจฉัยผลิตภัณฑ์

2. การวิจัยและพัฒนา

3. การกำกับดูแลหลังออกจำหน่ายในท้องตลาด เป็นการดำเนินการ

หลังจากที่ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางออกจำหน่ายในท้องตลาด ซึ่งประกอบด้วยลักษณะงานดังนี้ คือ

การติดตามตรวจสอบ ได้แก่

- (1) การตรวจสอบสถานที่ผลิต/นำเข้า/จำหน่าย เครื่องสำอาง

ให้เป็นไปตามหลักวิชาการและถูกต้องตามกฎหมาย

- (2) การตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในแหล่งผลิต/นำเข้า

และจำหน่ายให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด รวมทั้งการแสดงฉลากเครื่องสำอาง

- (3) เก็บตัวอย่างเครื่องสำอางส่งตรวจวิเคราะห์ เพื่อตรวจสอบ

ว่าสูตรส่วนผสมสำคัญเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดหรือไม่ มีส่วนผสมของสารที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้หรือไม่ เช่นการปนเปื้อนของโลหะหนักเกินเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด หรือมีการปนเปื้อนของเชื้อจุลินทรีย์ที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ เป็นต้น

(4) การตรวจสอบการโฆษณา ณ สถานที่ประกอบธุรกิจ และการตรวจสอบโฆษณาตามสื่อต่างๆทุกสื่อ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ใบปลิว ฯลฯ

(5) ให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการตามหลักวิชาการ การดำเนินการข้างต้น เมื่อพบว่ามี การฝ่าฝืนหรือทำผิดกฎหมาย ก็จะต้องดำเนินการตามขั้นตอนของการพิจารณาตามกฎหมายต่อไป

(6) การเฝ้าระวังความปลอดภัย

การบริโภคเครื่องสำอาง

(1) ผู้บริโภคเลือกใช้เองในชีวิตประจำวัน ใช้กันทุกเพศทุกวัย

(2) ผู้บริโภคส่วนใหญ่หลงเชื่อง่าย มักหวังผลแต่ด้านดี ใช้ตามความพึงพอใจ ไม่ค่อยคำนึงถึงอาการข้างเคียงอันไม่พึงประสงค์ที่อาจเกิดขึ้นได้

(3) ผู้ประกอบธุรกิจสามารถจำหน่าย ส่งเสริมการขาย และโฆษณาได้โดยอิสระ ไม่ต้องขออนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ก่อน ดังนั้น จุลาก และภษณะบรรจุมักจะสวยงาม ดึงดูดความสนใจ รวมทั้งมีการใช้ข้อความโฆษณาเกินความจริง หรือทำให้เข้าใจผิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

โครงสร้าง และหน้าที่ความรับผิดชอบของกลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง
มีอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบดังนี้คือ

1. ควบคุม กำกับ ดูแลเครื่องสำอางให้ได้มาตรฐานและเป็นไปตามกฎหมาย

2. ศึกษา วิจัย และจัดทำมาตรฐาน หลักเกณฑ์ กฎ ระเบียบ และมาตรการ ที่เกี่ยวกับการควบคุมกำกับ ดูแลคุณภาพ มาตรฐาน และความปลอดภัยของเครื่องสำอาง

3. ส่งเสริม สนับสนุนการผลิต นำเข้า และขายเครื่องสำอางให้ได้คุณภาพตามมาตรฐาน

4. ตรวจสอบ กำกับ ดูแล เฝ้าระวังเครื่องสำอาง สถานที่ประกอบการด้านเครื่องสำอางและการโฆษณาเครื่องสำอางให้เป็นไปตามกฎหมาย

5. ให้ความรู้ คำแนะนำทางวิชาการ และพัฒนาข้อมูลเพื่อให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านเครื่องสำอาง

6. ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือได้รับมอบหมาย

โดยได้จัดเป็นกลุ่มภารกิจ 1 ฝ่าย 3 งาน ดังนี้ คือ

1. ฝ่ายบริหารงานทั่วไป ประกอบด้วย งานสารบรรณ งานการเงิน งานพัสดุและยานพาหนะ งานอำนวยการและสนับสนุนกลุ่มภารกิจอื่น ๆ

2. งานกำกับดูแลก่อนออกสู่ตลาด มีหน้าที่เกี่ยวกับการพิจารณาคำขอ รับขึ้นทะเบียน เปลี่ยนแปลง แก้ไขทะเบียนตำรับ ทบทวนทะเบียนตำรับ ยกเลิก เพิกถอน รับชำระค่าธรรมเนียมรายปี งานพิจารณาให้ความเห็นเกี่ยวกับฉลากและการโฆษณา วินิจฉัยผลิตภัณฑ์ งานประเมินความเสี่ยงของสารและผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง งานศึกษาวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับเครื่องสำอาง

3. งานกำกับดูแลหลังออกสู่ตลาด มีหน้าที่เกี่ยวกับ

3.1 ตรวจสอบและเฝ้าระวัง สถานการณ์ผลิต นำเข้า และจำหน่ายให้เป็นไปตามกฎหมาย รวมทั้งการตรวจสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ฉลากเครื่องสำอาง และการให้ข้อมูลเชิงธุรกิจ

3.2 ติดตามตรวจสอบสถานประกอบการกรณีที่มีการร้องเรียน หรือ สืบบนนำจับ หรือกรณีพิเศษ รวมทั้งติดตามตรวจสอบแหล่งที่เป็นกลุ่มเสี่ยงเพื่อเฝ้าระวังการกระทำที่ฝ่าฝืนกฎหมาย

3.3 ตรวจสอบและเฝ้าระวังการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ และติดตามตรวจสอบ ณ สถานประกอบการที่เกี่ยวข้อง

3.4 พัฒนาเพื่อยกระดับมาตรฐานการผลิตเครื่องสำอาง ตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตเครื่องสำอาง (Good Manufacturing Practice for Cosmetics: GMP) และหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตเครื่องสำอางว่าด้วยสุขลักษณะทั่วไป (Good Hygienic Practice for Cosmetics: GHP)

3.5 พัฒนาการผลิตเครื่องสำอางที่ผลวิเคราะห์ไม่เข้ามาตรฐาน หรือมีปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพผลิตภัณฑ์

3.6 พิจารณาการกระทำที่ฝ่าฝืนกฎหมาย สืบสวน ประมวลหลักฐาน เพื่อเสนอดำเนินคดี หรือดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมาย ประกาศผลวิเคราะห์ให้ประชาชนทราบ และเก็บรักษาของกลางทางคดี

3.7 ประสานกับส่วนภูมิภาคเกี่ยวกับงานติดตามตรวจสอบ และเฝ้าระวัง รวมทั้งดำเนินการร่วมกับส่วนภูมิภาคในกรณีที่ได้รับการร้องขอ หรือ กรณีที่มีปัญหา

3.8 ศึกษาวิจัยเพื่อปรับปรุง และพัฒนาระบบงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ สภาพปัญหา และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (www.fda.moph.go.th)

เนื่องจากเมื่อปี พ.ศ. 2546 ประเทศไทยได้ลงนามในข้อตกลงที่จะปรับกฎระเบียบให้สอดคล้องกันในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน (Agreement on the ASEAN Harmonized Cosmetic Regulatory Scheme) โดยมีหลักการว่าแต่ละประเทศจะนำรายการสารด้านเครื่องสำอางของสหภาพยุโรปมาใช้ ส่วนผู้ประกอบการที่ประสงค์จะนำเครื่องสำอางวางจำหน่ายในแต่ละประเทศ จะต้องแจ้งข้อมูลอันจำเป็น (ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ + ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต/ผู้นำเข้า) ต่อหน่วยงานรัฐให้เรียบร้อยก่อน ซึ่งคณะกรรมการเครื่องสำอางได้พิจารณาแล้วมีความเห็นว่าการปรับกฎระเบียบครั้งนี้จะเป็นประโยชน์กับประเทศไทย อีกทั้งยังสามารถใช้พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ต่อไปได้ โดยจะปรับปรุงข้อกำหนด กฎระเบียบต่างๆในรายละเอียดให้สอดคล้องกับข้อตกลงฯ

ขณะนี้ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ดำเนินการปรับปรุงข้อกำหนดกฎระเบียบด้านเครื่องสำอาง สำเร็จเรียบร้อยแล้วหลายฉบับ ได้แก่

1. การจัดประเภทของเครื่องสำอาง

ลำดับ	สาระสำคัญ	กฎหมาย	หมายเหตุ
1.	กำหนดให้เครื่องสำอางทุกชนิดเป็นเครื่องสำอางควบคุม	1.ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ยกเลิกการกำหนดเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ ลงวันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ.2551	มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 26 กันยายน พ.ศ.2551 เป็นต้นไป
		2.ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง การกำหนดเครื่องสำอางควบคุม ลงวันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ.2551	มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 26 กันยายน พ.ศ.2551 เป็นต้นไป
2.	หลักเกณฑ์ วิธีการจดแจ้งเครื่องสำอางควบคุม	กฎกระทรวงกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการการแจ้งการผลิตเพื่อขายหรือนำเข้าเพื่อขายเครื่องสำอางควบคุม พ.ศ.2553 ลงวันที่ 7 พฤษภาคม พ.ศ.2553	มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 2 มิถุนายน พ.ศ. 2553 เป็นต้นไป

2. รายการสารด้านเครื่องสำอาง

ลำดับ	สาระสำคัญ	กฎหมาย	หมายเหตุ
1	กำหนดสารห้ามใช้	1. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดวัตถุที่ห้ามใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง ลงวันที่ 26 มีนาคม พ.ศ.2551	มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 13 พฤษภาคม พ.ศ.2551 เป็นต้นไป
		2. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดวัตถุที่ห้ามใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง (ฉบับที่ 2) ลงวันที่ 16 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2552	มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 28 มีนาคม พ.ศ.2552 เป็นต้นไป
2	กำหนดสีที่อนุญาตให้ใช้ในเครื่องสำอาง	ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดสีที่อาจใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง ลงวันที่ 14 มีนาคม พ.ศ.2551	มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 8 ตุลาคม พ.ศ. 2551 เป็นต้นไป
3	กำหนดวัตถุกันเสียที่อนุญาตให้ใช้ในเครื่องสำอาง	ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดวัตถุกันเสียที่อาจใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง ลงวันที่ 8 ตุลาคม พ.ศ.2550	มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 26 เมษายน พ.ศ. 2551 เป็นต้นไป
		ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดวัตถุกันเสียที่อาจใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง (ฉบับที่ 2) ลงวันที่ 13 สิงหาคม พ.ศ.2552	มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 30 มีนาคม พ.ศ.2553 เป็นต้นไป
4	กำหนดสารป้องกันแสงแดดที่อนุญาตให้ใช้ในเครื่องสำอาง	ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีสารป้องกันแสงแดด ลงวันที่ 28 พฤษภาคม พ.ศ.2550	มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 21 มกราคม พ.ศ. 2551 เป็นต้นไป

ลำดับ	สาระสำคัญ	กฎหมาย	หมายเหตุ
5	กำหนดชื่อและปริมาณของ วัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนผสม ในการผลิตเครื่องสำอาง	ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดชื่อและปริมาณของ วัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนผสมในการ ผลิตเครื่องสำอาง ลงวันที่ 29 สิงหาคม พ.ศ.2551	มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ วันที่ 10 ตุลาคม พ.ศ. 2551 เป็นต้นไป

3. คุณสมบัติทางจุลชีววิทยาของเครื่องสำอาง

ลำดับ	สาระสำคัญ	กฎหมาย	หมายเหตุ
1	กำหนดคุณสมบัติทางจุล ชีววิทยาของเครื่องสำอาง	ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดลักษณะของ เครื่องสำอางที่ห้ามผลิต นำเข้า หรือขาย ลงวันที่ 15 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2553	มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ วันที่ 24 เมษายน พ.ศ. 2553 เป็นต้นไป

4. การแสดงข้อความที่ฉลากเครื่องสำอาง

ลำดับ	สาระสำคัญ	กฎหมาย	หมายเหตุ
1	การแสดงฉลาก เครื่องสำอาง	ประกาศคณะกรรมการเครื่องสำอาง เรื่อง ฉลากของเครื่องสำอาง ลงวันที่ 2 กันยายน พ.ศ.2551	มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ วันที่ 23 กันยายน พ.ศ.2551 เป็นต้นไป
2	ข้อความอัน จำเป็น	ประกาศคณะกรรมการเครื่องสำอาง (ฉบับที่ 17) พ.ศ.2550 เรื่อง การระบุข้อความอันจำเป็น ที่ฉลากของเครื่องสำอาง ลงวันที่ 18 กันยายน พ.ศ.2550	มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ วันที่ 26 เมษายน พ.ศ. 2551 เป็นต้นไป
		ประกาศคณะกรรมการเครื่องสำอาง เรื่อง การ ระบุข้อความอันจำเป็นที่ฉลากของ เครื่องสำอาง (ฉบับที่ 2) ลงวันที่ 15 มิถุนายน พ.ศ.2552	มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ วันที่ 30 มีนาคม พ.ศ. 2553 เป็นต้นไป

ลำดับ	สาระสำคัญ	กฎหมาย	หมายเหตุ
3	คำเตือนที่ฉลาก เครื่องสำอาง	ประกาศคณะกรรมการเครื่องสำอาง เรื่อง การ แสดงคำเตือนที่ฉลากของเครื่องสำอาง ลง วันที่ 2 กันยายน พ.ศ.2551	มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ วันที่ 10 ตุลาคม พ.ศ. 2551 เป็นต้นไป
4	คำเตือนที่ฉลาก ของเครื่องสำอาง ผสม Dihydroxyacetone	ประกาศคณะกรรมการเครื่องสำอาง (ฉบับที่ 16) พ.ศ. 2550 เรื่อง การแสดงคำเตือนที่ฉลาก ของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางย้อมผิวให้เป็นสี แทน	มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ วันที่ 21 มกราคม พ.ศ.2551 เป็นต้นไป
5	คำเตือนที่ฉลาก ของผ้าอนามัย ชนิดสอด	ประกาศคณะกรรมการเครื่องสำอาง เรื่อง การ แสดงคำเตือนที่ฉลากของผ้าอนามัยชนิดสอด	มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ วันที่ 14 กันยายน พ.ศ.2553

5. กำหนดชื่อเครื่องสำอางที่ห้ามผลิต นำเข้า หรือขาย

ลำดับ	สาระสำคัญ	กฎหมาย	หมายเหตุ
1	กำหนดชื่อเครื่องสำอางที่ ห้ามผลิต นำเข้า หรือขาย	ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดชื่อเครื่องสำอางที่ ห้ามผลิต นำเข้า หรือขาย ลงวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ.2552	มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ วันที่ 30 เมษายน พ.ศ.2552 เป็นต้นไป
2	เพิ่ม ชื่อเครื่องสำอางที่ห้าม ผลิต นำเข้า หรือขาย	ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดชื่อเครื่องสำอางที่ ห้ามผลิต นำเข้า หรือขาย (ฉบับที่ 2) ลงวันที่ 16 ตุลาคม พ.ศ.2552	มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ วันที่ 28 พฤศจิกายน พ.ศ.2552 เป็นต้นไป

เมื่อกฎหมายที่กำหนดให้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทุกชนิดเป็นเครื่องสำอาง
ควบคุม ผู้ประกอบธุรกิจทุกรายจึงมีหน้าที่ต้องมาจดทะเบียนข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องสำอางทุกรายการ ก่อน
ผลิตหรือนำเข้า และต้องกำกับดูแลให้ผลิตภัณฑ์มีคุณลักษณะ ดังนี้

(1) ไม่มีส่วนผสมของสารห้ามใช้ เครื่องสำอางที่มีส่วนผสม
ของวัตถุที่ห้ามใช้ ถือว่าเป็นเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ ตามกฎหมายห้าม มิให้ผู้ใดผลิต
เพื่อขาย นำเข้าเพื่อขาย หรือขายเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ หากผู้ใดฝ่าฝืน ต้องระวางโทษ
จำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

(2) หากใช้สารที่มีกฎระเบียบเกี่ยวกับเงื่อนไขการใช้ เช่น สี สารกันเสีย สารป้องกันแสงแดด หรือสารอื่น ๆ ที่ปรากฏอยู่ในประกาศเกี่ยวกับชื่อและปริมาณของสารที่อาจใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง ซึ่งหากใช้สารเหล่านี้ไม่ตรงตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในประกาศ จะถือว่าเครื่องสำอางนั้นมีวัตถุที่ห้ามใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง ถือว่าเป็นเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ ตามกฎหมายห้ามมิให้ผู้ใดผลิตเพื่อขาย นำเข้าเพื่อขาย หรือขายเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัย หากผู้ใดฝ่าฝืน ต้องระวางโทษจำคุก ไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

(3) ปริมาณสารสำคัญในเครื่องสำอางทุกชนิดนั้น กฎหมายกำหนดให้มีค่าคลาดเคลื่อนได้ น้อยกว่าไม่เกินร้อยละสิบห้า หรือมากกว่าไม่เกินร้อยละสิบแปด ตามที่ขึ้นทะเบียนไว้ หรือที่ได้แจ้งไว้ต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ หรือที่ระบุไว้ในฉลาก แต่ต้องไม่เกินปริมาณสูงสุดที่ให้อ้างอิงตามประกาศ

สารสำคัญ หมายความว่า สารออกฤทธิ์หรือสารที่ทำให้เกิดสรรพคุณของเครื่องสำอาง ซึ่งแจ้งชื่อและปริมาณไว้ต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ หรือที่ระบุไว้ในฉลาก (รายละเอียดปรากฏในประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 14) พ.ศ.2536 เรื่อง กำหนดเกณฑ์ค่าคลาดเคลื่อนของปริมาณสารสำคัญในเครื่องสำอาง ลงวันที่ 16 ธันวาคม พ.ศ.2536)

(4) เครื่องสำอางทุกชนิดจะต้องมีคุณสมบัติทางจุลชีววิทยาที่ไม่เข้าข่ายเป็นเครื่องสำอางที่ห้ามผลิต นำเข้า หรือขาย ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดลักษณะของเครื่องสำอางที่ห้ามผลิต นำเข้า หรือขาย ลงวันที่ 30 ธันวาคม พ.ศ.2548

(5) เครื่องสำอางทุกชนิดต้องมีฉลากภาษาไทย ซึ่งจะต้องแสดงข้อความอันจำเป็นให้ครบถ้วนตามประกาศคณะกรรมการเครื่องสำอางฯ อีกทั้งเครื่องสำอางบางประเภทต้องแสดงคำเตือนตามที่กำหนดไว้อีกด้วย ส่วนข้อความอื่นๆที่ฉลากจะต้องเป็นความจริง มีเอกสารหลักฐานพร้อมพิสูจน์ และไม่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ข้อความอันจำเป็นที่ฉลากภาษาไทย

1. ชื่อเครื่องสำอางและชื่อทางการค้าของเครื่องสำอาง ซึ่งต้องมีขนาดใหญ่กว่าข้อความอื่น
2. ประเภทหรือชนิดของเครื่องสำอาง
3. ชื่อของสารทุกชนิดที่ใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง เรียงลำดับตามปริมาณของสารจากมากไปหาน้อย
4. วิธีใช้เครื่องสำอาง

5. ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต กรณีเป็นเครื่องสำอางที่ผลิตในประเทศ ชื่อ และที่ตั้งของผู้นำเข้า และชื่อผู้ผลิตและประเทศที่ผลิต กรณีเป็นเครื่องสำอางนำเข้า

6. ปริมาณสุทธิ

7. เลขที่แสดงครั้งที่ผลิต

8. เดือน ปีที่ผลิต หรือ ปี เดือน ที่ผลิต

9. เดือน ปีที่หมดอายุ หรือ ปี เดือนที่หมดอายุ ในกรณีที่ เป็นเครื่องสำอาง ที่มีอายุการใช้น้อยกว่า 30 เดือน เช่น เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของ Hydrogen peroxide

10. ถ้าฉลากมีพื้นที่น้อยกว่า 20 ตารางเซนติเมตร ให้แสดงเฉพาะข้อ 1, และ 7 ส่วนรายละเอียดอื่นให้แสดงในเอกสารกำกับเครื่องสำอาง

รายละเอียดปรากฏในประกาศคณะกรรมการเครื่องสำอาง เรื่อง ฉลาก ของเครื่องสำอาง ลงวันที่ 2 กันยายน พ.ศ.2551

การกำกับดูแลการโฆษณาเครื่องสำอาง

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาใช้พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 และ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2541 เป็นแม่บทในการคุ้มครองผู้บริโภค

แนวทางการกำกับดูแลโฆษณาเครื่องสำอาง

1. การโฆษณาเครื่องสำอางต้องอยู่ในขอบข่ายคำจำกัดความของ เครื่องสำอาง ตามมาตรา 4 แห่ง พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง คือ เป็นวัตถุที่มุ่งหมายสำหรับทา ถู นวด โรย พ่น หยอด ใส่ อบ หรือกระทำด้วยวิธีอื่นใด ต่อส่วนหนึ่งส่วนใดของร่างกาย **เพื่อความ สะอาด ความสวยงาม หรือส่งเสริมให้เกิดความสวยงาม** และรวมตลอดถึงเครื่องประทีนผิวต่างๆ ด้วย แต่ไม่รวมถึงเครื่องประดับ และเครื่องแต่งตัวซึ่งเป็นอุปกรณ์ภายนอกร่างกาย

2. การโฆษณาผลิตภัณฑ์ที่แสดงข้อความเกินกว่าความมุ่งหมายที่จะใช้ เป็นเครื่องสำอาง เช่น การกล่าวอ้างถึง

- สรรพคุณในการบำบัด บรรเทา รักษา หรือป้องกันโรค
- สรรพคุณในการเกิดผลต่อโครงสร้าง หรือการทำหน้าที่

ต่างๆของร่างกาย ซึ่งเป็นสรรพคุณทางยา อาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดว่าผลิตภัณฑ์นั้นเป็นยา ดังนั้น การโฆษณาใดที่ทำให้ ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดดังกล่าว สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดยกลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง จะมีหนังสือแจ้งให้ผู้ประกอบธุรกิจระงับการโฆษณาด้วยข้อความนั้น

ทางทุกสื่อโฆษณา แต่หากผู้ประกอบการยืนยันว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีสรรพคุณดังที่โฆษณา ก็จะต้องนำผลิตภัณฑ์นั้นไปขอขึ้นทะเบียนเป็นยา และปฏิบัติตามพระราชบัญญัติยาฯ อย่างเคร่งครัดต่อไป

3. การโฆษณาเครื่องสำอางที่มีการกล่าวอ้างถึงสรรพคุณที่ยังไม่อาจสรุปได้ว่ามีความเป็นไปได้จริงหรือไม่ รวมทั้งการรับรองการเห็นผลในระยะเวลาต่าง ๆ อย.จะมีหนังสือแจ้งผู้ประกอบการให้พิสูจน์ข้อความโฆษณา ทั้งนี้ อาจทำการพิสูจน์ต่อหน้าเจ้าหน้าที่ หรือส่งมอบเอกสารหลักฐานที่เชื่อถือได้เพื่อประกอบการพิสูจน์

4. การโฆษณารายละเอียดต่าง ๆ ของเครื่องสำอาง จะต้องตรงตามที่ได้ข้อมูลที่ได้จดทะเบียนไว้ก่อนการผลิตหรือนำเข้า

5. การโฆษณาเครื่องสำอางที่มีข้อความเกี่ยวกับการแถมพก หรือรางวัล ด้วยการเลี้ยงโชค จะต้องแสดงหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขของรายการนั้น ๆ ในการโฆษณาอย่างครบถ้วน ตามที่กำหนดในกฎกระทรวงซึ่งออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคฯ

การควบคุมผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางให้ได้ตามมาตรฐาน

ในปัจจุบันธุรกิจเครื่องสำอางมีมูลค่าไม่น้อยกว่าธุรกิจด้านอื่น ๆ ทั้งยังมีการแข่งขันกัน ระหว่างเครื่องสำอางที่นำเข้าจากต่างประเทศและเครื่องสำอางที่ผลิตในประเทศในระดับสูง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้มีมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทย ให้มีความสามารถผลิตเครื่องสำอางคุณภาพดี เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก เพื่อส่งออกเป็นการสร้างรายได้เข้าประเทศ และคนไทยก็จะได้มีโอกาสใช้เครื่องสำอางคุณภาพดี ตามนโยบายที่กำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ.2535-2539) ได้กำหนดให้มีการจัดทำหลักเกณฑ์ที่ดีในการผลิตเครื่องสำอาง (Good Manufacturing Practice: GMP) เพื่อให้ผู้ประกอบการนำไปใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติเพื่อพัฒนาคุณภาพของเครื่องสำอาง ปัจจุบันนี้มีสถานที่ผลิตเครื่องสำอางได้รับหนังสือรับรองมาตรฐานการผลิตเครื่องสำอางรวมทั้งสิ้นกว่า 30 แห่ง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540-2544) ยังคงสนับสนุนการพัฒนา การผลิตเครื่องสำอางในประเทศต่อไป โดยมุ่งพัฒนาสถานที่ผลิตเครื่องสำอางทั้งที่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ รวมทั้งโรงงานขนาดเล็ก และอุตสาหกรรมในครัวเรือนด้วย โดยแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ

1. โรงงานผลิตเครื่องสำอางขนาดใหญ่ และขนาดกลาง ที่มี

ความพร้อมทางด้านเงินทุน เทคโนโลยี และบุคลากร อย. จะสนับสนุนให้มีการยกระดับมาตรฐานการผลิตเครื่องสำอาง ตามเกณฑ์ GMP ที่จะช่วยให้ทุกขั้นตอนของการผลิตเป็นไปตามหลักวิชาการ โดยเริ่มตั้งแต่ความเหมาะสมของอาคารสถานที่ผลิต อุปกรณ์การผลิต การคัดเลือกวัตถุดิบที่มี

คุณภาพ กรรมวิธีที่ดีในการผลิต บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ และมีทักษะในการดำเนินการ รวมทั้งระบบเอกสารที่ครบถ้วน เพื่อจะได้ผลิตเครื่องสำอางที่มีคุณภาพดีสม่ำเสมอ เป็นที่ยอมรับของนานาประเทศ

2. โรงงานผลิตเครื่องสำอางขนาดเล็ก และอุตสาหกรรมในครัวเรือน

มักมีข้อจำกัดในเรื่องของเงินทุน เทคโนโลยี และบุคลากร ขาดที่พัฒนาการผลิตให้ถึงระดับตามเกณฑ์ GMP ได้ แต่หากไม่ปรับปรุง พัฒนาขั้นตอนการผลิต ผู้บริโภคจะมีความเสี่ยงต่อการได้รับเครื่องสำอางที่ด้อยคุณภาพ ไม่ปลอดภัย โดยเฉพาะการปนเปื้อนของโลหะหนัก และจุลินทรีย์ ดังนั้นจึงมีการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานเพิ่มขึ้นอีกระดับหนึ่ง เรียกว่า หลักเกณฑ์ว่าด้วยสุขลักษณะที่ดีในการผลิตเครื่องสำอาง (Good Hygienic Practice) หรือเรียกย่อ ๆ ว่า GHP ซึ่งจะมีความเข้มงวดน้อยกว่า GMP โดยจะเน้นในเรื่องของความสะอาด และสุขลักษณะที่ดีในการผลิตเครื่องสำอางเป็นสำคัญ นอกจากการพัฒนาการผลิตเพื่อยกระดับมาตรฐานของเครื่องสำอางแล้ว ยังมีการพัฒนาการผลิตในกรณีที่เครื่องสำอางมีปัญหาเรื่องคุณภาพ มาตรฐาน และความปลอดภัย อีกด้วย

3.3 หน้าที่ของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการจะต้องมีความพยายามที่เป็นแบบแผน ในการผลิตและขายสินค้า หรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของสังคมโดยมุ่งหวังผลกำไร ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้ประกอบการ (entrepreneur) มีความเสี่ยงในการขาดทุน และจะต้องดำเนินการหาผลประโยชน์ตอบแทนแก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงยอมทุ่มเวลา ความพยายาม และเงินลงทุน เพื่อเริ่มกิจการและดำเนินธุรกิจนั้นให้ประสบความสำเร็จ

ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องตอบสนองความต้องการของสังคมในด้านเศรษฐกิจ คือ จัดหาสินค้าและบริการให้แก่ประชาชนในสังคมในราคาและคุณภาพที่สังคมต้องการ และธุรกิจยังต้องตอบสนองต่อความคาดหวังของสังคม ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจมีความรับผิดชอบใน 3 ระดับด้วยกัน (พรนพ พุกกะพันธุ์, 2545)

1. การปฏิบัติตามกฎหมาย กฎหมายคือกติกาของสังคม การปฏิบัติตามกฎหมายเป็นความคาดหวังขั้นต่ำสุดที่สังคมต้องการให้ธุรกิจปฏิบัติตาม และนอกจากการปฏิบัติตามกฎหมายแล้ว สังคมยังคาดหวังให้ธุรกิจ มีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้นไปกว่านี้ด้วยคือ สนองความคาดหวังทางจริยธรรมของสังคม

2. สนองความคาดหวังทางจริยธรรมของสังคม สังคมคาดหวังให้ธุรกิจดำเนินกิจการอย่างมีจริยธรรม และมีความรับผิดชอบต่อสังคมที่สูงกว่าที่กฎหมายบังคับ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของความศรัทธา เชื่อถือ และทัศนคติที่ดีของสาธารณชนที่มีต่อองค์กรธุรกิจ

3. ส่งเสริมวัฒนธรรมและค่านิยมอันดีงาม นอกจากการปฏิบัติตามกฎหมายและดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมแล้ว สังคมยังคาดหวังให้ธุรกิจมีส่วนส่งเสริม หรืออย่างน้อยต้องไม่ขัดขวาง หรือทำลายวัฒนธรรมและค่านิยมของสังคมที่ดีงาม การที่บริษัทต่าง ๆ ให้การสนับสนุนทางการเงิน ให้จัดงานประเพณี งานศิลปวัฒนธรรม การกีฬา ตลอดจนการช่วยเหลือ โฆษณา ส่งเสริมค่านิยมอันดีงาม ล้วนเป็นตัวอย่างของการพยายามสนองตอบความคาดหวังทางด้านสังคม

4. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้

เบนจามิน เอส บลูม (Bloom, 1971: 271) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความรู้ เป็นสิ่งที่เกี่ยวกับการระลึกได้ถึงสิ่งทั่วไปหรือสิ่งเฉพาะ ระลึกถึงกระบวนการ วิธีการ ตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดยเน้นความจำ

พจนานุกรมเว็บสเตอร์ (Webster, 1967: 531) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความรู้ หมายถึง ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงและโครงสร้าง หรือข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นจากการศึกษาค้นคว้า หรือเป็นความรู้ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งของ หรือบุคคล หรือสถานที่ซึ่งได้จากประสบการณ์ หรือจากรายงาน หรือการสังเกต การรับรู้ข้อเท็จจริงเหล่านี้ต้องอาศัยเวลา และต้องมีความชัดเจน

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542 ได้ให้ความหมายของ “ความรู้” คือ สิ่งที่ได้มาจากการศึกษาเล่าเรียน การค้นคว้า หรือประสบการณ์ รวมทั้งความสามารถเชิงปฏิบัติ และทักษะความเข้าใจ หรือสารสนเทศที่ได้รับมาจากประสบการณ์ สิ่งที่ได้รับมาจากการได้ยินได้ฟัง การคิดหรือการปฏิบัติองค์วิชาในแต่ละสาขา

คำว่า ความรู้ (Knowledge) นั้น ในทัศนะของฮอสเปอร์ (อ้างถึงในมาโนช เวชพันธ์ 2532: 15-16) นับเป็นขั้นแรกของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการจดจำ ซึ่งอาจจะมาจากการมองเห็น นึกได้ หรือได้ยิน หรือได้ฟัง ความรู้นี้ เป็นหนึ่งในขั้นตอนของการเรียนรู้ โดยประกอบไปด้วยคำจำกัดความหรือความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎ โครงสร้าง วิธีการแก้ไขปัญหา และมาตรฐานเป็นต้น ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าความรู้เป็นเรื่องของการจำอะไรได้ ระลึกได้ โดยไม่จำเป็นต้องใช้ความคิดที่ซับซ้อนหรือใช้ความสามารถของสมองมากนัก ด้วยเหตุนี้ การจำได้จึงถือว่าเป็นกระบวนการที่สำคัญในทางจิตวิทยา และเป็นขั้นตอนที่นำไปสู่พฤติกรรมที่ก่อให้เกิดความเข้าใจ การนำความรู้ไปใช้ในการวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การประเมินผล ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ได้ใช้ความคิดและความสามารถทางสมองมากขึ้นเป็นลำดับ ส่วนความเข้าใจ (Comprehension) นั้น ฮอสเปอร์ ชี้ให้เห็นว่า เป็นขั้นตอนต่อมาจากความรู้ โดยเป็นขั้นตอนที่จะต้องใช้ความสามารถของ

สมองและทักษะในชั้นที่สูงขึ้น จนถึงระดับของการสื่อความหมาย ซึ่งอาจเป็นไปได้โดยใช้ปากเปล่า ข้อเขียน ภาษา หรือการใช้สัญลักษณ์ โดยมักเกิดขึ้นหลังจากที่บุคคลได้รับข่าวสารต่าง ๆ แล้ว อาจจะโดยการฟัง การเห็น การได้ยิน หรือเขียน แล้วแสดงออกมาในรูปของการใช้ทักษะหรือการแปลความหมายต่าง ๆ เช่น การบรรยายข่าวสารที่ได้ยินมาโดยคำพูดของตนเอง หรือการแปลความหมายจากภาษาหนึ่งไปเป็นอีกภาษาหนึ่ง โดยที่ยังคงความหมายเดิมหรืออาจเป็นการแสดงความคิดเห็นหรือให้ข้อสรุปหรือจากการคาดคะเนก็ได้

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (อ้างถึงในอักษร สวัสดิ์ 2542: 26) ได้ให้คำอธิบายว่า ความรู้ เป็นพฤติกรรมขั้นต้นที่ผู้เรียนรู้เพียงแต่เกิดความจำได้ โดยอาจจะเป็นการนึกได้หรือโดยการมองเห็น ได้ยิน จำได้ ความรู้ในขั้นนี้ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์ โครงสร้างและวิธีแก้ไขปัญหา ส่วนความเข้าใจอาจแสดงออกมาในรูปของทักษะด้าน “การแปล” ซึ่งหมายถึง ความสามารถในการเขียนบรรยายเกี่ยวกับข่าวสารนั้น ๆ โดยใช้คำพูดของตนเอง และ “การให้ความหมาย” ที่แสดงออกมาในรูปของความคิดเห็นและข้อสรุป รวมถึงความสามารถในการ “คาดคะเน” หรือการคาดหมายว่าจะเกิดอะไรขึ้น

เบนจามิน บลูม (Benjamin S. Bloom อ้างถึงในอักษร สวัสดิ์ 2542: 26-28) ได้ให้ความหมายของ ความรู้ ว่าหมายถึง เรื่องที่เกี่ยวกับการระลึกถึงสิ่งเฉพาะ วิธีการและกระบวนการต่าง ๆ รวมถึงแบบกระบวนของโครงการวัตถุประสงค์ในด้านความรู้ โดยเน้นในเรื่องของกระบวนการทางจิตวิทยาของความจำ อันเป็นกระบวนการที่เชื่อมโยงเกี่ยวกับการจัดระเบียบ โดยก่อนหน้านี้ในปี ค.ศ.1965 บลูม และคณะ ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้หรือพุทธิพิสัย (cognitive domain) ของคน ว่าประกอบด้วยความรู้ตามระดับต่าง ๆ รวม 6 ระดับ ซึ่งอาจพิจารณาจากระดับความรู้ในขั้นต่ำไปสู่ระดับของความรู้ในระดับที่สูงขึ้นไป โดยบลูม และคณะ ได้แจกแจงรายละเอียดของแต่ละระดับไว้ดังนี้

1. ความรู้ (Knowledge) หมายถึง การเรียนรู้ที่เน้นถึงการจำและการระลึกได้ถึงความคิด วัตถุ และปรากฏการณ์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นความจำที่เริ่มจากสิ่งง่าย ๆ ที่เป็นอิสระแก่กัน ไปจนถึงความจำในสิ่งที่ยู่ยากซับซ้อนและมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน

2. ความเข้าใจหรือความคิดรวบยอด (Comprehension) เป็นความสามารถทางสติปัญญาในการขยายความรู้ ความจำ ให้กว้างออกไปจากเดิมอย่างสมเหตุสมผล การแสดงพฤติกรรมเมื่อเผชิญกับสื่อความหมาย และความสามารถในการแปลความหมาย การสรุปหรือการขยายความสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

3. การนำไปปรับใช้ (Application) เป็นความสามารถในการนำความรู้ (knowledge) ความเข้าใจหรือความคิดรวบยอด (comprehension) ในเรื่องใด ๆ ที่มีอยู่เดิม ไปแก้ไข

ปัญหาที่แปลกใหม่ของเรื่องนั้น โดยการใช้ความรู้ต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิธีการกับความคิดรวบยอด มาผสมผสานกับความสามารถในการแปลความหมาย การสรุปหรือการขยายความสิ่งนั้น

4. การวิเคราะห์ (Analysis) เป็นความสามารถและทักษะที่สูงกว่าความเข้าใจ และการนำไปปรับใช้ โดยมีลักษณะเป็นการแยกแยะสิ่งที่จะพิจารณาออกเป็นส่วนย่อย ที่มีความสัมพันธ์กัน รวมทั้งการสืบค้นความสัมพันธ์ของส่วนต่าง ๆ เพื่อดูว่าส่วนประกอบปลีกย่อยนั้นสามารถเข้ากันได้หรือไม่ อันจะช่วยให้เกิดความเข้าใจต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างแท้จริง

5. การสังเคราะห์ (Synthesis) เป็นความสามารถในการรวบรวมส่วนประกอบย่อย ๆ หรือส่วนใหญ่ ๆ เข้าด้วยกันเพื่อให้เป็นเรื่องราวอันหนึ่งอันเดียวกัน การสังเคราะห์จะมีลักษณะของการเป็นกระบวนการรวบรวมเนื้อหาสาระของเรื่องต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อสร้างรูปแบบหรือโครงสร้างที่ยังไม่ชัดเจนขึ้นมาก่อน อันเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ภายในขอบเขตของสิ่งที่กำหนดให้

6. การประเมินผล (Evaluation) เป็นความสามารถในการตัดสินใจเกี่ยวกับความคิด คำนิยม ผลงาน คำตอบ วิธีการและเนื้อหาสาระเพื่อวัตถุประสงค์บางอย่าง โดยมีการกำหนดเกณฑ์ (criteria) เป็นฐานในการพิจารณาตัดสิน การประเมินผล จัดได้ว่าเป็นขั้นตอนที่สูงสุดของพุทธิลักษณะ (characteristics of cognitive domain) ที่ต้องใช้ความรู้ความเข้าใจ การนำไปปรับใช้ การวิเคราะห์และการสังเคราะห์เข้ามาพิจารณาประกอบกันเพื่อทำการประเมินผลสิ่งหนึ่งสิ่งใด

ความรู้คือ สิ่งที่มนุษย์สร้าง ผลิต ความคิด ความเชื่อ ความจริง ความหมาย โดยใช้ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น ตรรกะ แสดงผ่านภาษา เครื่องหมาย และสื่อต่าง ๆ โดยมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์เป็นไปตามผู้สร้าง ผู้ผลิตจะให้ความหมาย

เกื้อ วงศ์บุญสิน (2545: 22-27) ได้นำเสนอตัวแบบของกระบวนการสร้างความรู้ให้เกิดขึ้นอย่างแท้จริงทั้งในระดับปัจเจกชนและระดับองค์กร โดยอาศัยแนวคิดพื้นฐานความรู้ 2 ลักษณะ คือ ความรู้ในระดับสมาธิจิต (explicit knowledge) และความรู้ที่ฝังอยู่ในจิตใต้สำนึก (tacit knowledge) เพื่อให้การลงทุนด้านทรัพยากรมนุษย์เอื้อต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

ส่วนการวัดความรู้ นั้น สามารถแบ่งเป็นระดับต่าง ๆ ได้ดังนี้

ระดับต่ำสุด คือ เพียงจำได้ (recall) เช่น จำได้ว่าธรรมาภิบาล (good governance) หมายถึงอะไร มีองค์ประกอบอะไรบ้าง เป็นต้น

ระดับสูงขึ้นมา คือ แปลผลได้ (interpretation) คือ นอกจากจำได้แล้ว ยังสามารถบอกได้ว่า ลักษณะที่เห็นหรือสิ่งที่ดำเนินไปนั้น ขาดองค์ประกอบอะไรของธรรมชาติหรือไม่ เช่น มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ มีการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

ระดับสูงสุดของความรู้ความเข้าใจ คือ การนำไปใช้ในการแก้ปัญหา (problem solving) คือ เมื่อมีโจทย์ของการบริหารจัดการ สามารถใช้ความรู้ที่มีอยู่ในเรื่องธรรมชาติไปใช้ในการแก้ปัญหาได้อย่างดี

ทั้งนี้ความรู้ที่ได้หรือนำมาใช้ ควรเป็นความรู้ที่ผ่านการศึกษาวิจัยอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ได้ความรู้ที่เกิดประโยชน์สูงสุดและใช้ได้จริงด้วย แต่ทั้งนี้อย่างไรก็ตามการพัฒนาความรู้ที่เหนือการวิจัย คือ การทำให้เกิดปัญญา ซึ่งจะต้องมาจากกระบวนการเรียนรู้ ทั้งจากการศึกษาและประสบการณ์อย่างถูกต้อง ครบถ้วน โดยกระบวนการเรียนรู้ประกอบไปด้วย 1) การแสวงหาความรู้ 2) การแปลความหมายทำความเข้าใจกับความรู้ และ 3) การประยุกต์ใช้ความรู้ที่มี (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2548: 14-15)

สรุปได้ว่า ความรู้ หมายถึง ข้อเท็จจริงหรือความจริง ประสบการณ์ ความเข้าใจ กฎเกณฑ์ ข้อมูลต่าง ๆ ที่มนุษย์ได้รับจากสถานที่ สิ่งของหรือบุคคล ซึ่งเกิดจากการศึกษาค้นคว้า การสังเกตและประสบการณ์ โดยที่มนุษย์สามารถจดจำและแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมที่เรียกเอาสิ่งที่จำได้ออกมาปรากฏ ให้สังเกตได้ วัดได้ รวมทั้งสามารถถ่ายทอดให้บุคคลอื่นรับทราบได้ ซึ่งต้องอาศัยเวลาในการเก็บรวบรวมสะสมไว้

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ยังไม่มีผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรง แต่ก็พบว่าได้มีผู้ทำการวิจัยที่มีลักษณะใกล้เคียงกันไว้ ดังนี้

อภิชัย แก้วสมบัติ (2543) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การดำเนินการควบคุมการขยายยาแผนปัจจุบันตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ.2510 ของเภสัชกรในสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด โดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มประชากรเป็นเภสัชกรที่ปฏิบัติงานในกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุขในสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดทั่วประเทศ พบว่า เภสัชกรส่วนใหญ่มีความรู้ในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ มีระดับปัจจัยงูใจอยู่ในระดับปานกลาง และมีการดำเนินการควบคุมการขยายยาแผนปัจจุบันโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีการดำเนินการควบคุมในด้านการตรวจสอบควบคุม

การเก็บตัวอย่าง การยืด การอายัด อยู่ในระดับสูง การประกาศผลการตรวจสอบ การดำเนินคดี อยู่ในระดับต่ำ

นันทลักษณ์ พูลวิวัฒน์ชัยการ (2551) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการบังคับใช้กฎหมายในการควบคุมยาแผนโบราณตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ.2510 ของหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขในเขตภาคกลาง ประชากรที่ศึกษาคือ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด และโรงพยาบาลชุมชนในเขตจังหวัดภาคกลาง 25 จังหวัด ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะหน่วยงานทรัพยากรการบริหารของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดและโรงพยาบาลชุมชนมีความสัมพันธ์กับการบังคับใช้กฎหมาย สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องด้านการมอบหมายนโยบายของผู้บังคับบัญชา และด้านการได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดมีความสัมพันธ์กับการบังคับใช้กฎหมาย

ขวัญใจ จิรัฐจินดา (2550) ศึกษาการปฏิบัติตามกฎหมายของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในกรุงเทพมหานคร โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการจำนวน 54 คน ผู้ให้บริการในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพจำนวน 254 คน และเจ้าพนักงานสาธารณสุขที่ออกตรวจมาตรฐานจำนวน 4 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการมีความรู้ในการทำธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพร้อยละ 94.4 มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ร้อยละ 50.0 อยู่ในระดับสูง และความรู้ในการทำธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เจ้าพนักงานสาธารณสุขมีความรู้ในการดำเนินงานตามกฎหมายในระดับสูงและปานกลางเท่ากัน ร้อยละ 50.0 และความรู้ในการดำเนินงานตามกฎหมายไม่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่า จำนวนบุคลากรมีไม่เพียงพอกับปริมาณงานที่เพิ่มขึ้น หน่วยงานได้รับการจัดสรรงบประมาณจากกระทรวงสาธารณสุขอย่างเพียงพอ และวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงานมีเพียงพอ

ดวงฤดี รัตนโอฬาร (2535) ได้ศึกษาเรื่องบทบาทของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในการควบคุมดูแลการโฆษณาทางสื่อมวลชน พบว่าสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มีบทบาทในการควบคุมดูแลการโฆษณาทางสื่อมวลชนให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 โดยพิจารณาที่ ข้อความ และวิธีการของการโฆษณาให้ถูกต้องตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว ลักษณะของการควบคุมจัดว่าเป็นบทบาทในด้านการติดตามดูแลการโฆษณาที่เผยแพร่ออกสู่สายตาประชาชน มากกว่าบทบาทในการระงับยับยั้งความเสียหาย หรืออันตรายที่เกิดจากการโฆษณาเป็นการล่วงหน้า การที่อัตราค่าลงเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอทำให้สำนักงานไม่สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ แนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้อำนาจในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณาได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นคือ การ

ปรับปรุงบทบาทด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคแก่สถาบันการศึกษา รวมทั้งกระตุ้นให้ผู้บริโภครู้จักสิทธิของตนเองและร้องเรียนเมื่อถูกละเมิดสิทธิ

ปณัฏฐา จันทร์ฉาย (2539) ได้ศึกษาถึงเรื่องการโฆษณาที่ฝ่าฝืนพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ซึ่งผลการศึกษาพบว่า 1) ลักษณะที่โฆษณามากฝ่าฝืนคือการใช้ข้อความเท็จหรือเกินจริง และข้อความที่ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าและบริการ 2) ปัญหาในการบังคับใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 อย่างไม่มีประสิทธิภาพมากเท่าที่ควรที่เกิดจากการล่าช้าในการปฏิบัติงานของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา รวมถึงบุคลากรไม่เพียงพอ งบประมาณจำกัดและภาษากฎหมาย ซึ่งจะต้องใช้การตีความ ตลอดจนนักสร้างสรรค์งานโฆษณาซึ่งไม่ศึกษากฎข้อบังคับ และไม่ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของผู้ควบคุมด้วย

สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ (2546) โครงการวิจัยสังเคราะห์ระบบการเสริมสร้างศักยภาพผู้บริโภค พบว่าสถานการณ์ผู้บริโภคได้รับผลกระทบอย่างมากมาย ทั้งจากกระแสโลกและปัจจัยแวดล้อมที่ส่งเสริมการค้าเสรีอย่างไร้พรมแดน การส่งเสริมการขายอย่างไร้ขีดจำกัด การโฆษณาหลอกลวงเกินจริง ด้วยเหตุที่มีการแข่งขันกันทางการค้าสูงทำให้ต้องเร่งส่งเสริมการขายโดยขาดความสนใจต่อผลกระทบต่อผู้บริโภค ขณะที่องค์กรรัฐยังมีปัญหาและข้อจำกัดในการปฏิบัติงาน ผู้บริโภคขาดการสนับสนุน ขาดแคลนข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยและเท่าทันสถานการณ์ สังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้ไม่สามารถทำงานเชิงรุกได้ รวมทั้งไม่สามารถส่งผ่านข้อมูลข่าวสารให้ผู้บริโภคในเชิงป้องกัน

ในด้านสิทธิผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคไทยยังมีข้อด้อยในเรื่องการใช้สิทธิ และการทำหน้าที่ของผู้บริโภคที่ดี โดยแบ่งผู้บริโภคไว้ 4 ประเภท คือ

1. มีความรู้เรื่องสิทธิ แต่ไม่มีความตระหนักในเรื่องสิทธิ
2. มีความรู้เรื่องสิทธิ และตระหนักถึงความสำคัญของการใช้ แต่กลไกไม่เปิดโอกาสให้ทำได้อย่างเต็มที่
3. ไม่มีความรู้เรื่องสิทธิ และไม่สนใจทำหน้าที่
4. ไม่มีความรู้เรื่องสิทธิ แต่ปฏิบัติตนได้อย่างผู้ที่ตระหนักในเรื่องสิทธิและหน้าที่

นอกจากนี้สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ ยังพบว่า บทบาทของสื่อมวลชนยังให้ความสนใจด้านผู้บริโภคน้อย เพราะสื่อต้องพึ่งพาธุรกิจ ประกอบกับขาดความรู้ในด้านผู้บริโภค เช่นเดียวกับสถาบันการศึกษาพบว่า นักวิชาการส่วนใหญ่ยังมีการทำการศึกษา วิจัย และสร้างองค์ความรู้ที่จะผลักดันให้เกิดพลังของผู้บริโภคมีอยู่น้อยมาก

ประเสริฐ สุขสบาย (2542: 126) ได้ศึกษาทัศนะของผู้บังคับใช้กฎหมาย ต่อปัญหาการบังคับใช้กฎหมายด้านสวัสดิการสังคม พบว่า ผู้บังคับใช้กฎหมายด้านสวัสดิการสังคม ควรจะเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับมนุษย์และพฤติกรรมมนุษย์ ความรู้ในเรื่องกลุ่มบุคคล ชุมชน สังคม เพื่อให้เข้าใจสภาพที่แท้จริงของปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคม ความต้องการที่จะให้มีการพัฒนาฝึกอบรมผู้บังคับใช้กฎหมายให้มีความรู้เฉพาะด้าน

รุจิรัช มันทาพันธ์ (2544) ได้ศึกษาเรื่องความรู้ด้านกฎหมายสาธารณสุข และปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติงานตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.2535 ของเจ้าหน้าที่สาธารณสุขในพื้นที่เขต 7 อุบลราชธานี พบว่า ด้านความรู้เกี่ยวกับกฎหมายสาธารณสุข ร้อยละ 50.31 มีความรู้ด้านกฎหมายสาธารณสุขระดับมากและปานกลาง ด้านการได้รับการฝึกอบรมและการรับรู้บทบาทของเจ้าพนักงาน พบว่า เจ้าพนักงานร้อยละ 61.74 ไม่เคยได้รับการอบรมกฎหมายสาธารณสุข ด้านการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าพนักงานสาธารณสุข ร้อยละ 56.19 ไม่เคยปฏิบัติหน้าที่

กนกวรรณ มุกดาสนิท (2541) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคล แรงจูงใจ การรับรู้บทบาท กับการปฏิบัติงานสาธารณสุขมูลฐานในเขตเมืองของบุคลากรสาธารณสุขเทศบาล ที่มีการดำเนินงานสาธารณสุขมูลฐาน และปฏิบัติงานมาไม่น้อยกว่า 1 ปี กลุ่มตัวอย่าง 123 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรสาธารณสุขมีการรับรู้บทบาท แรงจูงใจ และการปฏิบัติงานสาธารณสุขมูลฐานในเขตเมืองอยู่ในระดับสูง วุฒิการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน และการเข้ารับการอบรม มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานสาธารณสุขมูลฐานในเขตเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การรับรู้บทบาทและแรงจูงใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการปฏิบัติงานสาธารณสุขมูลฐานในเขตเมือง

ดวงทิพย์ หงษ์สมุทร (2531) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของ สารวัตรอาหารและยา พบว่า อายุ และอายุราชการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อุมาพร บิณษริ (2545) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ ที่จัดจำหน่ายผ่านระบบขายหน้าร้าน ผลจากการศึกษาพบว่า การบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ ประเภทเครื่องสำอางเสริมความงาม (make up) เป็นประเภทที่ผู้บริโภคเคยใช้มากที่สุด การเลือกใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศของผู้บริโภค ไม่ได้มั่นใจว่าคุณภาพของเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศดีกว่า เครื่องสำอางที่ผลิตในประเทศไทย เหตุผลที่ไม่เปลี่ยนยี่ห้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่เปลี่ยนเครื่องสำอางเนื่องจากคุณภาพสินค้าใกล้เคียงกับยี่ห้อใหม่ที่ต้องการใช้ ความถี่ในการซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคจะซื้อในเดือนหนึ่งมากกว่า 1 ครั้ง และจำนวน

เงินที่ซื้อส่วนใหญ่เดือนละไม่เกิน 5,000 บาท ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางบำรุงผิวที่เข้ามาจากประเทศฝรั่งเศสเป็นส่วนใหญ่ และผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเสริมความงามที่ใช้ส่วนใหญ่มาจากประเทศอเมริกา

อินทรา หิรัญเกื้อ (2543) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของกลุ่มผู้หญิงทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นกลุ่มผู้หญิงทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีอายุ 26-30 ปี เป็นโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชนและลูกจ้าง มีรายได้เฉลี่ย 10,000-15,000 บาทต่อเดือน พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเครื่องสำอางคือ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ โดยจะคำนึงถึงส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและได้รับการรับรองคุณภาพมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อเครื่องสำอางหลายยี่ห้อ มาใช้เพื่อการบำรุงรักษาผิวพรรณ โดยจะซื้อประมาณเดือนละ 2-3 ครั้ง แต่ครั้งมีราคาไม่เกิน 1,500 บาท

นลินี ตันจิตติวัฒน์ (2540) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องเกี่ยวกับ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้บริโภคในการปกป้องสิทธิของตนเองจากข้อความโฆษณาที่ไม่เป็นธรรม ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในการปกป้องสิทธิใน 2 ลักษณะเป็นส่วนใหญ่ คือเลิกใช้ผลิตภัณฑ์นั้น และบอกให้คนอื่นทราบ และร้องเรียนไปยังหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภค นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่ค่อยมีความตื่นตัวในการปกป้องสิทธิของตนเองด้วยการร้องเรียนไปยังหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภค เหตุผลคือ ไม่ทราบหน้าที่และบทบาทของผู้บริโภคอย่างชัดเจน และมีทัศนคติต่อหน่วยงานเป็นไปในทางลบ

บทที่ 3

วัตถุประสงค์และวิธีการวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey research) กำหนดแนวทางการศึกษา การรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษา

การวิจัยครั้งนี้มีประชากรที่ศึกษา 3 กลุ่ม คือ

1. ผู้ผลิตเครื่องสำอางในเขตกรุงเทพมหานครที่ยื่นจดแจ้งเครื่องสำอางควบคุมกับกลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ณ มีนาคม 2553 จำนวน 100 คน
2. ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน
3. พนักงานเจ้าหน้าที่ในงานกำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหลังออกสู่ตลาด กลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จำนวน 8 คน โดยเก็บข้อมูลทุกคน

กลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้ดำเนินการสุ่มตัวอย่างผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ตามลำดับต่อไปนี้

1. ผู้ผลิตเครื่องสำอางในเขตกรุงเทพมหานครที่มาติดต่อกับกลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง ณ ศูนย์บริการผลิตภัณฑ์สุขภาพเบ็ดเสร็จ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ณ มีนาคม 2553 จำนวน 100 คน

โดยมาจากจำนวนเฉลี่ยของผู้ผลิตเครื่องสำอางที่มาติดต่อกับกลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง ณ ศูนย์บริการผลิตภัณฑ์สุขภาพเบ็ดเสร็จ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ในช่วงมกราคม-กันยายน 2552 ซึ่งได้ค่าเฉลี่ยเดือนละ 100 คน

2. ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน

เนื่องจากผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีต้องดำเนินการขออนุญาตกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาก่อนการจำหน่าย ดังนั้นผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยการหาขนาดตัวอย่าง จากการคำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้วิธีคำนวณกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550)

$$n = [P(1-P)Z^2] / e^2$$

กำหนดให้

n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P คือ ค่าสัดส่วนของตัวแปรตามที่ต้องการวัด ใช้ $50\% = 0.50$

e คือ ค่าความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดขึ้นได้เมื่อต้องการประมาณค่า parameter

Z คือ ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้

ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% Z มีค่าเท่ากับ 1.96 แทนค่าได้ดังนี้

$$n = [0.50(1-0.50)(1.96)^2] / (0.1)^2$$

$$= 96$$

ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้จำหน่ายเครื่องสำอางคือ 96 คน

ในกรุงเทพมหานครมีการแบ่งเขตทั้งหมด 50 เขต สุ่มตัวอย่างจำนวน 5 เขตจากพื้นที่ส่งเสริมการพัฒนาในลักษณะที่มีความหนาแน่นสูง (Compact City) ได้แก่พื้นที่ในแนวถนนวงแหวนรัชดาภิเษก ซึ่งมีทั้งหมด 5 พื้นที่ (พื้นที่ กท 1 – พื้นที่ กท 5) รวม 24 เขต โดยใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) ได้เขตตัวอย่าง 5 เขตคือ สัมพันธวงศ์ ดินแดง ราชเทวี ธนบุรี คลองสาน

โดยจะเก็บกลุ่มตัวอย่างที่เป็นร้านจำหน่ายเครื่องสำอางเฉลี่ยเขตละ 20 ร้าน จำนวน 5 เขต จะได้จำนวนผู้จำหน่ายเครื่องสำอางทั้งหมด 100 คน

3. พนักงานเจ้าหน้าที่ในงานกำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหลังออกสู่ตลาด กลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จำนวน 8 คน โดยเก็บข้อมูลทุกคน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีลักษณะเป็นคำถามทั้งปลายเปิด (Open ended question) และปลายปิด (close ended question) โดยมีการแบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ชุด คือ

ชุดที่ 1 เป็นแบบสอบถามสำหรับผู้ผลิตเครื่องสำอาง

ชุดที่ 2 เป็นแบบสอบถามสำหรับผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง

ชุดที่ 3 เป็นแบบสอบถามสำหรับพนักงานเจ้าหน้าที่ ในที่นี้คือเภสัชกรซึ่งปฏิบัติหน้าที่ในงานกำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหลังออกสู่ตลาด กลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ชุดที่ 1 แบบสอบถามตอบโดยผู้ผลิตเครื่องสำอาง ในกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามด้านข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา การติดตามข้อมูลข่าวสารเครื่องสำอาง แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ติดตาม หน้าที่หรือตำแหน่งงานที่รับผิดชอบอยู่ในปัจจุบัน ประสบการณ์ในการผลิตเครื่องสำอาง เป็นแบบเลือกตอบ และแบบคำถามปลายเปิดจำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะสถานที่ผลิตเครื่องสำอาง เป็นแบบเลือกตอบและแบบคำถามปลายเปิด จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 เป็นแบบเลือกตอบ จำนวน 10 ข้อ

เกณฑ์การให้คะแนน

ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายเครื่องสำอาง คะแนน

ใช่ 1

ไม่ใช่ 0

เกณฑ์การแบ่งคะแนนออกเป็น 3 ระดับ คือ

ระดับความรู้สูง	หมายถึง	ตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป
ระดับความรู้ปานกลาง	หมายถึง	ร้อยละ 60-79
ระดับความรู้ต่ำ	หมายถึง	น้อยกว่าร้อยละ 60

การแปลผลคะแนนที่ได้จากแบบสอบถาม คะแนนเต็มข้อละ 1 คะแนน
จำนวน 10 ข้อ รวมคะแนนทั้งหมด 10 คะแนน

ระดับความรู้สูง ตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป	คือ	คะแนน 8-10 คะแนน
ระดับความรู้ปานกลาง ร้อยละ 60-79	คือ	คือคะแนน 6-7 คะแนน
ระดับความรู้ต่ำ น้อยกว่าร้อยละ 60	คือ	คือคะแนน 0-5 คะแนน

ส่วนที่ 4 ข้อคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและ
จำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำนวน 12 ข้อ ลักษณะเครื่องมือ
เป็นแบบมาตรวัดประมาณค่า มีการวัด 5 ระดับ

เกณฑ์ในการให้คะแนน	คะแนน
ข้อความเชิงบวก	
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

เกณฑ์การแบ่งคะแนนออกเป็น 3 ระดับ คือ

ระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางสูง	หมายถึง	ร้อยละ 80 ขึ้นไป
ระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางปานกลาง	หมายถึง	ร้อยละ 60-79
ระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางต่ำ	หมายถึง	น้อยกว่าร้อยละ 60

การแปลผลคะแนนที่ได้จากแบบสอบถาม คะแนนเต็มข้อละ 5 คะแนน
จำนวน 12 ข้อ รวมคะแนนทั้งหมด 60 คะแนน

ระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางสูง หมายถึง
ร้อยละ 80 ขึ้นไป คือ คะแนน 48-60 คะแนน

ระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางปานกลาง
หมายถึงร้อยละ 60-79 คือ คะแนน 36-47 คะแนน

ระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางต่ำ หมายถึง
น้อยกว่าร้อยละ 60 คือ คะแนน 0-35 คะแนน

ส่วนที่ 5 ข้อคำถามเกี่ยวกับการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง ตาม
พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำนวน 8 ข้อ

เกณฑ์การให้คะแนน

การกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง	คะแนน
ปฏิบัติ	1
ปฏิบัติบางครั้ง	0
ไม่ปฏิบัติ	0

เกณฑ์การแบ่งคะแนนออกเป็น 3 ระดับ คือ

ระดับการกำกับดูแลสูง คือ ตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป

ระดับการกำกับดูแลปานกลาง คือ ร้อยละ 60-79

ระดับการกำกับดูแลต่ำ คือ น้อยกว่าร้อยละ 60

การแปลผลคะแนนที่ได้จากแบบสอบถาม คะแนนเต็มข้อละ 1 คะแนน
จำนวน 8 ข้อ รวมคะแนนทั้งหมด 8 คะแนน

ระดับการกำกับดูแลสูง หมายถึง ตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป คือ
คะแนน 6-8 คะแนน

ระดับการกำกับดูแลปานกลาง หมายถึง ร้อยละ 60-79 คือ คะแนน 4-5
คะแนน

ระดับการกำกับดูแลต่ำ หมายถึง น้อยกว่าร้อยละ 60 คือ คะแนน
0-3 คะแนน

ส่วนที่ 6 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 แบบเติมข้อความ จำนวน 1 ข้อ

ชุดที่ 2 แบบสอบถามตอบโดยผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ในกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามด้านข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา การติดตามข้อมูลข่าวสารเครื่องสำอาง แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ติดตาม การเป็นเจ้าของกิจการ ประสบการณ์ในการจำหน่ายเครื่องสำอาง เป็นแบบเลือกตอบ และแบบคำถามปลายเปิดจำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามด้านข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะสถานจำหน่ายเครื่องสำอาง สินค้าอื่นที่จำหน่าย เป็นแบบเลือกตอบ หรือเติมข้อความ จำนวน 2 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำนวน 10 ข้อ

เกณฑ์การให้คะแนน

ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายเครื่องสำอาง คะแนน

ใช่ 1

ไม่ใช่ 0

เกณฑ์การแบ่งคะแนนออกเป็น 3 ระดับ คือ

ระดับความรู้สูง หมายถึง ตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป

ระดับความรู้ปานกลาง หมายถึง ร้อยละ 60-79

ระดับความรู้ต่ำ หมายถึง น้อยกว่าร้อยละ 60

การแปลผลคะแนนที่ได้จากแบบสอบถาม คะแนนเต็มข้อละ 1 คะแนน จำนวน 10 ข้อ รวมคะแนนทั้งหมด 10 คะแนน

ระดับความรู้สูง ตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป คือ คะแนน 8-10 คะแนน

ระดับความรู้ปานกลาง ร้อยละ 60-79 คือ คะแนน 6-7 คะแนน

ระดับความรู้ต่ำ น้อยกว่าร้อยละ 60 คือ คะแนน 0-5 คะแนน

ส่วนที่ 4 ข้อคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่าย
เครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำนวน 12 ข้อ ลักษณะเครื่องมือเป็นแบบ
มาตรวัดประมาณค่า มีการวัด 5 ระดับ

เกณฑ์ในการให้คะแนน

ข้อความเชิงบวก	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

เกณฑ์การแบ่งคะแนนออกเป็น 3 ระดับ คือ

ระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางสูง
หมายถึง ร้อยละ 80 ขึ้นไป

ระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางปานกลาง
หมายถึง ร้อยละ 60-79

ระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางต่ำ
หมายถึง น้อยกว่าร้อยละ 60

การแปลผลคะแนนที่ได้จากแบบสอบถาม คะแนนเต็มข้อละ 5 คะแนน
จำนวน 12 ข้อ รวมคะแนนทั้งหมด 60 คะแนน

ระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางสูง
หมายถึง ร้อยละ 80 ขึ้นไป คือ คะแนน 48-60 คะแนน

ระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางปานกลาง
หมายถึง ร้อยละ 60-79 คือ คะแนน 36-47 คะแนน

ระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางต่ำ
หมายถึง น้อยกว่าร้อยละ 60 คือ คะแนน 0-35 คะแนน

ส่วนที่ 5 ข้อคำถามเกี่ยวกับการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอาง ตาม
พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำนวน 8 ข้อ

เกณฑ์การให้คะแนน

การกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอาง คะแนน

ปฏิบัติ	1
ปฏิบัติบางครั้ง	0
ไม่ปฏิบัติ	0

เกณฑ์การแบ่งคะแนนออกเป็น 3 ระดับ คือ

ระดับการกำกับดูแลสูง	หมายถึง	ตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป
ระดับการกำกับดูแลปานกลาง	หมายถึง	ร้อยละ 60-79
ระดับการกำกับดูแลต่ำ	หมายถึง	น้อยกว่าร้อยละ 60

การแปลผลคะแนนที่ได้จากแบบสอบถาม คะแนนเต็มข้อละ 1 คะแนน
จำนวน 8 ข้อ รวมคะแนนทั้งหมด 8 คะแนน

ระดับการกำกับดูแลสูง หมายถึง ตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป	คือ คะแนน 6-8
ระดับการกำกับดูแลปานกลาง หมายถึง ร้อยละ 60-79	คือ คะแนน 4-5
ระดับการกำกับดูแลต่ำ หมายถึง น้อยกว่าร้อยละ 60	คือ คะแนน 0-3

ส่วนที่ 6 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ
พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 แบบเต็มข้อความ จำนวน 1 ข้อ

ชุดที่ 3 แบบสอบถามตอบโดยพนักงานเจ้าหน้าที่ ซึ่งเป็นเกษตรกรผู้ปฏิบัติงานกำกับ
ดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหลังออกสู่ตลาด กลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง สำนักงานคณะกรรมการ
อาหารและยา แบ่งเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามด้านข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคล จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535
จำนวน 1 ข้อ เป็นแบบคำถามปลายเปิด

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่าย
เครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำนวน 12 ข้อ ลักษณะเครื่องมือเป็นแบบ
มาตรวัดประมาณค่า มีการวัด 5 ระดับ

เกณฑ์ในการให้คะแนน

ข้อความเชิงบวก คะแนน

มากที่สุด 5

มาก 4

ปานกลาง 3

น้อย 2

น้อยที่สุด 1

เกณฑ์การแบ่งคะแนนออกเป็น 3 ระดับ คือ

ระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางสูง
หมายถึง ร้อยละ 80 ขึ้นไป

ระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง
ปานกลาง หมายถึง ร้อยละ 60-79

ระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางต่ำ
หมายถึง น้อยกว่าร้อยละ 60

การแปลผลคะแนนที่ได้จากแบบสอบถาม คะแนนเต็มข้อละ 5 คะแนน
จำนวน 12 ข้อ รวมคะแนนทั้งหมด 60 คะแนน

ระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางสูง
หมายถึง ร้อยละ 80 ขึ้นไป คือ คะแนน 48-60 คะแนน

ระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง
ปานกลาง หมายถึง ร้อยละ 60-79 คือ คะแนน 36-47 คะแนน

ระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางต่ำ
หมายถึง น้อยกว่าร้อยละ 60 คือ คะแนน 0-35 คะแนน

ส่วนที่ 4 ข้อคำถามเกี่ยวกับการกำกับการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่าย
เครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำนวน 17 ข้อ

เกณฑ์การให้คะแนน

การกำกับดูแลการผลิตและจำหน่าย คะแนน

ปฏิบัติ สม่าเสมอ	1
ปฏิบัติบางครั้ง	0
ไม่ปฏิบัติ	0

เกณฑ์การแบ่งคะแนนออกเป็น 3 ระดับ คือ

ระดับการกำกับดูแลสูง	หมายถึง	ตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป
ระดับการกำกับดูแลปานกลาง	หมายถึง	ร้อยละ 60-79
ระดับการกำกับดูแลต่ำ	หมายถึง	น้อยกว่าร้อยละ 60

การแปลผลคะแนนที่ได้จากแบบสอบถาม คะแนนเต็มข้อละ 1 คะแนน
จำนวน 17 ข้อ รวมคะแนนทั้งหมด 17 คะแนน

ระดับการกำกับดูแลสูง หมายถึง ตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป	คือ คะแนน 13-17 คะแนน
ระดับการกำกับดูแลปานกลาง หมายถึง ร้อยละ 60-79	คือ คะแนน 10-12 คะแนน
ระดับการกำกับดูแลต่ำ หมายถึง น้อยกว่าร้อยละ 60	คือ คะแนน 0-9 คะแนน

ส่วนที่ 5 ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านทรัพยากรการบริหาร จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 6 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 แบบเต็มข้อความ จำนวน 1 ข้อ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. ความตรงตามเนื้อหา (content validity) โดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบเนื้อหาและความถูกต้องในแบบสอบถาม แล้วนำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบแก้ไขแล้วมาปรับปรุงแก้ไขข้อความ ให้มีความสมบูรณ์และตรงกับกรอบแนวคิดที่ต้องการวัด ตามคำแนะนำก่อนนำไปทดสอบ

2. ความเชื่อมั่น (reliability) หลังจากผ่านการตรวจสอบแก้ไขแล้ว นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ โดยนำไปทดลองใช้กับผู้จำหน่ายเครื่องสำอางในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 20 ชุด แล้วนำข้อมูลมาตรวจสอบความสอดคล้องโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.80

การวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถามที่สมบูรณ์จะนำมาลงคะแนน แล้วนำไปคำนวณด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ การวิเคราะห์สถิตินั้นแบ่งออกได้ดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) เพื่ออธิบายคุณลักษณะของผู้ผลิต ผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง และพนักงานเจ้าหน้าที่ และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)
2. สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) เพื่อเปรียบเทียบ ความรู้ ความคิดเห็น การกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ระหว่างผู้ผลิต ผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง และพนักงานเจ้าหน้าที่ โดยใช้สถิติ t-test และ One-way ANOVA

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 3 กลุ่ม คือ ผู้ผลิตเครื่องสำอางและผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนกลุ่มละ 100 คน และพนักงานเจ้าหน้าที่ในงานกำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหลังออกสู่ตลาด กลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จำนวน 8 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2553 ถึงวันที่ 31 มีนาคม 2553 หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงวิเคราะห์ โดยแบ่งข้อมูลออกเป็นข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Data) และข้อมูลเชิงวิเคราะห์ (Analytic Data) โดยผู้วิจัยจะนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนคือ

1. ข้อมูลเบื้องต้น
2. การทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้น

ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มการศึกษาออกเป็น 3 กลุ่ม

กลุ่มที่ 1 ผู้ผลิตเครื่องสำอาง จำนวน 100 คน แบ่งเป็น 6 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลลักษณะสถานที่ผลิตเครื่องสำอาง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

ส่วนที่ 5 ข้อมูลการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535

ส่วนที่ 6 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

กลุ่มที่ 2 ผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง จำนวน 100 คน แบ่งเป็น 6 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลลักษณะสถานที่จำหน่ายเครื่องสำอาง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

ส่วนที่ 5 ข้อมูลการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535

ส่วนที่ 6 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

กลุ่มที่ 3 พนักงานเจ้าหน้าที่กลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง จำนวน 8 คน แบ่งเป็น 6 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

ส่วนที่ 4 ข้อมูลการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535

ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัจจัยด้านทรัพยากรการบริหาร

ส่วนที่ 6 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

รายละเอียดของผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ผลิตเครื่องสำอาง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล

ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ในการศึกษาครั้งนี้เป็นข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรของผู้ผลิตเครื่องสำอาง คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา การติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องสำอางจากหน่วยงานราชการ แหล่งข้อมูลที่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องสำอาง หน้าที่หรือตำแหน่งงานที่รับผิดชอบในปัจจุบัน และประสบการณ์ในการผลิตเครื่องสำอาง จากการศึกษาพบว่า

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเพศ จากการวิจัยสำรวจผู้ผลิตเครื่องสำอางจำนวน 100 คน พบว่า เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย กล่าวคือ ส่วนใหญ่ร้อยละ 76 เป็นเพศหญิงและร้อยละ 24 เป็นเพศชาย

อายุ พบว่า ผู้ผลิตเครื่องสำอางส่วนใหญ่ อายุ 39 ปี หรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 80 และอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไปร้อยละ 20 โดยมีอายุเฉลี่ย 34.33 ปี และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 8.44 ปี

ระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือต่ำกว่า ร้อยละ 65 รองลงมาจบการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า ร้อยละ 35

การติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องสำอางจากหน่วยงานราชการ พบว่า ติดตามเป็นบางครั้งหรือไม่ติดตาม ร้อยละ 55 และติดตามสม่ำเสมอ ร้อยละ 45

แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องสำอางที่ติดตาม พบว่า ส่วนใหญ่ติดตามจากเว็บไซต์ ออ. ร้อยละ 57 และติดตามจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร ร้อยละ 43

หน้าที่หรือตำแหน่งงานที่รับผิดชอบในปัจจุบัน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ หัวหน้าฝ่าย/หัวหน้าแผนก หรือเจ้าหน้าที่ฝ่ายราชการสัมพันธ์ ร้อยละ 83 และเป็นเจ้าของกิจการ พนักงานขายและอื่น ๆ ร้อยละ 17

ประสบการณ์ในการผลิตเครื่องสำอาง พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 5 ปี หรือต่ำกว่า ร้อยละ 70 และอยู่ในช่วง 6 ปี หรือสูงกว่า ร้อยละ 30

ตารางที่ 4.1 ร้อยละของผู้ผลิตเครื่องสำอาง จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล (n = 100)

ลักษณะส่วนบุคคล	ร้อยละ
เพศ	
หญิง	76.0
ชาย	24.0
รวม	100.0
อายุ (ปี)	
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 39	80.0
มากกว่า หรือเท่ากับ 40	20.0
รวม	100.0
อายุเฉลี่ย 34.33 ปี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 8.44 ปี	
อายุน้อยสุด 23 ปี อายุสูงสุด 62 ปี	
ระดับการศึกษา	
ต่ำกว่า หรือเท่ากับปริญญาตรี	65.0
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	35.0
รวม	100.0
การติดตามข้อมูลข่าวสารเครื่องสำอาง	
ติดตามสม่ำเสมอ	45.0
ติดตามเป็นบางครั้ง หรือไม่ติดตาม	55.0
รวม	100.0
แหล่งข้อมูลข่าวสารเครื่องสำอางที่ติดตาม	
เว็บไซต์ อย.	57.0
หนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร และอื่น ๆ	43.0
รวม	100.0
หน้าที่หรือตำแหน่งงานที่รับผิดชอบในปัจจุบัน	
พนักงานระดับปฏิบัติการ หัวหน้าฝ่าย/หัวหน้าแผนก หรือ	
เจ้าหน้าที่ฝ่ายราชการสัมพันธ์	83.0
พนักงานขาย เจ้าของกิจการ และอื่น ๆ	17.0
รวม	100.0

ตารางที่ 4.1 ร้อยละของผู้ผลิตเครื่องสำอาง จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล (n = 100) (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	ร้อยละ
ประสบการณ์ในการจำหน่ายเครื่องสำอาง (ปี)	
น้อยกว่า หรือเท่ากับ 5 ปี	70.0
มากกว่า หรือเท่ากับ 6 ปี	30.0
รวม	100.0
ประสบการณ์เฉลี่ย 5.35 ปี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3.92 ปี	
ประสบการณ์ต่ำสุด 1 ปี ประสบการณ์สูงสุด 20 ปี	

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะสถานที่ผลิตเครื่องสำอาง

ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะสถานที่ผลิตเครื่องสำอาง คือ จำนวนพนักงานที่อยู่ในสายการผลิต ขนาดของโรงงาน และการได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จากการศึกษา พบว่า

จำนวนพนักงานที่อยู่ในสายการผลิต พบว่า ส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานที่อยู่ในสายการผลิตต่ำกว่า 100 คน ร้อยละ 45 รองลงมาคือ 100 – 200 คน ร้อยละ 37 และที่ต่ำที่สุดคือ มากกว่า 500 คน ร้อยละ 6 โดยมีจำนวนพนักงานเฉลี่ย 180 คน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 285 คน จำนวนพนักงานที่อยู่ในสายการผลิตต่ำสุดคือ 2 คน และมากที่สุด 1,500 คน

ขนาดของโรงงาน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดกลาง ร้อยละ 35 รองลงมาคือ โรงงานขนาดใหญ่ ร้อยละ 32 และที่ต่ำที่สุดคือ อุตสาหกรรมในครัวเรือน ร้อยละ 2

การได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา พบว่า ส่วนใหญ่ได้รับการรับรอง GMP ร้อยละ 80 รองลงมา ไม่ได้รับการรับรอง ร้อยละ 16 และที่ต่ำที่สุดได้รับการรับรอง GHP ร้อยละ 4 (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 ร้อยละของผู้ผลิตเครื่องสำอาง จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของสถานที่ผลิตเครื่องสำอาง
(n = 100)

ข้อมูลทั่วไปของสถานที่ผลิตเครื่องสำอาง	ร้อยละ
จำนวนพนักงานที่อยู่ในสายการผลิต (คน)	
≤100	45.0
101 – 200	37.0
201 – 300	7.0
301 – 500	5.0
≥500	6.0
รวม	100.0
จำนวนพนักงานเฉลี่ย 180 คน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 285.796	
จำนวนพนักงานต่ำสุด 2 คน จำนวนพนักงานสูงสุด 1500 คน	
ขนาดของสถานที่ผลิต	
โรงงานขนาดใหญ่	32.0
โรงงานขนาดกลาง	35.0
โรงงานขนาดเล็ก	31.0
อุตสาหกรรมในครัวเรือน	2.0
รวม	100.0
การได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	
ได้รับการรับรอง GMP	80.0
ได้รับการรับรอง GHP	4.0
ไม่ได้รับการรับรอง	16.0
รวม	100.0

GMP คือ หลักเกณฑ์ที่ดีในการผลิตเครื่องสำอาง (Good Manufacturing Practice: GMP)

GHP คือ หลักเกณฑ์ว่าด้วยสุขลักษณะที่ดีในการผลิตเครื่องสำอาง (Good Hygienic Practice: GHP)

ส่วนที่ 3 การประเมินความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

3.1 การประเมินความรู้ของผู้ผลิตเครื่องสำอางเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 รวบรวมจากการศึกษา พบว่า

ตารางที่ 4.3 ร้อยละของผู้ผลิตเครื่องสำอาง ที่มีความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 จำแนกรายข้อ (n = 100)

ข้อคำถามความรู้เกี่ยวกับ พรบ.เครื่องสำอาง พ.ศ. 2535	จำนวนตอบถูก	จำนวนตอบผิด
1. ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทุกชนิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องกำกับดูแล	89.0	11.0
2. ก่อนที่จะทำการผลิตเครื่องสำอาง ท่านจะต้องยื่นจดแจ้งต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากระทรวงสาธารณสุขก่อนที่จะทำการผลิต	93.0	7.0
3. หากมีสารเคมีที่อาจจะก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภคผสมในเครื่องสำอาง จะต้องมีการกำกับดูแลปริมาณการใช้	97.0	3.0
4. เครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ คือ เครื่องสำอางที่มีสารที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้น้อยด้วย	98.0	2.0
5. เครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ คือ เครื่องสำอางที่ผลิตหรือใช้ภาชนะบรรจุไม่ถูกสุขลักษณะอันอาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้	91.0	9.0
6. เครื่องสำอางปลอม คือ เครื่องสำอางที่ใช้ฉลากแจ้งชื่อผู้ผลิตหรือแหล่งผลิตที่ไม่เป็นความจริง	77.0	23.0
7. เครื่องสำอางผิดมาตรฐาน คือ เครื่องสำอางซึ่งมีสารสำคัญน้อยกว่าเก็นสิบห้าเปอร์เซ็นต์ หรือมากกว่าเก็นสิบแปดเปอร์เซ็นต์ ตามที่ได้แจ้งไว้ต่อพนักงานเจ้าหน้าที่	83.0	17.0
8. ฉลากของเครื่องสำอางที่นำเข้าจากต่างประเทศเพื่อจะวางจำหน่าย ไม่จำเป็นต้องมีข้อความภาษาไทย	28.0	72.0
9. ในกรณีที่มีเหตุอันควรสงสัยว่ามีการกระทำความผิดพนักงานเจ้าหน้าที่สามารถเข้าไปในสถานที่ผลิต หรือสถานที่จำหน่ายเพื่อตรวจสอบ และนำเครื่องสำอางในปริมาณพอสมควรไปเป็นตัวอย่างเพื่อตรวจสอบหรือวิเคราะห์ได้	97.0	3.0

ตารางที่ 4.3 ร้อยละของผู้ผลิตเครื่องสำอาง ที่มีความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 จำแนกรายข้อ (n = 100) (ต่อ)

ข้อคำถามความรู้เกี่ยวกับ พรบ.เครื่องสำอาง พ.ศ. 2535	จำนวนตอบถูก	จำนวนตอบผิด
10. หากตรวจพบว่าการผลิต หรือจำหน่ายเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ เครื่องสำอางปลอมหรือเครื่องสำอางผิดมาตรฐาน พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจยึดหรืออายัดไว้เพื่อดำเนินคดีได้	99.0	1.0

ผู้ผลิตเครื่องสำอางส่วนใหญ่ตอบใช่เกี่ยวกับ “หากตรวจพบว่าการผลิตหรือจำหน่ายเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ เครื่องสำอางปลอมหรือเครื่องสำอางผิดมาตรฐาน พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจยึดหรืออายัดไว้เพื่อดำเนินคดีได้” ร้อยละ 99.0 เกี่ยวกับ “เครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ คือ เครื่องสำอางที่มีสารที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้น้อยด้วย” ร้อยละ 98.0 เกี่ยวกับ “หากมีสารเคมีที่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภคผสมในเครื่องสำอางจะต้องมีการกำกับดูแลปริมาณการใช้” ร้อยละ 97.0 เกี่ยวกับ “ในกรณีที่มีเหตุอันควรสงสัยว่ามีการกระทำความผิด พนักงานเจ้าหน้าที่สามารถเข้าไปในสถานที่ผลิต หรือสถานที่จำหน่ายเพื่อตรวจสอบและนำเครื่องสำอางในปริมาณพอสมควรไปเป็นตัวอย่างเพื่อตรวจสอบหรือวิเคราะห์ได้” ร้อยละ 97.0 เกี่ยวกับ “ก่อนที่จะทำการผลิตเครื่องสำอาง ผู้ผลิตเครื่องสำอางจะต้องยื่นจดแจ้งต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุขก่อนที่จะทำการผลิต” ร้อยละ 93.0 เกี่ยวกับ “เครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ คือ เครื่องสำอางที่ผลิตหรือใช้ภาชนะบรรจุไม่ถูกสุขลักษณะ อันอาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้” ร้อยละ 91.0 เกี่ยวกับ “ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทุกชนิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องกำกับดูแล” ร้อยละ 89.0 เกี่ยวกับ “เครื่องสำอางผิดมาตรฐานคือ เครื่องสำอางซึ่งมีสารสำคัญน้อยกว่าเกินสิบห้าเปอร์เซ็นต์ หรือมากกว่าเกินสิบแปดเปอร์เซ็นต์ ตามที่ได้แจ้งไว้ต่อพนักงานเจ้าหน้าที่” ร้อยละ 83.0

ผู้ผลิตเครื่องสำอางส่วนน้อยที่ตอบไม่ใช่ คือเรื่องเกี่ยวกับ “ฉลากของเครื่องสำอางที่นำเข้าจากต่างประเทศเพื่อจะวางจำหน่าย ไม่จำเป็นต้องมีข้อความภาษาไทย” ร้อยละ 28.0 เกี่ยวกับ “เครื่องสำอางปลอม คือ เครื่องสำอางที่ใช้ฉลากแจ้งชื่อผู้ผลิตหรือแหล่งผลิตที่ไม่เป็นความจริง” ร้อยละ 23.0

3.2 การประเมินความรู้ของผู้ผลิตเครื่องสำอางเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 สรุปจำแนกตามระดับ (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 ร้อยละของผู้ผลิตเครื่องสำอาง ที่มีความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 จำแนกตามระดับความรู้ (n = 100)

ระดับความรู้	ร้อยละ
ต่ำ (0-5)	2.0
ปานกลาง (6-7)	11.0
สูง (8-10)	87.0
รวม	100.0
คะแนนเฉลี่ย 8.52 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.059 คะแนน	
คะแนนต่ำสุด 5 คะแนน คะแนนสูงสุด 10 คะแนน	

ระดับความรู้ของผู้ผลิตเครื่องสำอางเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 พบว่า ร้อยละ 87 มีความรู้ในระดับสูง รองลงมาร้อยละ 11 มีความรู้ระดับปานกลาง และร้อยละ 2 มีความรู้ในระดับต่ำ คะแนนต่ำสุด 5 คะแนน คะแนนสูงสุด 10 คะแนน และคะแนนเฉลี่ย 8.52 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.059 คะแนน

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

4.1 เมื่อพิจารณาระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำแนกตามรายชื่อ ซึ่งจากการศึกษาได้ผลดังนี้ คือ

ตารางที่ 4.5 ระดับความคิดเห็นของผู้ผลิตเครื่องสำอางต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 จำแนกรายข้อ (n = 100)

ข้อคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง	ระดับความคิดเห็น			ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ			
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ			
1. การกำหนดบทลงโทษตาม พรบ. เครื่องสำอาง พ.ศ.2535 เหมาะสมดีแล้ว	29.0	52.0	19.0	3.06	.814	ปานกลาง
2. การกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางตามข้อกำหนดของกฎหมายเครื่องสำอางทำให้ผลิตเครื่องสำอางได้ถูกต้องตามมาตรฐาน	64.0	29.0	7.0	3.68	.764	ปานกลาง
3. การกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางตามกฎหมายจะคุ้มครองผู้บริโภคได้จริง	39.0	43.0	18.0	3.28	.877	ปานกลาง
4. รัฐควรมีการแก้ไขกฎระเบียบบางอย่างเพื่อให้ผู้ผลิตเครื่องสำอางสามารถปฏิบัติได้ง่ายขึ้น	77.0	20.0	3.0	4.0	.765	มาก
5. ให้ความสำคัญกับฉลากเครื่องสำอาง	79.0	17.0	4.0	4.01	.772	มาก
6. เครื่องสำอางทุกชนิดที่ผลิตต้องมีฉลากครบถ้วน	82.0	16.0	2.0	4.16	.762	มาก
7. กำกับดูแลคุณภาพของเครื่องสำอางที่ผลิต	88.0	11.0	1.0	4.26	.691	มาก
8. สุ่มตรวจการผลิตเครื่องสำอาง เพราะเป็นสิ่งจำเป็นในการกำกับดูแลความปลอดภัยต่อผู้ใช้เครื่องสำอาง	76.0	24.0	-	4.08	.748	มาก
9. สามารถทำตามกฎระเบียบของกระทรวงสาธารณสุขที่กำหนดโดยไม่ลังเล	78.0	21.0	1.0	4.10	.759	มาก

ตารางที่ 4.5 ระดับความคิดเห็นของผู้ผลิตเครื่องสำอางต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำแนกรายข้อ (n = 100) (ต่อ)

ข้อความเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง	ระดับความคิดเห็น			ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ			
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ			
10. พนักงานเจ้าหน้าที่ที่มีมาตรฐานการตรวจการผลิตเครื่องสำอางที่เข้มงวดมาก	51.0	44.0	5.0	3.61	.875	ปานกลาง
11. พรบ.เครื่องสำอาง พ.ศ.2535เป็นเรื่องยากในการปฏิบัติ	15.0	74.0	11.0	3.04	.567	ปานกลาง
12. การใช้มาตรการทางกฎหมายไม่สามารถแก้ปัญหาการผลิตเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยเครื่องสำอางปลอม หรือเครื่องสำอางผิดมาตรฐาน ได้ทั้งหมด	39.0	48.0	13.0	3.36	.835	ปานกลาง
รวม				44.64	5.126	ปานกลาง

ผู้ผลิตเครื่องสำอางมีความคิดเห็นต่อกฎหมายด้านการกำหนดบทลงโทษตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 เหมาะสมดีแล้ว ผู้ผลิตเครื่องสำอาง ร้อยละ 52 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง รองลงมา ร้อยละ 29 มีระดับความคิดเห็นสูง และร้อยละ 19 มีระดับความคิดเห็นต่ำ

ผู้ผลิตเครื่องสำอางมีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางจะทำให้ผลิตเครื่องสำอางได้ถูกต้องตามมาตรฐาน ผู้ผลิตเครื่องสำอาง ร้อยละ 64 มีระดับความคิดเห็นสูง รองลงมา ร้อยละ 29 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง และร้อยละ 7 มีระดับความคิดเห็นต่ำ

ผู้ผลิตเครื่องสำอางมีความคิดเห็นว่าการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางตามกฎหมายจะคุ้มครองผู้บริโภคได้จริง ผู้ผลิตเครื่องสำอาง ร้อยละ 43 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง รองลงมา ร้อยละ 39 มีระดับความคิดเห็นสูง และร้อยละ 18 มีระดับความคิดเห็นต่ำ

ผู้ผลิตเครื่องสำอางมีความคิดเห็นในการที่รัฐควรมีการแก้ไขกฎระเบียบบางอย่างเพื่อให้ผู้ผลิตเครื่องสำอางสามารถปฏิบัติได้ง่ายขึ้น ผู้ผลิตเครื่องสำอาง ร้อยละ 77 มีระดับ

ความคิดเห็นสูง รองลงมาร้อยละ 20 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง และร้อยละ 3 มีระดับความคิดเห็นต่ำ

ผู้ผลิตเครื่องสำอางมีความคิดเห็นในการให้ความสำคัญกับฉลากของเครื่องสำอาง ผู้ผลิตเครื่องสำอาง ร้อยละ 79 มีระดับความคิดเห็นสูง รองลงมาร้อยละ 17 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง และร้อยละ 4 มีระดับความคิดเห็นต่ำ

ผู้ผลิตเครื่องสำอางมีความคิดเห็นในการที่เครื่องสำอางทุกชนิดที่ผลิตต้องมีฉลากครบถ้วน ผู้ผลิตเครื่องสำอาง ร้อยละ 82 มีระดับความคิดเห็นสูง รองลงมาร้อยละ 16 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง และร้อยละ 2 มีระดับความคิดเห็นต่ำ

ผู้ผลิตเครื่องสำอางมีความคิดเห็นในการกำกับดูแลคุณภาพของเครื่องสำอางที่ผลิต ผู้ผลิตเครื่องสำอาง ร้อยละ 88 มีระดับความคิดเห็นสูง รองลงมาร้อยละ 11 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง และร้อยละ 1 มีระดับความคิดเห็นต่ำ

ผู้ผลิตเครื่องสำอางมีความคิดเห็นในการคุ้มครองการผลิตเครื่องสำอางเป็นสิ่งจำเป็นในการกำกับดูแลความปลอดภัยต่อผู้ใช้เครื่องสำอาง ผู้ผลิตเครื่องสำอาง ร้อยละ 88 มีระดับความคิดเห็นสูง รองลงมาร้อยละ 24 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง

ผู้ผลิตเครื่องสำอางมีความคิดเห็นในการที่สามารถทำตามกฎระเบียบของกระทรวงสาธารณสุขที่กำหนดโดยไม่ลังเล ผู้ผลิตเครื่องสำอาง ร้อยละ 78 มีระดับความคิดเห็นสูง รองลงมาร้อยละ 21 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง และร้อยละ 2 มีระดับความคิดเห็นต่ำ

ผู้ผลิตเครื่องสำอางมีความคิดเห็นในการที่พนักงานเจ้าหน้าที่ที่มีมาตรฐานการตรวจการผลิตเครื่องสำอางที่เข้มงวดมาก ผู้ผลิตเครื่องสำอาง ร้อยละ 51 มีระดับความคิดเห็นสูง รองลงมาร้อยละ 44 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง และร้อยละ 5 มีระดับความคิดเห็นต่ำ

ผู้ผลิตเครื่องสำอางมีความคิดเห็นในการที่พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 เป็นเรื่องยากในการปฏิบัติ ผู้ผลิตเครื่องสำอาง ร้อยละ 74 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง รองลงมาร้อยละ 15 มีระดับความคิดเห็นสูง และร้อยละ 11 มีระดับความคิดเห็นต่ำ

ผู้ผลิตเครื่องสำอางมีความคิดเห็นในการที่มาตรการทางกฎหมายไม่สามารถแก้ปัญหาการผลิตเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัย เครื่องสำอางปลอม หรือเครื่องสำอางที่ผิดมาตรฐานได้ทั้งหมด ผู้ผลิตเครื่องสำอาง ร้อยละ 48 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง รองลงมาร้อยละ 39 มีระดับความคิดเห็นสูง และร้อยละ 13 มีระดับความคิดเห็นต่ำ

4.2 การประเมินระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง จำแนกรายข้อ

ตารางที่ 4.6 ร้อยละของผู้ผลิตเครื่องสำอาง ที่มีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง จำแนกตามระดับความคิดเห็น (n = 100)

ระดับความคิดเห็น	ร้อยละ
ต่ำ (0-35)	4.0
ปานกลาง (60-79)	55.0
สูง (48-60)	41.0
รวม	100.0
คะแนนเฉลี่ย 44.64 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 5.126 คะแนน	
คะแนนต่ำสุด 33 คะแนน คะแนนสูงสุด 53 คะแนน	

ระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง จำแนกรายข้อ ซึ่งจากการศึกษา พบว่า ผู้ผลิตเครื่องสำอางส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการผลิตเครื่องสำอางอยู่ในระดับปานกลางคิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมา มีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 41 และต่ำที่สุดมีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางอยู่ในระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 4 โดยได้คะแนนต่ำสุด 33 คะแนน คะแนนสูงสุด 53 คะแนน คะแนนเฉลี่ย 44.64 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 5.126 (ตารางที่ 4.6)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

5.1 เมื่อพิจารณาเกี่ยวกับการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำแนกรายข้อ พบว่า

ตารางที่ 4.7 ร้อยละของผู้ผลิตเครื่องสำอาง ที่มีการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำแนกรายข้อ (n = 100)

ข้อคำถามเกี่ยวกับการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง	ระดับการกำกับดูแล		
	ปฏิบัติ (ร้อยละ)	ปฏิบัติบางครั้ง (ร้อยละ)	ไม่ปฏิบัติ (ร้อยละ)
1. ตรวจสอบเครื่องสำอางที่ผลิตว่ามีฉลากภาษาไทยกำกับและใช้ข้อความที่ตรงต่อความจริง	75.0	24.0	1.0
2. ตรวจสอบเครื่องสำอางที่ผลิตว่ามีรายละเอียดข้อความบนฉลากเป็นไปตามข้อกำหนดเรื่องฉลาก	61.0	25.0	14.0
3. ตรวจสอบเครื่องสำอางที่ผลิตว่าไม่มีข้อความที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญ	68.0	24.0	8.0
4. ตรวจสอบเครื่องสำอางที่ผลิตว่าไม่เข้าข่ายเป็นเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้	71.0	26.0	3.0
5. ตรวจสอบเครื่องสำอางที่ผลิตว่าไม่เข้าข่ายเป็นเครื่องสำอางปลอม	72.0	27.0	1.0
6. ตรวจสอบเครื่องสำอางที่ผลิตว่าไม่เข้าข่ายเป็นเครื่องสำอางผิดมาตรฐาน	72.0	25.0	3.0
7. เรียกเก็บเครื่องสำอางคืนจากตลาดหรือหยุดการจำหน่าย เมื่อมีคำสั่งจากภาครัฐแจ้งว่าเครื่องสำอางนั้นเป็นเครื่องสำอางอันตราย	71.0	26.0	3.0
8. ให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่กับพนักงานเมื่อมีการตรวจสอบเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหลังออกสู่ตลาด	74.0	26.0	-

ผู้ผลิตเครื่องสำอางมีการกำกับดูแลในการตรวจสอบเครื่องสำอางที่ผลิตว่ามีฉลากภาษาไทยกำกับและใช้ข้อความที่ตรงต่อความจริงของผู้ผลิตเครื่องสำอาง ร้อยละ 75 ปฏิบัติ ร้อยละ 24 ปฏิบัติบางครั้ง และร้อยละ 1 ไม่ได้ปฏิบัติ

ผู้ผลิตเครื่องสำอางมีการกำกับดูแลในการตรวจสอบเครื่องสำอางที่ผลิตว่ามีรายละเอียดข้อความบนฉลากเป็นไปตามข้อกำหนดเรื่องฉลากของผู้ผลิตเครื่องสำอาง ร้อยละ 61 ปฏิบัติ ร้อยละ 25 ปฏิบัติบางครั้ง และร้อยละ 14 ไม่ได้ปฏิบัติ

ผู้ผลิตเครื่องสำอางมีการกำกับดูแลในการตรวจสอบฉลากของเครื่องสำอางที่ผลิตว่าไม่มีข้อความที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญของผู้ผลิตเครื่องสำอาง ร้อยละ 68 ปฏิบัติ ร้อยละ 24 ปฏิบัติบางครั้ง และร้อยละ 8 ไม่ได้ปฏิบัติ

ผู้ผลิตเครื่องสำอางมีการกำกับดูแลในการตรวจสอบเครื่องสำอางที่ผลิตว่าไม่เข้าข่ายเป็นเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ของผู้ผลิตเครื่องสำอาง ร้อยละ 71 ปฏิบัติ ร้อยละ 26 ปฏิบัติบางครั้ง และร้อยละ 3 ไม่ได้ปฏิบัติ

ผู้ผลิตเครื่องสำอางมีการกำกับดูแลในการตรวจสอบเครื่องสำอางที่ผลิตว่าไม่เข้าข่ายเป็นเครื่องสำอางปลอมของผู้ผลิตเครื่องสำอาง ร้อยละ 72 ปฏิบัติ และร้อยละ 27 ปฏิบัติบางครั้ง

ผู้ผลิตเครื่องสำอางมีการกำกับดูแลในการตรวจสอบเครื่องสำอางที่ผลิตว่าไม่เข้าข่ายเป็นเครื่องสำอางผิดมาตรฐานของผู้ผลิตเครื่องสำอาง ร้อยละ 72 ปฏิบัติ ร้อยละ 25 ปฏิบัติบางครั้ง และร้อยละ - ไม่ได้ปฏิบัติ

ผู้ผลิตเครื่องสำอางมีการกำกับดูแลในการเรียกเก็บเครื่องสำอางคืนจากตลาด เมื่อมีคำสั่งจากภาครัฐแจ้งว่าเครื่องสำอางนั้นเป็นเครื่องสำอางอันตรายของผู้ผลิตเครื่องสำอาง ร้อยละ 71 ปฏิบัติ และร้อยละ 26 ปฏิบัติบางครั้ง

ผู้ผลิตเครื่องสำอางให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่กับพนักงานเจ้าหน้าที่ เมื่อมีการตรวจสอบเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหลังออกสู่ตลาดของผู้ผลิตเครื่องสำอาง ร้อยละ 74 ปฏิบัติ และร้อยละ 26 ไม่ได้ปฏิบัติ (ตารางที่ 4.7)

5.2 การประเมินระดับการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง

ตารางที่ 4.8 ร้อยละของผู้ผลิตเครื่องสำอางต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง จำแนกตามระดับการกำกับดูแล (n = 100)

ระดับการกำกับดูแล	ร้อยละ
ต่ำ (0-9)	24.0
ปานกลาง (10-12)	10.0
สูง (13-17)	66.0
รวม	100.0
คะแนนเฉลี่ย 5.64 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3.258 คะแนน	
คะแนนต่ำสุด 0 คะแนน คะแนนสูงสุด 8 คะแนน	

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535

สำหรับส่วนนี้เป็นการนำเสนอปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ซึ่งเป็นความคิดเห็นของผู้ผลิตเครื่องสำอาง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535

จากแบบสอบถามปลายเปิด ผู้วิจัยขอสรุปปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 มีดังนี้

เนื้อความใน พรบ. เข้าใจยาก ผู้ผลิตขาดความรู้ ความเข้าใจอย่างถ่องแท้ หรือไม่ทราบข้อกำหนดตามกฎหมาย (ผู้ผลิตเครื่องสำอางจำนวน 3 คน)

- ผู้ผลิตเครื่องสำอางจำนวน 1 คน เห็นว่า ไม่ค่อยมีการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับบทบาท บทลงโทษ ถ้าไม่ปฏิบัติตาม (ผู้ผลิตเครื่องสำอางจำนวน 1 คน)

- ฉลากเครื่องสำอาง ถ้าไม่ใช่ผู้ผลิตรายใหญ่จะไม่ศึกษากฎหมายอาจทำให้ข้อความบนฉลากไม่ครบถ้วน ด้วยศักยภาพผู้ผลิตไม่พอ (ผู้ผลิตเครื่องสำอางจำนวน 1 คน)

- ไม่ควรจำกัดจำนวนแบบฟอร์มการขึ้นต่อวันของแต่ละบริษัท เนื่องจากผู้ผลิตเครื่องสำอางแต่ละรายมีคำขอที่ขึ้นต่อ อย.จำนวนมาก ทำให้เกิดความยุ่งยาก และต้องติดต่อหลายครั้ง (ผู้ผลิตเครื่องสำอางจำนวน 1 คน)
- เนื้อหาของ พรบ.ครอบคลุมดีอยู่แล้ว แต่ส่วนของเจ้าหน้าที่เมื่อมีการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่วางตลาดทั้งที่ถูกต้องทั้งหมดแล้วในเรื่องฉลาก แต่เหมือนกับยังเอาผิดได้ทั้งที่ถูกต้องแล้ว บางเรื่องเล็กน้อยควรจะแนะนำดีกว่า ไม่ใช่จะจับเอาผลงานอย่างเดียว (ผู้ผลิตเครื่องสำอางจำนวน 1 คน)
- การยื่นขออนุญาตที่ one stop เจ้าหน้าที่บางคนเข้มงวดมากเกินไป ไม่มีเหตุผล ทำให้การยื่นเรื่องต้องเสียเวลาไปโดยไม่จำเป็น (ผู้ผลิตเครื่องสำอางจำนวน 1 คน)
- การดำเนินการของเจ้าหน้าที่ล่าช้า (ผู้ผลิตเครื่องสำอางจำนวน 1 คน)

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 คือ

- ควรให้ความสำคัญในการตรวจตลาดมากกว่า เพราะมีเครื่องสำอางที่เข้าข่ายไม่ถูกต้องตามกฎหมายขายมาก ไม่ควรเข้มงวดในการตรวจก่อนออกตลาดมากเกินไป เนื่องจากผู้ผลิตเครื่องสำอางที่เข้ามายื่นจดแจ้งมีความตั้งใจที่จะทำตามกฎหมายอยู่แล้ว (ผู้ผลิตเครื่องสำอางจำนวน 1 คน)
- ควรประชาสัมพันธ์ให้ความรู้กับผู้บริโภคให้มากขึ้น (ผู้ผลิตเครื่องสำอางจำนวน 1 คน)
- ควรเพิ่มบทลงโทษให้มากขึ้น (ผู้ผลิตเครื่องสำอางจำนวน 1 คน)
- ควรจะมีการจัดอบรมความรู้ และข้อกำหนดของกฎหมายเป็นระยะ ๆ (ผู้ผลิตเครื่องสำอางจำนวน 3 คน)
- ควรพัฒนากฎหมายให้ทันสมัยต่อสภาวะการวิจัยและพัฒนาเครื่องสำอางในปัจจุบัน (ผู้ผลิตเครื่องสำอางจำนวน 1 คน)
- ควรเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่สำหรับปฏิบัติงานให้เพียงพอ และเหมาะสมกับจำนวนคำขอที่ขึ้นเข้ามา ไม่ควรจำกัดเพียง 5 คำขอต่อบริษัทต่อวัน (ผู้ผลิตเครื่องสำอางจำนวน 1 คน)

- ควรปฏิบัติตาม ASEAN HARMONIZATION ทุกหัวข้อ
โดยเฉพาะการโฆษณา ไม่ควรเข้มงวดมากเกินไป (ผู้ผลิตเครื่องสำอางจำนวน 1 คน)

กลุ่มที่ 2 ผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล

ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ในการศึกษาครั้งนี้เป็นข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา การติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องสำอางจากหน่วยงานราชการ แหล่งข้อมูลที่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องสำอาง การเป็นเจ้าของ และประสบการณ์ในการจำหน่ายเครื่องสำอาง จากการศึกษาพบว่า

ตารางที่ 4.9 ร้อยละของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล (n = 100)

ลักษณะส่วนบุคคล	ร้อยละ
เพศ	
หญิง	86.0
ชาย	14.0
รวม	100.0
อายุ (ปี)	
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 29 ปี	58.0
สูงกว่า หรือเท่ากับ 30 ปี	42.0
รวม	100.0
อายุเฉลี่ย 29.45 ปี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 8.426 ปี	
อายุต่ำสุด 16 ปี อายุสูงสุด 57 ปี	
ระดับการศึกษา	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับปริญญาตรี	92.0
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	8.0
รวม	100.0
การติดตามข้อมูลข่าวสารเครื่องสำอาง	
ติดตาม	31.0
ติดตามบางครั้ง หรือไม่ติดตาม	69.0
รวม	100.0

ตารางที่ 4.9 ร้อยละของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล (n = 100) (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	ร้อยละ
แหล่งข้อมูลข่าวสารเครื่องสำอางที่ติดตาม	
เว็บไซต์ อย.	9.0
หนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร และอื่น ๆ	91.0
รวม	100.0
หน้าที่หรือตำแหน่งงานที่รับผิดชอบในปัจจุบัน	
เจ้าของกิจการ	41.0
พนักงานขาย และอื่น ๆ	59.0
รวม	100.0
ประสบการณ์ในการจำหน่ายเครื่องสำอาง (ปี)	
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5 ปี	80.0
มากกว่า หรือเท่ากับ 6 ปี	20.0
รวม	100.0
ประสบการณ์เฉลี่ย 4.06 ปี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3.913 ปี	
ประสบการณ์ต่ำสุด 1 ปี ประสบการณ์สูงสุด 21 ปี	

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเพศ จากการวิจัย สัมภาษณ์ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางจำนวน 100 คน พบว่า เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย กล่าวคือ ส่วนใหญ่ร้อยละ 86 เป็นเพศหญิงและร้อยละ 14 เป็นเพศชาย

อายุ พบว่า ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางส่วนใหญ่อายุ 29 ปี หรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 58 และอายุ 30 ปี หรือสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 42 โดยมีอายุเฉลี่ย 29 ปี และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 8.426 ปี

ระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือต่ำกว่า ร้อยละ 92 และจบการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่าร้อยละ 8

การติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องสำอางจากหน่วยงานราชการ พบว่า ส่วนใหญ่ติดตามเป็นบางครั้งหรือไม่ติดตามร้อยละ 69 และติดตามสม่ำเสมอ ร้อยละ 31

แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องสำอางที่ติดตาม พบว่า ส่วนใหญ่ติดตามจากนิตยสาร หนังสือพิมพ์ และอื่น ๆ ร้อยละ 91 และติดตามจากเว็บไซต์ อย. ร้อยละ 9

หน้าที่ในปัจจุบัน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นพนักงานขายและอื่น ๆ ร้อยละ 59 และเป็นเจ้าของกิจการร้อยละ 41

ประสบการณ์ในการจำหน่ายเครื่องสำอาง พบว่า ส่วนใหญ่ 5 ปี หรือต่ำกว่า ร้อยละ 80 และ 6 ปี หรือสูงกว่า ร้อยละ 20

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะสถานที่จำหน่ายเครื่องสำอาง และสินค้าอื่นที่จำหน่าย

ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะสถานที่จำหน่ายเครื่องสำอาง จากการศึกษา พบว่า เป็นร้านค้า/ห้องเช่าตั้งอยู่ในศูนย์การค้า หรือห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 41 เป็นแผงเช่าพื้นที่/รถเข็นให้เช่าตั้งอยู่ในศูนย์การค้า หรือห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 23 และเป็นแผงเช่าพื้นที่ตั้งอยู่ตามตลาดนัด ร้อยละ 23 และอื่น ๆ ร้อยละ 3

ลักษณะสินค้าที่จำหน่าย จากการศึกษาพบว่า จำหน่ายเฉพาะเครื่องสำอางเท่านั้น ร้อยละ 54 จำหน่ายเครื่องสำอางและอาหารเสริม ร้อยละ 45 และอื่น ๆ ร้อยละ 1 (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10 ร้อยละของลักษณะสถานที่จำหน่ายเครื่องสำอาง และสินค้าอื่นที่จำหน่าย จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของลักษณะสถานที่จำหน่ายเครื่องสำอาง

ข้อมูลทั่วไปของสถานที่จำหน่ายเครื่องสำอาง	จำนวน	ร้อยละ
ลักษณะของสถานที่จำหน่ายเครื่องสำอาง		
อาคารพาณิชย์ที่มีที่ตั้งแน่นอน	10	10.0
ร้านค้า/ห้องเช่าตั้งอยู่ในศูนย์การค้า หรือห้างสรรพสินค้า	41	41.0
แผงเช่าพื้นที่/รถเข็นให้เช่าตั้งอยู่ในศูนย์การค้า หรือ	23	23.0
ห้างสรรพสินค้า		
แผงเช่าพื้นที่ ตั้งอยู่ตามตลาดนัด	23	23.0
อื่น ๆ	3	3.0
รวม	100	100.0
ลักษณะของสินค้าที่จำหน่าย		
จำหน่ายเฉพาะเครื่องสำอางเท่านั้น	54	54.0
จำหน่ายเครื่องสำอางและอาหารเสริม	45	45.0
รวม	100	100.0

ส่วนที่ 3 การประเมินความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

3.1 ข้อมูลการประเมินความรู้ของผู้จำหน่ายเครื่องสำอางเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จากการศึกษา พบว่า

ตารางที่ 4.11 ร้อยละของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ที่มีความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำแนกรายข้อ (n = 100)

ข้อคำถามความรู้เกี่ยวกับ พรบ.เครื่องสำอาง พ.ศ. 2535	จำนวนตอบถูก	จำนวนตอบผิด
1. ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทุกชนิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องกำกับดูแล	76.0	24.0
2. ก่อนที่จะทำการผลิตเครื่องสำอาง จะต้องยื่นจดแจ้งต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ก่อนที่จะทำการผลิต	73.0	7.0
3. หากมีสารเคมีที่อาจจะก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภค ผสมในเครื่องสำอาง จะต้องมีการกำกับดูแลปริมาณการใช้	92.0	8.0
4. เครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ คือ เครื่องสำอางที่มีสารที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้น้อยด้วย	94.0	6.0
5. เครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ คือ เครื่องสำอางที่ผลิตหรือใช้ภาชนะบรรจุไม่ถูกสุขลักษณะอันอาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้	78.0	22.0
6. เครื่องสำอางปลอม คือ เครื่องสำอางที่ใช้ฉลากแจ้งชื่อผู้ผลิตหรือแหล่งผลิตที่ไม่เป็นความจริง	84.0	16.0
7. เครื่องสำอางผิดมาตรฐาน คือ เครื่องสำอางซึ่งมีสารสำคัญน้อยกว่าเกินสิบห้าเปอร์เซ็นต์ หรือมากกว่าเกินสิบแปดเปอร์เซ็นต์ ตามที่ได้แจ้งไว้ต่อพนักงานเจ้าหน้าที่	82.0	28.0
8. ฉลากของเครื่องสำอางที่นำเข้าจากต่างประเทศเพื่อจะวางจำหน่าย ไม่จำเป็นต้องมีข้อความภาษาไทย	61.0	39.0
9. ในกรณีที่มีเหตุอันควรสงสัยว่ามีการกระทำความผิด พนักงานเจ้าหน้าที่สามารถเข้าไปในสถานที่จำหน่ายเพื่อตรวจสอบ และนำเครื่องสำอางในปริมาณพอสมควรไปเป็นตัวอย่างเพื่อตรวจสอบหรือวิเคราะห์ได้	91.0	9.0

ตารางที่ 4.11 ร้อยละของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ที่มีความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำแนกรายข้อ (n = 100) (ต่อ)

ข้อคำถามความรู้เกี่ยวกับ พรบ.เครื่องสำอาง พ.ศ. 2535	จำนวนตอบถูก	จำนวนตอบผิด
10. หากตรวจพบว่าการผลิต หรือจำหน่ายเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ เครื่องสำอางปลอมหรือเครื่องสำอางผิดมาตรฐาน พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจยึดหรืออายัดไว้เพื่อดำเนินคดีได้	97.0	3.0

ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางส่วนใหญ่ตอบใช่เกี่ยวกับ “หากตรวจพบว่าการผลิต หรือจำหน่ายเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ เครื่องสำอางปลอมหรือเครื่องสำอางผิดมาตรฐาน พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจยึดหรืออายัดไว้เพื่อดำเนินคดีได้” ร้อยละ 97.0 เกี่ยวกับ “เครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ คือ เครื่องสำอางที่มีสารที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้ปนอยู่ด้วย” ร้อยละ 94.0 เกี่ยวกับ “หากมีสารเคมีที่อาจจะก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภคผสมในเครื่องสำอาง จะต้องมีการกำกับดูแลปริมาณการใช้” ร้อยละ 92.0 เกี่ยวกับ “ในกรณีที่มีเหตุอันควรสงสัยว่ามีการกระทำความผิด พนักงานเจ้าหน้าที่สามารถเข้าไปในสถานที่ผลิต หรือสถานที่จำหน่ายเพื่อตรวจสอบและนำเครื่องสำอางในปริมาณพอสมควรไปเป็นตัวอย่างเพื่อตรวจสอบหรือวิเคราะห์ได้” ร้อยละ 91.0 เกี่ยวกับ “เครื่องสำอางปลอม คือ เครื่องสำอางที่ใช้ฉลากแจ้งชื่อผู้ผลิตหรือแหล่งผลิตที่ไม่เป็นความจริง” ร้อยละ 84.0 เกี่ยวกับ “เครื่องสำอางผิดมาตรฐานคือ เครื่องสำอางซึ่งมีสารสำคัญน้อยกว่าเกินสิบห้าเปอร์เซ็นต์ หรือมากกว่าเกินสิบแปดเปอร์เซ็นต์ ตามที่ได้แจ้งไว้ต่อพนักงานเจ้าหน้าที่” ร้อยละ 82.0 เกี่ยวกับ “เครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ คือ เครื่องสำอางที่ผลิตหรือใช้ภาชนะบรรจุไม่ถูกสุขลักษณะอันอาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้” ร้อยละ 78.0 เกี่ยวกับ “ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทุกชนิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องกำกับดูแล” ร้อยละ 76.0 เกี่ยวกับ “ก่อนที่จะทำการผลิตเครื่องสำอาง ผู้ผลิตเครื่องสำอางจะต้องยื่นจดแจ้งต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุขก่อนที่จะทำการผลิต” ร้อยละ 73.0

ผู้ผลิตเครื่องสำอางส่วนน้อยที่ตอบไม่ใช่ คือเรื่องเกี่ยวกับ “ฉลากของเครื่องสำอางที่นำเข้าจากต่างประเทศเพื่อจะวางจำหน่าย ไม่จำเป็นต้องมีข้อความภาษาไทย” ร้อยละ 61.0 (ตารางที่ 4.10)

3.2 การประเมินความรู้ของผู้จำหน่ายเครื่องสำอางเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำแนกตามระดับ พบว่า

ตารางที่ 4.12 ร้อยละของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ที่มีความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำแนกตามระดับความรู้ (n = 100)

ระดับความรู้	ร้อยละ
ต่ำ (0-5)	4.0
ปานกลาง (6-7)	24.0
สูง (8-10)	72.0
รวม	
คะแนนเฉลี่ย 8.06 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.42 คะแนน	
คะแนนต่ำสุด 3 คะแนน คะแนนสูงสุด 10 คะแนน	

ระดับความรู้ของผู้จำหน่ายเครื่องสำอางเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 พบว่าร้อยละ 72 มีความรู้ในระดับสูง รองลงมาร้อยละ 24 มีความรู้ระดับปานกลาง และร้อยละ 4 มีความรู้ในระดับต่ำ คะแนนต่ำสุด 3 คะแนน คะแนนสูงสุด 10 คะแนน และคะแนนเฉลี่ย 8.06 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.42 คะแนน (ตารางที่ 4.12)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

4.1 เมื่อพิจารณาความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำแนกตามรายชื่อ ซึ่งจากการศึกษา พบว่า

ตารางที่ 4.13 ระดับความคิดเห็นของผู้จำหน่ายเครื่องสำอางต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำแนกรายข้อ (n = 100)

ข้อคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอาง	ระดับความคิดเห็น			ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความเห็น
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ			
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ			
1. การกำหนดบทลงโทษตาม พรบ. เครื่องสำอาง พ.ศ.2535 เหมาะสมดีแล้ว	20.0	58.0	22.0	2.92	.918	น้อย
2. การกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางตามข้อกำหนดของกฎหมายเครื่องสำอางทำให้ผลิตเครื่องสำอางได้ถูกต้องตามมาตรฐาน	44.0	47.0	9.0	3.41	.818	ปานกลาง
3. การกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางตามกฎหมายจะคุ้มครองผู้บริโภคได้จริง	30.0	49.0	21.0	3.16	1.032	ปานกลาง
4. รัฐควรมีการแก้ไขกฎระเบียบบางอย่างเพื่อให้ผู้ผลิตเครื่องสำอางสามารถปฏิบัติได้ง่ายขึ้น	45.0	41.0	14.0	3.44	.925	ปานกลาง
5. ให้ความสำคัญกับฉลากเครื่องสำอาง	77.0	20.0	3.0	4.19	.861	มาก
6. เครื่องสำอางทุกชนิดที่จำหน่ายต้องมีฉลากครบถ้วน	82.0	16.0	2.0	4.25	.914	มาก
7. กำกับดูแลคุณภาพของเครื่องสำอางที่จำหน่าย	62.0	31.0	7.0	3.78	.980	ปานกลาง
8. สุ่มตรวจการผลิตเครื่องสำอางเพราะเป็นสิ่งจำเป็นในการกำกับดูแลความปลอดภัยต่อผู้ใช้เครื่องสำอาง	51.0	35.0	14.0	3.57	1.057	ปานกลาง
9. สามารถทำตามกฎระเบียบของกระทรวงสาธารณสุขที่กำหนดโดยไม่ลังเล	57.0	42.0	1.0	3.87	.872	ปานกลาง

ตารางที่ 4.13 ระดับความคิดเห็นของผู้จำหน่ายเครื่องสำอางต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำแนกรายข้อ (n = 100) (ต่อ)

ข้อคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอาง	ระดับความคิดเห็น			ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความเห็น
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ			
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ			
10. พนักงานเจ้าหน้าที่ที่มีมาตรฐานการตรวจการจำหน่ายเครื่องสำอางที่เข้มงวดมาก	31.0	55.0	14.0	3.28	.975	ปานกลาง
11. พรบ.เครื่องสำอาง พ.ศ.2535 เป็นเรื่องยากในการปฏิบัติ	22.0	62.0	16.0	3.07	.769	ปานกลาง
12. การใช้มาตรการทางกฎหมายไม่สามารถแก้ปัญหาการจำหน่ายเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยเครื่องสำอางปลอม หรือเครื่องสำอางผิดมาตรฐานได้ทั้งหมด	39.0	48.0	13.0	3.32	1.024	ปานกลาง
รวม				42.26	5.901	ปานกลาง

ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีความคิดเห็นในการกำหนดบทลงโทษตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 เหมาะสมดีแล้ว พบว่า ผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ร้อยละ 58 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง รองลงมาร้อยละ 22 มีระดับความคิดเห็นต่ำ และร้อยละ 20 มีระดับความคิดเห็นสูง

ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีความคิดเห็นในการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางจะทำให้จำหน่ายเครื่องสำอางได้ถูกต้องตามมาตรฐาน พบว่า ผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ร้อยละ 47 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง รองลงมาร้อยละ 44 มีระดับความคิดเห็นสูง และร้อยละ 9 มีระดับความคิดเห็นสูง

ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีความคิดเห็นในการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางตามกฎหมายจะคุ้มครองผู้บริโภคได้จริง พบว่า ผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ร้อยละ 49 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง รองลงมาร้อยละ 30 มีระดับความคิดเห็นสูง และร้อยละ 21 มีระดับความคิดเห็นต่ำ

ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีความคิดเห็นในการที่รัฐควรมีการแก้ไขกฎระเบียบบางอย่างเพื่อให้ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางสามารถปฏิบัติได้ง่ายขึ้น พบว่า ผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ร้อยละ 45 มีระดับความคิดเห็นสูง รองลงมาร้อยละ 41 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง และร้อยละ 14 มีระดับความคิดเห็นต่ำ

ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีความคิดเห็นในการให้ความสำคัญกับฉลากของเครื่องสำอาง พบว่า ผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ร้อยละ 77 มีระดับความคิดเห็นสูง รองลงมาร้อยละ 20 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง และร้อยละ 3 มีระดับความคิดเห็นต่ำ

ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีความคิดเห็นในการที่เครื่องสำอางทุกชนิดที่จำหน่ายต้องมีฉลากครบถ้วน พบว่า ผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ร้อยละ 77 มีระดับความคิดเห็นสูง รองลงมาร้อยละ 20 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง และร้อยละ 3 มีระดับความคิดเห็นต่ำ

ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีความคิดเห็นในการกำกับดูแลคุณภาพของเครื่องสำอางที่จำหน่าย พบว่า ผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ร้อยละ 62 มีระดับความคิดเห็นสูง รองลงมาร้อยละ 31 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง และร้อยละ 7 มีระดับความคิดเห็นต่ำ

ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีความคิดเห็นในการคุ้มครองการจำหน่ายเครื่องสำอางเป็นสิ่งจำเป็นในการกำกับดูแลความปลอดภัยต่อผู้ใช้เครื่องสำอาง พบว่า ผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ร้อยละ 51 มีระดับความคิดเห็นสูง รองลงมาร้อยละ 35 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง และร้อยละ 14 มีระดับความคิดเห็นต่ำ

ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีความคิดเห็นในการที่สามารถทำตามกฎระเบียบของกระทรวงสาธารณสุขที่กำหนดโดยไม่ลังเล พบว่า ผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ร้อยละ 57 มีระดับความคิดเห็นสูง รองลงมาร้อยละ 42 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง และร้อยละ 1 มีระดับความคิดเห็นต่ำ

ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีความคิดเห็นในการที่พนักงานเจ้าหน้าที่มีมาตรฐานการตรวจการจำหน่ายเครื่องสำอางที่เข้มงวดมาก พบว่า ผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ร้อยละ 55 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง รองลงมาร้อยละ 31 มีระดับความคิดเห็นสูง และร้อยละ 14 มีระดับความคิดเห็นต่ำ

ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีความคิดเห็นในการที่พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 เป็นเรื่องยากในการปฏิบัติ พบว่า ผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ร้อยละ 62 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง รองลงมาร้อยละ 22 มีระดับความคิดเห็นสูง และร้อยละ 16 มีระดับความคิดเห็นต่ำ

ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีความคิดเห็นในการที่มาตรการทางกฎหมายไม่สามารถแก้ปัญหาการจำหน่ายเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัย เครื่องสำอางปลอม หรือเครื่องสำอางที่ผิดมาตรฐานได้ทั้งหมด พบว่า พบว่า ผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ร้อยละ 49 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง รองลงมาร้อยละ 34 มีระดับความคิดเห็นสูง และร้อยละ 17 มีระดับความคิดเห็นต่ำ (ตารางที่ 4.14)

4.2 ข้อมูลการประเมินระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอาง จำแนกรายข้อ ซึ่งจากการศึกษา พบว่า

ตารางที่ 4.14 ร้อยละของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ที่มีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอาง จำแนกตามระดับความคิดเห็น

ระดับความคิดเห็น	ร้อยละ
ต่ำ (0-35)	10.0
ปานกลาง (36-47)	69.0
สูง (48-60)	21.0
รวม	100.0
คะแนนเฉลี่ย 42.26 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 5.901 คะแนน	
คะแนนต่ำสุด 26 คะแนน คะแนนสูงสุด 57 คะแนน	

ระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอาง จำแนกรายข้อ ซึ่งจากการศึกษา พบว่า ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการจำหน่ายเครื่องสำอางอยู่ในระดับปานกลางคิดเป็นร้อยละ 69 รองลงมาที่มีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 21 และต่ำที่สุดมีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางอยู่ในระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 10 โดยได้คะแนนต่ำสุด 26 คะแนน คะแนนสูงสุด 57 คะแนน คะแนนเฉลี่ย 42.26 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 5.901 (ตารางที่ 4.14)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535

5.1 เมื่อพิจารณาเกี่ยวกับการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำแนกตามการกำกับดูแลรายข้อ พบว่า

ตารางที่ 4.15 ร้อยละของผู้จำหน่ายเครื่องสำอางที่มีการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 จำแนกรายข้อ

ข้อคำถามเกี่ยวกับการกำกับดูแลการจำหน่าย เครื่องสำอาง	ระดับการกำกับดูแล		
	ปฏิบัติ (ร้อยละ)	ปฏิบัติบางครั้ง (ร้อยละ)	ไม่ปฏิบัติ (ร้อยละ)
1. ตรวจสอบเครื่องสำอางที่จำหน่ายว่ามีฉลากภาษาไทยกำกับและใช้ข้อความที่ตรงต่อความจริง	66.0	32.0	2.0
2. ตรวจสอบเครื่องสำอางที่จำหน่ายว่ามีรายละเอียดข้อความบนฉลากเป็นไปตามข้อกำหนดเรื่องฉลาก	70.0	28.0	2.0
3. ตรวจสอบเครื่องสำอางที่จำหน่ายว่าไม่มีข้อความที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญ	64.0	29.0	7.0
4. ตรวจสอบเครื่องสำอางที่จำหน่ายว่าไม่เข้าข่ายเป็นเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้	72.0	23.0	5.0
5. ตรวจสอบเครื่องสำอางที่จำหน่ายว่าไม่เข้าข่ายเป็นเครื่องสำอางปลอม	75.0	21.0	4.0
6. ตรวจสอบเครื่องสำอางที่จำหน่ายว่าไม่เข้าข่ายเป็นเครื่องสำอางผิดมาตรฐาน	72.0	22.0	6.0
7. เรียกเก็บเครื่องสำอางคืนจากตลาดหรือหยุดการจำหน่าย เมื่อมีคำสั่งจากภาครัฐแจ้งว่าเครื่องสำอางนั้นเป็นเครื่องสำอางอันตราย	83.0	13.0	4.0
8. ให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่กับพนักงานเมื่อมีการตรวจสอบเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหลังออกสู่ตลาด	86.0	12.0	2.0

การกำกับดูแลในการตรวจสอบเครื่องสำอางที่จำหน่ายว่ามีฉลากภาษาไทยกำกับและใช้ข้อความที่ตรงต่อความจริงของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ร้อยละ 66 ปฏิบัติ ร้อยละ 32 ปฏิบัติบางครั้งและร้อยละ 2 ไม่ได้ปฏิบัติ

การกำกับดูแลในการตรวจสอบเครื่องสำอางที่จำหน่ายว่ามีรายละเอียดข้อความบนฉลากเป็นไปตามข้อกำหนดเรื่องฉลากของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ร้อยละ 70 ปฏิบัติ ร้อยละ 28 ปฏิบัติบางครั้ง และร้อยละ 2 ไม่ได้ปฏิบัติ

การกำกับดูแลในการตรวจสอบฉลากของเครื่องสำอางที่จำหน่ายว่าไม่มีข้อความที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ร้อยละ 64 ปฏิบัติ ร้อยละ 29 ปฏิบัติบางครั้ง และร้อยละ 7 ไม่ได้ปฏิบัติ

การกำกับดูแลในการตรวจสอบเครื่องสำอางที่จำหน่ายว่าไม่เข้าข่ายเป็นเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ร้อยละ 72 ปฏิบัติ ร้อยละ 23 ปฏิบัติบางครั้ง และร้อยละ 5 ไม่ได้ปฏิบัติ

การกำกับดูแลในการตรวจสอบเครื่องสำอางที่จำหน่ายว่าไม่เข้าข่ายเป็นเครื่องสำอางปลอมของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ร้อยละ 75 ปฏิบัติ ร้อยละ 21 ปฏิบัติบางครั้ง และร้อยละ 4 ไม่ได้ปฏิบัติ

การกำกับดูแลในการตรวจสอบเครื่องสำอางที่จำหน่ายว่าไม่เข้าข่ายเป็นเครื่องสำอางผิดมาตรฐานของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ร้อยละ 72 ปฏิบัติ ร้อยละ 22 ปฏิบัติบางครั้ง และร้อยละ 6 ไม่ได้ปฏิบัติ

การกำกับดูแลในการเรียกเก็บเครื่องสำอางคืนจากตลาด เมื่อมีคำสั่งจากภาครัฐแจ้งว่าเครื่องสำอางนั้นเป็นเครื่องสำอางอันตรายของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ร้อยละ 83 ปฏิบัติ ร้อยละ 13 ปฏิบัติบางครั้ง และร้อยละ 4 ไม่ได้ปฏิบัติ

การกำกับดูแลในการให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่กับพนักงานเจ้าหน้าที่เมื่อมีการตรวจสอบเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหลังออกสู่ตลาดของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ร้อยละ 86 ปฏิบัติ ร้อยละ 12 ปฏิบัติบางครั้ง และร้อยละ 2 ไม่ได้ปฏิบัติ (ตารางที่ 15)

5.2 การประเมินระดับการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง

ตารางที่ 4.16 ร้อยละของผู้จำหน่ายเครื่องสำอางที่มีการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำแนกตามระดับการกำกับดูแล (n = 100)

ระดับการกำกับดูแล	ร้อยละ
ต่ำ (0-9)	23.0
ปานกลาง (10-12)	11.0
สูง (13-17)	66.0
รวม	100.0
คะแนนเฉลี่ย 5.88 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.483 คะแนน	
คะแนนต่ำสุด 0 คะแนน คะแนนสูงสุด 8 คะแนน	

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535

สำหรับส่วนนี้เป็นการนำเสนอปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ซึ่งเป็นความคิดเห็นของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ปัญหา อุปสรรค เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 คือ

- ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางโดยส่วนมากไม่เห็นความสำคัญของ พรบ.เครื่องสำอาง (ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางจำนวน 4 คน)
- การกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางในปัจจุบันเป็นไปได้ยาก เนื่องจากร้านจำหน่ายเครื่องสำอางมีจำนวนมาก (ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางจำนวน 3 คน)
- ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางขาดความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับพรบ.เครื่องสำอาง (ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางจำนวน 3 คน)
- ผู้บริโภคขาดความรู้ (ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางจำนวน 3 คน)

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 คือ

- เจ้าหน้าที่ควรจริงจัง เข้มงวด และออกสำรวจตลาดมากกว่านี้ และบ่อยกว่านี้ (ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางจำนวน 5 คน)

- ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้ หรือประชาสัมพันธ์แก่ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง และผู้บริโภค เกี่ยวกับ พรบ.เครื่องสำอางอย่างต่อเนื่อง (ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางจำนวน 4 คน)
- ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเครื่องสำอางควรมีสامัญญะสำนึกในการดูแลตรวจสอบ และกระทำตามกฎหมายอย่างจริงจัง และมีความจริงใจกับผู้บริโภค (ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางจำนวน 1 คน)
- เจ้าหน้าที่ต้องไม่เลือกปฏิบัติ และต้องปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง (ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางจำนวน 1 คน)

กลุ่มที่ 3 พนักงานเจ้าหน้าที่ ซึ่งเป็นเกษตรกรผู้ปฏิบัติงานในงานกำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหลังออกสู่ตลาด กลุ่มกำกับดูแลเครื่องสำอาง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จำนวน 8 คน แบ่งเป็น 6 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535
- ส่วนที่ 4 ข้อมูลการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535
- ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัจจัยด้านทรัพยากรการบริหาร
- ส่วนที่ 6 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล

ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ในการศึกษาครั้งนี้เป็นข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรของพนักงานเจ้าหน้าที่ ซึ่งเป็นเกษตรกรผู้ปฏิบัติงานในงานกำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหลังออกสู่ตลาด กลุ่มกำกับดูแลเครื่องสำอาง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานที่รับผิดชอบในปัจจุบัน และประสบการณ์ในงานกำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหลังออกสู่ตลาด ซึ่งจากการศึกษา

เพศ พบว่า เป็นเพศหญิงจำนวน 7 คน เป็นเพศชายจำนวน 1 คน

อายุ พบว่า ผู้ที่อายุ 30 ปี มีจำนวน 3 คน อายุ 34 ปี จำนวน 1 คน 36 ปี จำนวน 1 คน 49 ปี จำนวน 1 คน 51 ปี จำนวน 1 คน และ 52 ปี จำนวน 1 คน

ระดับการศึกษา พบว่า จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 4 คน และจบการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 4 คน

ตำแหน่งงานที่รับผิดชอบในปัจจุบัน พบว่า เป็นเกษตรกรระดับปฏิบัติการ จำนวน 1 คน เป็นหัวหน้าฝ่าย/หัวหน้าแผนก จำนวน 4 คน และเป็นเกษตรกรระดับชำนาญการพิเศษ จำนวน 3 คน ประสบการณ์ในงานกำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหลังออกสู่ตลาด พบว่า ส่วนใหญ่ มีประสบการณ์ 4 ปี จำนวน 3 คน 6 ปี จำนวน 1 คน 8 ปี จำนวน 1 คน 13 ปี จำนวน 1 คน 24 ปี จำนวน 1 คน 26 ปี จำนวน 1 คน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535

ข้อมูลความรู้ของพนักงานเจ้าหน้าที่ ซึ่งเป็นเกษตรกรผู้ปฏิบัติงานในงานกำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหลังออกสู่ตลาด กลุ่มกำกับดูแลเครื่องสำอาง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 ถึงความต้องการในการเพิ่มเติมความรู้ในด้านใด เพื่อที่จะทำให้สามารถปฏิบัติงานในการกำกับดูแลเครื่องสำอางได้อย่างมีประสิทธิภาพจากการศึกษา ได้ข้อมูลดังนี้ คือ

พนักงานเจ้าหน้าที่ จำนวน 1 คน ต้องการเพิ่มความรู้ทางด้านวิชาการที่ทันสมัย (update) เกี่ยวกับความปลอดภัยในการใช้สารเคมี หรือ สารสมุนไพร ที่ผสมในเครื่องสำอาง เพื่อให้ทันกับความก้าวหน้าของวิทยาการที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว

พนักงานเจ้าหน้าที่ จำนวน 1 คน ต้องการเพิ่มความรู้ทางด้านความรู้พื้นฐานทางกฎหมาย เนื่องจากในการปฏิบัติงานจะต้องเข้าไปในสถานประกอบการ ต้องมีการจัดทำหลักฐาน ซึ่งหากไม่รอบคอบ ระวังผิดระวาง อาจถูกผู้ประกอบการฟ้องกลับได้ว่าเป็นการบุกรุก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

3.1 เมื่อพิจารณาความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำแนกตามรายชื่อ ซึ่งจากการศึกษา พบว่า

ตารางที่ 4.17 จำนวนของพนักงานเจ้าหน้าที่ ที่มีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่อง
สำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 จำแนกรายข้อ

ข้อคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการ กำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอาง	ระดับความคิดเห็น			ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความ คิดเห็น
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ			
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ			
1. การกำหนดบทลงโทษตาม พรบ. เครื่องสำอางพ.ศ.2535 เหมาะสมดี แล้ว	2	3	3	2.88	1.246	น้อย
2. การกำกับดูแลการผลิตเครื่อง สำอางตามข้อกำหนดของกฎหมาย เครื่องสำอาง ทำให้ผลิตเครื่อง สำอางได้ถูกต้องตามมาตรฐาน	3	2	3	2.88	1.458	น้อย
3. การกำกับดูแลการผลิตเครื่อง สำอางตามกฎหมายจะคุ้มครอง ผู้บริโภคได้จริง	3	5	-	3.5	.756	ปานกลาง
4. รัฐควรมีการแก้ไขกฎระเบียบ บางอย่างเพื่อให้ผู้ผลิตเครื่อง สำอางสามารถปฏิบัติได้ง่ายขึ้น	5	2	1	4	1.195	มาก
5. ให้ความสำคัญกับฉลากเครื่อง สำอาง	8	-	-	4.62	.518	มาก
6. เครื่องสำอางทุกชนิดที่ผลิตต้องมี ฉลากครบถ้วน	8	-	-	4.5	.535	มาก
7. กำกับดูแลคุณภาพของเครื่อง สำอางที่ผลิต	8	-	-	4.88	.354	มาก
8. สุ่มตรวจการผลิตเครื่องสำอาง เพราะเป็นสิ่งจำเป็นในการกำกับ ดูแลความปลอดภัยต่อผู้ใช้เครื่อง สำอาง	8	-	-	4.88	.354	มาก
9. สามารถทำตามกฎระเบียบของ กระทรวงสาธารณสุขที่กำหนด โดยไม่ลังเล	8	-	-	4.88	.354	มาก

ตารางที่ 4.17 จำนวนของพนักงานเจ้าหน้าที่ ที่มีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 จำแนกรายข้อ (ต่อ)

ข้อคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอาง	ระดับความคิดเห็น			ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความเห็น
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ			
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ			
10. พนักงานเจ้าหน้าที่ที่มีมาตรฐานการตรวจการผลิตเครื่องสำอางที่เข้มงวดมาก	7	1	-	4.38	.744	มาก
11. พรบ.เครื่องสำอาง พ.ศ.2535 เป็นเรื่องยากในการปฏิบัติ	2	5	1	3.25	.886	ปานกลาง
12. การใช้มาตรการทางกฎหมายไม่สามารถแก้ปัญหาการผลิตเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัย,เครื่องสำอางปลอม หรือเครื่องสำอางผิดมาตรฐานได้ทั้งหมด	4	1	3	3.5	1.69	ปานกลาง
รวม				48.12	4.291	ปานกลาง

พนักงานเจ้าหน้าที่ที่มีความคิดเห็นในการกำหนดบทลงโทษตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 เหมาะสมดีแล้ว พนักงานเจ้าหน้าที่ จำนวน 3 คน มีระดับความคิดเห็นปานกลาง 3 คน มีระดับความคิดเห็นสูง และอีก 2 คน มีระดับความคิดเห็นต่ำ

พนักงานเจ้าหน้าที่ที่มีความคิดเห็นในการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางจะทำให้ผลิตหรือจำหน่ายเครื่องสำอางได้ถูกต้องตามมาตรฐาน พบว่า พนักงานเจ้าหน้าที่ มีระดับความคิดเห็นปานกลางและสูง จำนวนอย่างละ 2 คน และ 2 คน มีระดับความคิดเห็นต่ำ

พนักงานเจ้าหน้าที่ที่มีความคิดเห็นในการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามกฎหมายจะคุ้มครองผู้บริโภคได้จริง พบว่า พนักงานเจ้าหน้าที่จำนวน 5 คน มีระดับความคิดเห็นปานกลาง รองลงมาจำนวน 3 คน มีระดับความคิดเห็นสูง

พนักงานเจ้าหน้าที่ที่มีความคิดเห็นในการที่รัฐควรมีการแก้ไขกฎระเบียบบางอย่างเพื่อให้ผู้ผลิตเครื่องสำอางสามารถปฏิบัติได้ง่ายขึ้น พบว่า พนักงานเจ้าหน้าที่จำนวน 5 คน มีระดับความคิดเห็นสูง และรองลงมา จำนวน 3 คน มีระดับความคิดเห็นปานกลาง

พนักงานเจ้าหน้าที่ทั้งหมด จำนวน 8 คน มีระดับความคิดเห็นสูง ในเรื่อง การให้ความสำคัญกับฉลากของเครื่องสำอาง การที่เครื่องสำอางทุกชนิดที่ผลิตต้องมีฉลากครบถ้วน, การกำกับดูแลคุณภาพของเครื่องสำอางที่ผลิตหรือจำหน่าย การสุ่มตรวจการผลิตหรือจำหน่าย เครื่องสำอางเป็นสิ่งจำเป็นในการกำกับดูแลความปลอดภัยต่อผู้ใช้เครื่องสำอาง และการที่สามารถทำ ตามกฎระเบียบของกระทรวงสาธารณสุขที่กำหนดโดยไม่ลังเล

พนักงานเจ้าหน้าที่ที่มีความคิดเห็นในการที่พนักงานเจ้าหน้าที่ที่มีมาตรฐาน การตรวจการผลิตหรือจำหน่ายเครื่องสำอางที่เข้มงวดมาก พบว่า พนักงานเจ้าหน้าที่จำนวน 7 คน มี ระดับความคิดเห็นสูง และ จำนวน 1 คน มีระดับความคิดเห็นปานกลาง

พนักงานเจ้าหน้าที่ที่มีความคิดเห็นในการที่พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 เป็นเรื่องยากในการปฏิบัติ พบว่าพนักงานเจ้าหน้าที่จำนวน 6 คน มีระดับความคิดเห็น ปานกลาง และ 2 คน มีระดับความคิดเห็นสูง

พนักงานเจ้าหน้าที่ที่มีความคิดเห็นในการที่มาตรการทางกฎหมายไม่ สามารถแก้ปัญหการผลิตหรือจำหน่ายเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัย เครื่องสำอางปลอม หรือ เครื่องสำอางที่ผิดมาตรฐานได้ทั้งหมด พบว่าพนักงานเจ้าหน้าที่จำนวน 4 คน มีระดับความคิดเห็นสูง พนักงานเจ้าหน้าที่จำนวน 3 คน มีระดับความคิดเห็นต่ำ และ 1 คน มีระดับความคิดเห็นปานกลาง (ตารางที่ 4.17)

3.2 ข้อมูลการประเมินระดับความคิดเห็นของพนักงานเจ้าหน้าที่ต่อการ กำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง จำแนกรายข้อ ซึ่งจากการศึกษา พบว่า

ตารางที่ 4.18 จำนวนของพนักงานเจ้าหน้าที่ ที่มีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอาง จำแนกตามระดับความคิดเห็น (n = 8)

ระดับความคิดเห็น	จำนวน
ต่ำ (0-35)	-
ปานกลาง (36-47)	5
สูง (48-60)	3
รวม	8
คะแนนเฉลี่ย 48.12 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 4.291 คะแนน	
คะแนนต่ำสุด 40 คะแนน คะแนนสูงสุด 54 คะแนน	

ระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง จำแนกรายข้อ ซึ่งจากการศึกษา พบว่า พนักงานเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการผลิตเครื่องสำอางอยู่ในระดับปานกลางจำนวน 5 คน รองลงมา มีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางอยู่ในระดับสูงจำนวน 3 คน (ตารางที่ 4.18)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

4.1 ข้อมูลการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 จากการศึกษา

ตารางที่ 4.19 จำนวนพนักงานเจ้าหน้าที่ ที่มีการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำแนกรายข้อ

ข้อคำถาม	ปฏิบัติ	ปฏิบัติบางครั้ง	ไม่ปฏิบัติ
	จำนวน	จำนวน	จำนวน
1. จัดทำแผนการออกตรวจสอบสถานที่ผลิต/จำหน่ายประจำปี	8	-	-
2. ออกตรวจสอบสถานที่ผลิต/จำหน่ายตามแผนที่วางไว้ในแต่ละปี	8	-	-
3. การศึกษาหาข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ผลิต/จำหน่ายแต่ละแห่ง ก่อนออกตรวจสอบ	8	-	-
4. ในการเข้าตรวจสอบสถานที่ผลิต/จำหน่าย ได้แสดงบัตรประจำตัวก่อนเข้าตรวจสอบ และแจ้งวัตถุประสงค์ในการตรวจสอบให้ผู้ประกอบการทราบทุกครั้ง	8	-	-
5. เมื่อมีการร้องเรียน ได้ดำเนินการตรวจสอบโดยเร็ว	8	-	-
6. มีการจัดทำแผนการเก็บตัวอย่างประจำปี	8	-	-

ตารางที่ 4.19 จำนวนพนักงานเจ้าหน้าที่ ที่มีการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำแนกรายข้อ (ต่อ)

ข้อคำถาม	ปฏิบัติ	ปฏิบัติบางครั้ง	ไม่ปฏิบัติ
	จำนวน	จำนวน	จำนวน
7. หน่วยงานของท่านได้ดำเนินการเก็บตัวอย่างตามแผนที่วางไว้ในแต่ละปี	8	-	-
8. หน่วยงานของท่านมีการเก็บตัวอย่างเครื่องสำอางในกรณีที่สงสัยว่าอาจเป็นอันตราย ซึ่งไม่อยู่ในแผนการเก็บตัวอย่าง นำไปตรวจวิเคราะห์	7	1	-
9. หน่วยงานของท่านได้มีการบันทึกการเก็บตัวอย่างเครื่องสำอาง ตามแบบฟอร์มบันทึกการเก็บตัวอย่าง	8	-	-
10. หน่วยงานของท่านได้มีการยึดเครื่องสำอางที่ผิดกฎหมาย หรือสงสัยว่าเป็นอันตราย ทุก ราย	8	-	-
11. หน่วยงานของท่านได้มีการนำเครื่องสำอางที่ยึดได้ไปตรวจวิเคราะห์ทุกครั้ง	6	2	-
12. เมื่อดำเนินการยึดเครื่องสำอาง หน่วยงานของท่านได้มีการชี้แจงให้ผู้ประกอบการทราบถึงสาเหตุในการยึด	8	-	-
13. เมื่อดำเนินการยึดเครื่องสำอาง หน่วยงานของท่านได้มีการบันทึกรายละเอียดของเครื่องสำอางที่ยึดไว้	8	-	-
14. ในการอายัดเครื่องสำอาง หน่วยงานของท่านได้มีการแยกเก็บเครื่องสำอางที่อายัดไว้จากกลุ่มอื่น	8	-	-

ตารางที่ 4.19 จำนวนพนักงานเจ้าหน้าที่ ที่มีการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำแนกรายข้อ (ต่อ)

ข้อคำถาม	ปฏิบัติ	ปฏิบัติบางครั้ง	ไม่ปฏิบัติ
	จำนวน	จำนวน	จำนวน
15. เมื่อมีการดำเนินการอายัดเครื่องสำอาง หน่วยงานของท่านได้มีการบันทึก ตาม แบบฟอร์ม บันทึกการอายัดเครื่องสำอาง	8	-	-
16. เครื่องสำอางที่อายัดไว้ หน่วยงานของท่าน ได้มีการทำสัญลักษณ์แยกไว้ชัดเจน	8	-	-
17. ท่านได้มีการอธิบายเกี่ยวกับการอายัด เครื่องสำอางให้ผู้ประกอบการทราบอย่าง ชัดเจน	8	-	-
รวม	6	2	-

การกำกับดูแลเกี่ยวกับการจัดทำแผนการออกตรวจสอบสถานที่ผลิต/
จำหน่ายประจำปี พบว่ามีพนักงานเจ้าหน้าที่ทุกคนจำนวน 8 คน ที่ปฏิบัติ

การกำกับดูแลเกี่ยวกับการดำเนินการออกตรวจสอบสถานที่ผลิต/
จำหน่าย ตามแผนที่วางไว้ในแต่ละปีมีพนักงานเจ้าหน้าที่ทุกคนจำนวน 8 คน ที่ปฏิบัติ

การกำกับดูแลเกี่ยวกับการได้มีการศึกษาหาข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับ
สถานที่ผลิต/จำหน่าย แต่ละแห่ง ก่อนออกตรวจสอบมีพนักงานเจ้าหน้าที่ทุกคนจำนวน 8 คน ที่
ปฏิบัติ

การกำกับดูแลเกี่ยวกับการในการเข้าตรวจสอบสถานที่ผลิต/จำหน่าย ได้
แสดงบัตรประจำตัวก่อนเข้าตรวจสอบ และแจ้งวัตถุประสงค์ในการตรวจสอบให้ผู้ประกอบการ
ทราบทุกครั้งมีพนักงานเจ้าหน้าที่ทุกคนจำนวน 8 คน ที่ปฏิบัติ

การกำกับดูแลเกี่ยวกับเมื่อมีการร้องเรียน ได้ดำเนินการตรวจสอบโดยเร็ว
มีพนักงานเจ้าหน้าที่ทุกคนจำนวน 8 คน ที่ปฏิบัติ

การกำกับดูแลเกี่ยวกับมีการจัดทำแผนการเก็บตัวอย่างประจำปีมี
พนักงานเจ้าหน้าที่ทุกคนจำนวน 8 คน ที่ปฏิบัติ

การกำกับดูแลเกี่ยวกับการดำเนินการเก็บตัวอย่าง ตามแผนที่วางไว้ในแต่ละปีมีพนักงานเจ้าหน้าที่ทุกคนจำนวน 8 คน ที่ปฏิบัติ

การกำกับดูแลเกี่ยวกับการเก็บตัวอย่างเครื่องสำอาง ในกรณีที่สงสัยว่าอาจเป็นอันตราย ซึ่งไม่อยู่ในแผนการเก็บตัวอย่าง นำไปตรวจวิเคราะห์มีพนักงานเจ้าหน้าที่จำนวน 7 คน ที่ปฏิบัติ และมีพนักงานเจ้าหน้าที่จำนวน 1 คน ที่ปฏิบัติบางครั้ง

การกำกับดูแลเกี่ยวกับการบันทึกการเก็บตัวอย่างเครื่องสำอาง ตามแบบฟอร์มบันทึกการเก็บตัวอย่างมีพนักงานเจ้าหน้าที่ทุกคนจำนวน 8 คน ที่ปฏิบัติ

การกำกับดูแลเกี่ยวกับการยึดเครื่องสำอางที่ผิดกฎหมาย หรือสงสัยว่าเป็นอันตราย ทุกกรณีมีพนักงานเจ้าหน้าที่ทุกคนจำนวน 8 คน ที่ปฏิบัติ

การกำกับดูแลเกี่ยวกับการนำเครื่องสำอางที่ยึดได้ไปตรวจวิเคราะห์ทุกครั้งมีพนักงานเจ้าหน้าที่ทุกคนจำนวน 6 คน ที่ปฏิบัติ และมีพนักงานเจ้าหน้าที่จำนวน 2 คน ที่ปฏิบัติบางครั้ง

การกำกับดูแลเกี่ยวกับเมื่อดำเนินการยึดเครื่องสำอาง ได้มีการชี้แจงให้ผู้ประกอบการทราบถึงสาเหตุในการยึดมีพนักงานเจ้าหน้าที่ทุกคนจำนวน 8 คน ที่ปฏิบัติ

การกำกับดูแลเกี่ยวกับเมื่อดำเนินการยึดเครื่องสำอาง ได้มีการบันทึกรายละเอียดของเครื่องสำอางที่ยึดไว้มีพนักงานเจ้าหน้าที่ทุกคนจำนวน 8 คน ที่ปฏิบัติ

การกำกับดูแลเกี่ยวกับในการอายัดเครื่องสำอาง ได้มีการแยกเก็บเครื่องสำอางที่อายัดไว้จากกลุ่มอื่นมีพนักงานเจ้าหน้าที่ทุกคนจำนวน 8 คน ที่ปฏิบัติ

การกำกับดูแลเกี่ยวกับเมื่อมีการดำเนินการอายัดเครื่องสำอาง ได้มีการบันทึก ตามแบบฟอร์มบันทึกการอายัดเครื่องสำอางมีพนักงานเจ้าหน้าที่ทุกคนจำนวน 8 คน ที่ปฏิบัติ

การกำกับดูแลเกี่ยวกับเครื่องสำอางที่อายัดไว้ ได้มีการทำสัญลักษณ์แยกไว้ชัดเจนมีพนักงานเจ้าหน้าที่ทุกคนจำนวน 8 คน ที่ปฏิบัติ

การกำกับดูแลเกี่ยวกับ เครื่องสำอางที่อายัดไว้ ได้มีการทำสัญลักษณ์แยกไว้ชัดเจนมีพนักงานเจ้าหน้าที่ทุกคนจำนวน 8 คน ที่ปฏิบัติ (ตารางที่ 4.20)

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า พนักงานเจ้าหน้าที่ที่มีการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 อยู่ในระดับสูง

4.2 การประเมินระดับการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำแนกตามระดับการกำกับดูแล

พบว่า พนักงานเจ้าหน้าที่จำนวนทั้งหมด 8 คน มีการกำกับดูแลในระดับสูง โดยมีคะแนนเฉลี่ย 16.62 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.744 คะแนน คะแนนต่ำสุด 15 คะแนน คะแนนสูงสุด 17 คะแนน

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านทรัพยากรการบริหาร

1. พนักงานเจ้าหน้าที่ทั้งหมดจำนวน 8 คนคิดว่าหน่วยงานกำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหลังออกสู่ตลาดในปัจจุบันมีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานไม่เพียงพอ โดยมี 5 คนคิดว่าควรมีพนักงานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานจำนวน 20 คน

2. พนักงานเจ้าหน้าที่จำนวน 6 คน คิดว่า หน่วยงานมีงบประมาณสนับสนุนที่ไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน

3. พนักงานเจ้าหน้าที่จำนวน 7 คน คิดว่า หน่วยงานได้รับการจัดสรรวัสดุอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่นยานพาหนะ (รถยนต์) วัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้ในการปฏิบัติงาน มีจำนวนไม่เพียงพอ โดยมีพนักงานเจ้าหน้าที่จำนวน 4 คน คิดว่าจำนวนยานพาหนะไม่เพียงพอสำหรับการออกตรวจ

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

สำหรับส่วนนี้เป็นการนำเสนอปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ซึ่งเป็นความคิดเห็นของพนักงานเจ้าหน้าที่ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

6.1 เกี่ยวกับกฎหมายและการบังคับใช้

การโฆษณาเครื่องสำอางไม่ต้องขออนุญาตก่อนจึงต้องตามแก้ไขภายหลัง ซึ่งไม่ทันการณ์พนักงานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานลำบาก เมื่อมีการฝ่าฝืนไม่สามารถเอาผิดได้ เนื่องจากไม่มีกฎหมายที่ดูแลชัดเจน

การโฆษณาเครื่องสำอางไม่ต้องขออนุญาตก่อน จึงทำให้มีการฝ่าฝืนมาก การกำหนดให้ผู้ผลิต ผู้แบ่งบรรจุ และผู้นำเข้าเครื่องสำอาง ต้องจดทะเบียนเครื่องสำอางทุกรายการนั้น ผู้ประกอบการบางคนอาจไม่เข้าใจและไม่ปฏิบัติตามได้ เช่น ผู้เร่ขายเครื่องสำอาง ที่มีการแบ่งบรรจุ ณ จุดขาย ประเภทน้ำหอมที่แบ่งขายโดยเทใส่ขวดเล็ก ผงสมุนไพรหลาย ๆ ชนิดที่นำมาผสมรวมกัน เป็นต้น ซึ่งควรมีวิธีการแก้ไข ป้องกัน ไม่ให้เกิดปัญหาการกระทำผิดกฎหมายโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์

เนื่องจาก ขณะนี้ยังอยู่ในระหว่างการแก้ไขพรบ.เครื่องสำอาง และประกาศกระทรวงสาธารณสุข ให้สอดคล้องกับ Asian Directive จึงทำให้มีการบังคับใช้ไม่สอดคล้องกัน ปัญหาที่พบคือ บางความผิดที่ตรวจพบ ยังไม่มีบทลงโทษที่ชัดเจน

กฎหมายมีบทลงโทษน้อยเกินไป กฎหมายบางข้อไม่รัดกุม

6.2 เกี่ยวกับการปฏิบัติงาน

ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ที่แจ้งไว้ ไม่ตรงกับสถานที่จริง ทำให้หาสถานที่ได้ยาก ควรจะมีแผนที่ประกอบการจดทะเบียน บางสถานที่ไม่มีอยู่จริงตามฉลากที่แจ้งไว้ (สถานที่ปลอม) ควรจะมีแผนที่แสดงสถานที่ตั้งของผู้ผลิต หรือผู้นำเข้าเครื่องสำอาง ในการประกอบการจดทะเบียน

ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวนตัวอย่างที่ใช้ของผู้ผลิตเครื่องสำอางจำนวน 100 คน ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางจำนวน 100 คน และพนักงานเจ้าหน้าที่จำนวน 8 คน จากผลการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้นำมาทดสอบสมมติฐานดังนี้ คือ

1. ผู้ผลิตเครื่องสำอางที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน
2. ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน
3. ผู้ผลิตเครื่องสำอาง และผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง มีความรู้ที่แตกต่างกัน
4. ผู้ผลิตเครื่องสำอาง และผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง มีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน
5. ผู้ผลิตเครื่องสำอาง และผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง มีการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน
6. ผู้ผลิตเครื่องสำอางที่มีระดับความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 แตกต่างกัน จะมีการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน

7. ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางที่มีระดับความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 แตกต่างกัน จะมีการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน

1. ผู้ผลิตเครื่องสำอางที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบคุณลักษณะส่วนบุคคลกับระดับการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางของผู้ผลิตเครื่องสำอาง ($n = 100$)

คุณลักษณะส่วนบุคคล	n	$\bar{X}$	S.D.	t	p-value
เพศ					
ชาย	24	5.92	2.858	0.519	0.606
หญิง	76	5.55	3.388		
อายุ (ปี)					
≤ 39	80	5.31	3.347	-2.405	0.021
≥ 40	20	6.95	2.544		
ระดับการศึกษา					
ปริญญาตรี หรือต่ำกว่า	65	6.02	3.018	1.500	0.139
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	35	4.94	3.605		
การติดตามข้อมูลข่าวสาร					
ติดตามสม่ำเสมอ	45	6.18	3.193	1.502	0.136
ติดตามบางครั้ง หรือไม่ติดตาม	55	5.20	3.274		
การรับข้อมูลข่าวสาร					
เว็บไซต์ อย.	57	6.14	3.153	-1.788	0.077
นสพ. นิตยสาร วารสาร และอื่น ๆ	43	4.98	3.313		
หน้าที่ ตำแหน่งงาน					
พนักงานระดับปฏิบัติการ หัวหน้าฝ่าย	83	5.65	3.344	0.072	0.943
พนักงานขาย เจ้าของกิจการและอื่น ๆ	17	5.59	2.895		
ประสบการณ์ในการผลิตเครื่องสำอาง (ปี)					
≤ 5	70	5.74	3.087	0.448	0.656
≥ 6	30	5.40	3.673		

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุของผู้ผลิตเครื่องสำอางที่ต่างกันมีผลต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางต่างกัน ส่วนเพศ ระดับการศึกษา การติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องสำอางจากหน่วยงานราชการ การรับข้อมูลข่าวสาร หน้าที่ ตำแหน่งงาน และประสบการณ์ในการผลิตเครื่องสำอางไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง

2. ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบคุณลักษณะส่วนบุคคลกับระดับการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง (n = 100)

คุณลักษณะส่วนบุคคล	n	$\bar{X}$	S.D.	t	p-value
เพศ					
ชาย	14	5.86	2.538	-0.037	0.971
หญิง	86	5.88	2.490		
อายุ (ปี)					
≤ 29	58	5.74	2.653	-0.672	0.503
≥ 30	42	6.07	2.246		
ระดับการศึกษา					
ปริญญาตรี หรือต่ำกว่า	92	5.80	2.495	-1.033	0.304
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	8	6.75	2.315		
การติดตามข้อมูลข่าวสาร					
ติดตามสม่ำเสมอ	31	6.90	1.640	3.405	0.001
ติดตามบางครั้ง หรือไม่ติดตาม	69	5.42	2.665		
การรับข้อมูลข่าวสาร					
เว็บไซต์ ออย.	9	6.56	2.007	-0.854	0.395
นสพ. นิตยสาร วารสาร และอื่น ๆ	91	5.81	2.525		
หน้าที่ ตำแหน่งงาน					
เจ้าของกิจการ	41	5.98	2.393	0.319	0.750
พนักงานขาย และอื่น ๆ	59	5.81	2.563		

ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบคุณลักษณะส่วนบุคคลกับระดับการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ($n = 100$) (ต่อ)

คุณลักษณะส่วนบุคคล	n	$\bar{X}$	S.D.	t	p-value
ประสบการณ์ในการผลิตเครื่องสำอาง (ปี)					
≤ 5	80	5.80	2.577	-0.642	0.522
≥ 6	20	6.20	2.093		

จากผลการวิจัย พบว่า การติดตามข้อมูลข่าวสารที่ต่างกัน มีผลต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางต่างกัน ส่วนเพศ อายุ ระดับการศึกษา การรับข้อมูลข่าวสารหน้าที่ ตำแหน่งงาน และประสบการณ์ในการจำหน่ายเครื่องสำอางไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอาง

3. ผู้ผลิตเครื่องสำอาง และผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง มีความรู้ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบความรู้ของผู้ผลิตเครื่องสำอาง และผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง

	n	$\bar{X}$	S.D.	t	p-value
ผู้ผลิตเครื่องสำอาง	100	8.52	1.059	2.57	0.011
ผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง	100	8.06	1.42		

สรุปความรู้โดยภาพรวมคือ ผู้ผลิตเครื่องสำอางและผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง มีความรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P = 0.011$)

4. ผู้ผลิตเครื่องสำอาง และผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง มีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ผลิตเครื่องสำอาง และผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง

	n	$\bar{X}$	S.D.	t	p-value
ผู้ผลิตเครื่องสำอาง	100	44.64	5.126	3.045	0.003
ผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง	100	42.26	5.901		

สรุประดับความคิดเห็นโดยภาพรวมคือ ผู้ผลิตเครื่องสำอางและผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง มีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางแตกต่างกัน ($P=0.003$)

5. ผู้ผลิตเครื่องสำอาง และผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง มีการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 เปรียบเทียบการกำกับดูแลของผู้ผลิตเครื่องสำอาง และผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง

	n	$\bar{X}$	S.D.	t	p-value
ผู้ผลิตเครื่องสำอาง	100	5.64	3.258	-0.586	0.559
ผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง	100	5.88	2.483		

สรุปได้ว่า ผู้ผลิตเครื่องสำอางและผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง มีการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางโดยภาพรวมที่ไม่แตกต่างกัน

6. ผู้ผลิตเครื่องสำอางที่มีระดับความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 แตกต่างกัน จะมีการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 เปรียบเทียบระดับความรู้ และการกำกับดูแลการผลิตของผู้ผลิตเครื่องสำอาง (n=100)

ระดับการกำกับดูแล	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	รวม	F	p-value
ระดับความรู้ต่ำ	-	2	-	2	2.874	0.061
ระดับความรู้ปานกลาง	5	-	6	11		
ระดับความรู้สูง	19	8	60	87		

สรุปได้ว่า ผู้ผลิตเครื่องสำอางที่มีระดับความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 แตกต่างกัน จะมีการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางที่ไม่แตกต่างกัน

7. ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางที่มีระดับความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 แตกต่างกัน จะมีการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 เปรียบเทียบระดับความรู้ และการกำกับดูแลการจำหน่ายของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง (n=100)

ระดับการกำกับดูแล	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	รวม	F	p-value
ระดับความรู้ต่ำ	2	1	1	4	1.570	0.213
ระดับความรู้ปานกลาง	5	4	15	24		
ระดับความรู้สูง	16	6	50	2		

สรุปได้ว่า ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางที่มีระดับความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 แตกต่างกัน จะมีการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางที่ไม่แตกต่างกัน

บทที่ 5

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ในเขตกรุงเทพมหานครนี้ ทำให้ทราบถึง ระดับความรู้ และระดับความคิดเห็นของผู้ผลิตเครื่องสำอาง ผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง และพนักงานเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 รวมถึงวิเคราะห์การบังคับใช้กฎหมายของพนักงานเจ้าหน้าที่วิเคราะห์การกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางของผู้ผลิตเครื่องสำอาง และผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ซึ่งผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัยในหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

1. ระดับความรู้ของผู้ผลิตเครื่องสำอาง และผู้จำหน่ายเครื่องสำอางเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535
2. ระดับความคิดเห็น ของผู้ผลิตเครื่องสำอาง ผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง และพนักงานเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535
3. วิเคราะห์การปฏิบัติในการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ของพนักงานเจ้าหน้าที่
4. วิเคราะห์การกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางของผู้ผลิตเครื่องสำอาง และการกำกับดูแลการจำหน่ายของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535

1. ระดับความรู้ของผู้ผลิตเครื่องสำอาง และ ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

ผู้ผลิตเครื่องสำอางในเขตกรุงเทพมหานครมีระดับความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ร้อยละ 87.0 อยู่ในระดับสูง รองลงมาร้อยละ 11.0 อยู่ในระดับปานกลาง และร้อยละ 2.0 อยู่ในระดับต่ำ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ผู้ผลิตเครื่องสำอางในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ในระดับสูง ทั้งนี้หากพิจารณาถึง

รายละเอียดคุณลักษณะส่วนบุคคลจะพบว่า ผู้ผลิตเครื่องสำอางมีการติดตามข่าวสารเครื่องสำอางจากเว็บไซต์ อยู่.สูงถึง 57.0 โดยเป็นผู้ผลิตในกลุ่มที่ปฏิบัติหน้าที่โดยตรงเกี่ยวกับการจดทะเบียนเกี่ยวกับเครื่องสำอางกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาอยู่แล้ว ดังนั้นจึงทราบถึงข้อบังคับกฎระเบียบต่างๆ และมีความรู้เกี่ยวกับการผลิตเครื่องสำอางเป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ดีข้อคำถามความรู้ซึ่งผู้ผลิตเครื่องสำอางตอบถูกน้อยที่สุด ร้อยละ 28.0 คือ ผลากของเครื่องสำอางที่นำเข้าจากต่างประเทศเพื่อจะวางจำหน่าย ไม่จำเป็นต้องมีข้อความภาษาไทย ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ผู้ผลิตเครื่องสำอางมิได้เป็นผู้นำเข้าเครื่องสำอางจึงไม่มีความรู้ในข้อนี้

ส่วนผู้จำหน่ายเครื่องสำอางในเขตกรุงเทพมหานครมีระดับความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ร้อยละ 72.0 อยู่ในระดับสูง รองลงมา ร้อยละ 24.0 อยู่ในระดับปานกลาง และร้อยละ 4.0 อยู่ในระดับต่ำ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ในระดับสูง ข้อคำถามความรู้ซึ่งผู้จำหน่ายเครื่องสำอางตอบถูกน้อยที่สุด ร้อยละ 61.0 คือ ผลากของเครื่องสำอางที่นำเข้าจากต่างประเทศเพื่อจะวางจำหน่าย ไม่จำเป็นต้องมีข้อความภาษาไทย ซึ่งสูงกว่าผู้ผลิตเครื่องสำอาง ทั้งนี้ สามารถอธิบายได้ว่า ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางเป็นผู้ที่สัมผัสกับสินค้าโดยตรง จึงมีความรู้ในข้อนี้สูงกว่าผู้ผลิตเครื่องสำอาง

ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ผลิตเครื่องสำอางและผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีความรู้ที่ต่างกันซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่สามคือ ผู้ผลิตเครื่องสำอางและผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีความรู้ที่ต่างกัน อาจอธิบายได้ว่าผู้ผลิตเครื่องสำอาง และผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง โดยลักษณะพื้นฐานแล้วจะมุ่งเน้นไปในทางที่ต่างกันคือผู้ผลิตก็จะมุ่งเน้นความรู้ กฎระเบียบในเรื่องของการผลิตเครื่องสำอาง ส่วนผู้จำหน่ายเครื่องสำอางก็จะไปมุ่งเน้นในเรื่องของการจำหน่ายมากกว่าการผลิต เป็นต้น

2. ระดับความคิดเห็น ของผู้ผลิตเครื่องสำอาง ผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง และพนักงานเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

ผู้ผลิตเครื่องสำอางในเขตกรุงเทพมหานครมีระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 55.0 รองลงมา ร้อยละ 41.0 มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง และร้อยละ 4.0 มีความคิดเห็นในระดับต่ำ โดยผู้ผลิตเครื่องสำอางมีความคิดเห็นที่เห็นด้วยในเรื่อง รัฐควรมีการแก้ไขกฎระเบียบบางอย่างเพื่อให้ผู้ผลิตเครื่องสำอางสามารถปฏิบัติได้ง่ายขึ้น การให้ความสำคัญกับผลากเครื่องสำอาง การที่เครื่องสำอางทุกชนิดที่ผลิต

ต้องมีฉลากครบถ้วนการกำกับดูแลคุณภาพของเครื่องสำอางที่ผลิต การสุ่มตรวจการผลิตเครื่องสำอางเพราะเป็นสิ่งจำเป็นในการกำกับดูแลความปลอดภัยต่อผู้ใช้เครื่องสำอางและการที่สามารถทำตามกฎระเบียบของกระทรวงสาธารณสุขที่กำหนดโดยไม่ลังเล ผู้ผลิตเครื่องสำอางมีความคิดเห็นที่ไม่แน่ใจความเหมาะสมเกี่ยวกับการกำหนดบทลงโทษตาม พรบ.เครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 และการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางตามข้อกำหนดของกฎหมายเครื่องสำอางทำให้ผู้ผลิตเครื่องสำอางได้ถูกต้องตามมาตรฐาน การกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางตามกฎหมายจะคุ้มครองผู้บริโภคได้จริง พนักงานเจ้าหน้าที่มีมาตรฐานการตรวจการผลิตเครื่องสำอางที่เข้มงวดมาก พรบ.เครื่องสำอาง พ.ศ.2535 เป็นเรื่องยากในการปฏิบัติ และการใช้มาตรการทางกฎหมายสามารถแก้ปัญหาการผลิตเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัย, เครื่องสำอางปลอม หรือเครื่องสำอางผิดมาตรฐานได้ทั้งหมด

ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางในเขตกรุงเทพมหานครมีระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ร้อยละ 69.0 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาร้อยละ 21.0 อยู่ในระดับสูง และร้อยละ 10.0 มีความคิดเห็นในระดับต่ำ โดยผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีความคิดเห็นที่เห็นด้วยในเรื่อง การให้ความสำคัญกับฉลากเครื่องสำอาง และการที่เครื่องสำอางทุกชนิดที่ผลิตต้องมีฉลากครบถ้วน ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีความคิดเห็นที่ไม่เห็นด้วยในเรื่องความเหมาะสมของการกำหนดบทลงโทษตาม พรบ.เครื่องสำอาง พ.ศ.2535

ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ผลิตเครื่องสำอางและผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางที่ต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่สี่คือ ผู้ผลิตเครื่องสำอางและผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางที่ต่างกัน

3. วิเคราะห์การปฏิบัติในการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ของพนักงานเจ้าหน้าที่

จากการศึกษาวิจัยพบว่า พนักงานเจ้าหน้าที่มีการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 อยู่ในระดับสูง เมื่อแยกพิจารณารายข้อพบว่า พนักงานเจ้าหน้าที่ทุกคนตอบว่าปฏิบัติ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า การกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ของพนักงานเจ้าหน้าที่เป็นงานในหน้าที่ที่กำหนดเป็นกฎหมาย การไม่ปฏิบัติเท่ากับเป็นการละเลยการปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าว ดังนั้นพนักงานเจ้าหน้าที่ทุกคนจึงตอบว่าปฏิบัติ แต่หากพิจารณาจากข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านทรัพยากร

การบริหาร พบว่าพนักงานเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่เห็นว่าหน่วยงานกำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง หลังออกสู่ตลาดในปัจจุบันมีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานไม่เพียงพอ (ปัจจุบันมี 8 คน) และพนักงานเจ้าหน้าที่จำนวน 5 คน คิดว่าควรจะมีพนักงานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน 20 คน จึงจะเพียงพอกับการะงานในปัจจุบัน นอกจากนี้ ข้อมูลจากแบบสอบถามปลายเปิดที่สอบถามเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 พบว่า พนักงานเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่ พบปัญหาในเรื่องของสถานที่ตรวจไม่ตรงกับที่แจ้งไว้ทำให้การปฏิบัติงานของพนักงานเจ้าหน้าที่เป็นไปด้วยความยากลำบาก

4. วิเคราะห์การกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางของผู้ผลิตเครื่องสำอาง และการกำกับดูแลการจำหน่ายของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

จากการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ผลิตเครื่องสำอางมีการปฏิบัติในการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ร้อยละ 66.0 และร้อยละ 34.0 ไม่ปฏิบัติ

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุของผู้ผลิตเครื่องสำอางที่ต่างกัน มีผลต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางที่ต่างกัน ทั้งนี้อาจอธิบายได้ว่าผู้ผลิตเครื่องสำอางที่มีอายุสูงกว่าย่อมมีความรู้ในเรื่องกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และมีประสบการณ์ในการผลิตเครื่องสำอางที่สูงกว่ากลุ่มผู้ผลิตเครื่องสำอางที่มีอายุน้อยกว่า ส่วนเพศ ระดับการศึกษา การติดตามข้อมูลข่าวสาร แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ติดตาม หน้าที่ ตำแหน่งงาน และประสบการณ์ในการผลิตเครื่องสำอาง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง

ในส่วนของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง จากการศึกษารายงานพบว่า ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีการปฏิบัติในการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ร้อยละ 66.0 และร้อยละ 34.0 ไม่ปฏิบัติ

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การติดตามข้อมูลข่าวสารของผู้จำหน่ายเครื่องสำอางที่ต่างกันมีผลต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางต่างกัน ดังนั้นการให้ข้อมูลความรู้ และระเบียบ ข้อบังคับ กฎหมายเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องสำอางต่อกลุ่มผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง จึงควรมุ่งเน้นที่การให้ข้อมูลข่าวสารในช่องทางต่าง ๆ จะทำให้ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางสามารถปฏิบัติตามกฎหมายได้ถูกต้องเพิ่มมากขึ้น ส่วนเพศ อายุ ระดับการศึกษา แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ หน้าที่ ตำแหน่งงาน และประสบการณ์ในการจำหน่ายเครื่องสำอางไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอาง

นอกเหนือจากข้อมูลข้างต้น ณ ปัจจุบันที่ประชุมคณะรัฐมนตรี (8 มีนาคม 2554) ได้ให้ความเห็นชอบพระราชบัญญัติเครื่องสำอางฉบับใหม่ ซึ่งได้ปรับปรุงแก้ไขจากฉบับเดิมที่ใช้ตั้งแต่ พ.ศ. 2535 และเนื่องจากไทยได้มีข้อตกลงร่วมกับกลุ่มประเทศอาเซียนว่าด้วยกฎระเบียบต่าง ๆ ในเรื่องอาหารและยาให้มีความสอดคล้องกัน นอกเหนือจากเพื่อความทันสมัยให้ทันกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในการที่จะให้ความคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น สาระของกฎหมายที่ใช้ในปัจจุบัน ได้มีการแบ่งเครื่องสำอางออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1.ประเภทกำกับดูแลพิเศษซึ่งจะต้องขึ้นทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาก่อนจึงจะสามารถผลิต นำเข้า และจำหน่ายได้ 2.ประเภทกำกับดูแล กลุ่มนี้จะต้องจดทะเบียนส่วนประกอบ สถานที่ผลิต และวิธีใช้ เป็นต้น จึงจะสามารถนำไปจำหน่ายได้ และ 3.ประเภททั่วไปซึ่งไม่จำเป็นต้องแจ้ง อย. สามารถนำเข้าและจำหน่ายได้ ในกฎหมายฉบับใหม่ จะมีข้อแตกต่างจากกฎหมายปัจจุบัน 3 ประการ คือ

ประการที่ 1 กำหนดให้เครื่องสำอางมีประเภทเดียว คือ ประเภทที่ต้องไปจดทะเบียน ดังนั้นผู้ที่ผลิต นำเข้าเครื่องสำอางเพื่อจำหน่ายจะต้องไปจดทะเบียนทั้งหมด โดยให้แจ้งส่วนประกอบ สถานที่ผลิต แหล่งนำเข้า และวิธีการใช้

ประการที่ 2 การโฆษณา ซึ่งพระราชบัญญัติเครื่องสำอางในปัจจุบันไม่ได้กำหนดหมวดของการโฆษณาเป็นการเฉพาะ เพราะฉะนั้นจึงต้องใช้หลักเกณฑ์ของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคโดยอนุโลม หากพบว่าผิดจึงจะลงโทษตามกฎหมาย สำหรับกฎหมายใหม่จะมีการบรรจุมหาวัดว่าด้วยการโฆษณาไว้เป็นการเฉพาะ

ประการที่ 3 เรื่องของโทษ หากเครื่องสำอางชนิดใดผสมสารห้ามใช้กฎหมายปัจจุบันมีโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี ปรับ 60,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ส่วนกฎหมายฉบับใหม่จะเพิ่มโทษเป็น 5 ปี ปรับไม่เกิน 500,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ทั้งนี้ กฎหมายฉบับใหม่จะเป็นประโยชน์มากขึ้น ทั้งผู้ประกอบการ สามารถผลิตนำเข้า จำหน่ายเครื่องสำอางได้สะดวกมากยิ่งขึ้น ไม่จำเป็นที่จะต้องขึ้นทะเบียนกับ อย. ก่อนจึงจะสามารถผลิต จำหน่ายได้ แต่ขณะเดียวกันจะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมตลอดจนผู้บริโภคมากขึ้นด้วย หากทำผิดกฎหมายจะมีโทษหนักขึ้น

บทที่ 6

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ในเขตกรุงเทพมหานครครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (survey research) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญเป็นเครื่องมือในการวิจัย ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมแล้ว ไปทดสอบใช้กับกลุ่มตัวอย่างซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา โดยผู้วิจัยได้เลือกผู้จำหน่ายเครื่องสำอางในเขตจังหวัดนนทบุรี จำนวน 20 คน มีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ 0.80 การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางของผู้ผลิตเครื่องสำอาง และผู้จำหน่ายเครื่องสำอางในเขตกรุงเทพมหานคร และพนักงานเจ้าหน้าที่ในงานกำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหลังออกสู่ตลาด กลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้แบ่งเป็น กลุ่มผู้ผลิตเครื่องสำอาง จำนวน 100 คน กลุ่มผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง จำนวน 100 คน และกลุ่มพนักงานเจ้าหน้าที่จำนวน 8 คน และวิเคราะห์ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และวิเคราะห์เปรียบเทียบ ความรู้ ความคิดเห็น การกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ของผู้ผลิตเครื่องสำอางและ ผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง และพนักงานเจ้าหน้าที่ โดยใช้สถิติ t-test และ One-way ANOVA

1. สรุปผลการวิจัยกลุ่มผู้ผลิตเครื่องสำอาง

1.1 คุณลักษณะส่วนบุคคล

จากการศึกษา พบว่า ผู้ผลิตเครื่องสำอางส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 76.0) อายุ 39 ปีหรือต่ำกว่า (ร้อยละ 80.0) มีอายุเฉลี่ย 34 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือต่ำกว่า (ร้อยละ 65.0) ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องสำอางจากหน่วยงานราชการเป็นบางครั้งหรือไม่ติดตาม (ร้อยละ 55.0) แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องสำอางที่ติดตาม คือเว็บไซต์ ออย. (ร้อยละ 57.0)

หน้าที่หรือตำแหน่งงานที่รับผิดชอบในปัจจุบัน ส่วนใหญ่เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ หัวหน้าฝ่าย/หัวหน้าแผนก หรือ เจ้าหน้าที่ฝ่ายราชการสัมพันธ์ (ร้อยละ 83.0) และมีประสบการณ์ในการผลิตเครื่องสำอาง 5 ปีหรือต่ำกว่า (ร้อยละ 70.0)

1.2 คุณลักษณะสถานที่ผลิตเครื่องสำอาง

สถานที่ผลิตเครื่องสำอางมีจำนวนพนักงานที่อยู่ในสายการผลิตต่ำกว่า 100 คน (ร้อยละ 45.0) โดยมีจำนวนพนักงานเฉลี่ย 180 คน ส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดกลาง (ร้อยละ 35.0) ได้รับการรับรอง GMP ร้อยละ 80.0

1.3 ความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

ผู้ผลิตเครื่องสำอางมีความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 ในระดับสูง (ร้อยละ 87.0) และต่ำที่สุดร้อยละ 2.0 มีความรู้ในระดับต่ำ คะแนนต่ำสุด 5 คะแนน คะแนนสูงสุด 10 คะแนน และคะแนนเฉลี่ย 8.52 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.059 คะแนน

1.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

ผู้ผลิตเครื่องสำอางมีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางอยู่ในระดับปานกลาง(ร้อยละ 55.0) และต่ำที่สุดมีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางอยู่ในระดับต่ำ (ร้อยละ 4.0) โดยได้คะแนนต่ำสุด 33 คะแนน คะแนนสูงสุด 53 คะแนน คะแนนเฉลี่ย 44.64 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 5.126

1.5 การกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

ผู้ผลิตเครื่องสำอางส่วนใหญ่มีการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง โดยมีการปฏิบัติตาม พ.ร.บ.เครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ร้อยละ 66.0 ปฏิบัติบางครั้งร้อยละ10.0 และไม่ปฏิบัติ ร้อยละ 24.0 คะแนนเฉลี่ย 5.64 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3.258 คะแนน คะแนนต่ำสุด 0 คะแนน คะแนนสูงสุด 8 คะแนน

2. สรุปผลการวิจัยกลุ่มผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง

2.1 คุณลักษณะส่วนบุคคล

ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 86.0) อายุ 29 ปีหรือต่ำกว่า (ร้อยละ 58.0) มีอายุเฉลี่ย 29 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือต่ำกว่า (ร้อยละ 92.0) การติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องสำอางจากหน่วยงานราชการ พบว่า ส่วนใหญ่ติดตามเป็นบางครั้งหรือไม่ติดตาม (ร้อยละ 69.0) โดยติดตามจากนิตยสาร หนังสือพิมพ์ (ร้อยละ 9.0) เป็นพนักงานขายร้อยละ 59.0 มีประสบการณ์ในการจำหน่ายเครื่องสำอาง 5 ปีหรือต่ำกว่า (ร้อยละ 80.0)

2.2 คุณลักษณะสถานที่จำหน่ายเครื่องสำอาง

ลักษณะสถานที่จำหน่ายเครื่องสำอางเป็นร้านค้า/ห้องเช่าตั้งอยู่ในศูนย์การค้า หรือห้างสรรพสินค้า (ร้อยละ 41.0) ส่วนใหญ่จำหน่ายเฉพาะเครื่องสำอางเท่านั้น (ร้อยละ 54.0)

2.3 ความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ในระดับสูง (ร้อยละ 72.0) และต่ำที่สุดมีความรู้ในระดับต่ำ (ร้อยละ 4.0) คะแนนต่ำสุด 3 คะแนน คะแนนสูงสุด 10 คะแนน และคะแนนเฉลี่ย 8.06 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.42 คะแนน

2.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางอยู่ในระดับปานกลางร้อยละ 69.0 และต่ำที่สุดอยู่ในระดับต่ำ ร้อยละ 10.0 โดยได้คะแนนต่ำสุด 26 คะแนน คะแนนสูงสุด 57 คะแนน คะแนนเฉลี่ย 42.26 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 5.901

2.5 การกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535

ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางส่วนใหญ่มีการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอาง โดยมีการปฏิบัติตาม พ.ร.บ.เครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ร้อยละ 66.0 ปฏิบัติบางครั้งร้อยละ 11.0 และไม่ปฏิบัติตาม ร้อยละ 23.0 คะแนนเฉลี่ย 5.64 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3.258 คะแนน คะแนนต่ำสุด 0 คะแนน คะแนนสูงสุด 8 คะแนน

3. สรุปผลการวิจัยกลุ่มพนักงานเจ้าหน้าที่

3.1 คุณลักษณะส่วนบุคคล

พนักงานเจ้าหน้าที่จำนวนทั้งหมด 8 คน เป็นเพศหญิงจำนวน 7 คน เป็นเพศชายจำนวน 1 คน ผู้ที่อายุ 30 ปีมีจำนวน 3 คน อายุ 34 ปี จำนวน 1 คน 36 ปี จำนวน 1 คน 49 ปี จำนวน 1 คน 51 ปี จำนวน 1 คน และ 52 ปี จำนวน 1 คน จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีและปริญญาโทอย่างละ 4 คน เป็นเกสซกรรมระดับปฏิบัติการ จำนวน 1 คน เป็นหัวหน้าฝ่าย/หัวหน้าแผนก จำนวน 4 คน และเป็นเกสซกรรมระดับชำนาญการพิเศษ จำนวน 3 คน มีประสบการณ์ในงานกำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหลังออกสู่ตลาดค้าที่สุคคือ 4 ปี

3.2 ความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง

พนักงานเจ้าหน้าที่ที่มีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางอยู่ในระดับปานกลางจำนวน 5 คน รองลงมามีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางอยู่ในระดับสูงจำนวน 3 คน

3.3 การกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง

พนักงานเจ้าหน้าที่ทั้งหมดจำนวน 8 คน มีการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 อยู่ในระดับสูง

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ส่วนของผู้ผลิตเครื่องสำอาง จากการศึกษา พบว่า ผู้ผลิตเครื่องสำอางที่มีอายุแตกต่างกัน มีการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน ดังนั้นในการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลเครื่องสำอาง และข้อกฎหมายต่าง ๆ จึงควรพิจารณาในเรื่องอายุของผู้ผลิตด้วย
2. ส่วนของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง จากการศึกษา พบว่า ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางที่มีการติดตามข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน มีการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน ดังนั้นในกลุ่มของผู้จำหน่ายเครื่องสำอางจึงควรพิจารณาให้ความสำคัญกับช่องทางการให้ข้อมูลข่าวสาร ควรพิจารณาปรับประเภทสื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้จำหน่ายเครื่องสำอางให้มากที่สุด เพื่อให้ข้อมูลถึงกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากการที่ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีประสบการณ์ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ จะทำให้ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางสามารถมีส่วนร่วมและปฏิบัติตามกฎหมายได้มากขึ้น

3. ส่วนของพนักงานเจ้าหน้าที่ มีอุปสรรคและปัญหาที่พบจากการวิจัยครั้งนี้ คือ ปัญหาในด้านอัตราค่าจ้างของบุคลากร และยานพาหนะสำหรับการออกตรวจไม่เพียงพอ จึงควรจัดให้มีการสนับสนุนในด้านวัสดุอุปกรณ์ ยานพาหนะ และเพิ่มอัตราค่าจ้างของพนักงานเจ้าหน้าที่เพื่อที่จะทำให้สามารถปฏิบัติงานในด้านการตรวจสอบติดตาม เฝ้าระวังความปลอดภัยด้านเครื่องสำอางสำหรับผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง นอกจากนี้ยังพบปัญหาด้านข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ซึ่งไม่ตรงกับที่แจ้งไว้ ดังนั้นจึงมีข้อเสนอแนะเรื่องสถานที่คือ ควรให้เพิ่มเติมข้อความในแบบฟอร์มการจดแจ้งเครื่องสำอางว่า ผู้จดแจ้งขอรับรองว่าข้อมูลที่แจ้งนั้นเป็นความจริงทุกประการ มิฉะนั้นจะถือว่าการจดแจ้งนั้น “ไม่สมบูรณ์” ทั้งนี้ เพื่อเป็นการป้องกันจากการสุ่มตรวจในการปฏิบัติงานของพนักงานเจ้าหน้าที่ซึ่งพบว่าสถานที่ไม่ตรงกับความจริงทำให้พนักงานเจ้าหน้าที่ไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามกฎหมาย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาระดับความรู้ ความคิดเห็น และการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางของผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางในจังหวัดอื่น ๆ เพิ่มเติม
2. ศึกษาระดับความคิดเห็น และการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางของพนักงานเจ้าหน้าที่ในสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเพิ่มเติม
3. ศึกษาระดับความรู้ ความคิดเห็น และการตระหนักถึงความสำคัญในการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการเพื่อป้องกันกรณีที่อาจเกิดขึ้นจากการต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย ตามพระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ.2551

การกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ในเขตกรุงเทพมหานคร

COSMETIC PRODUCTS DISTRIBUTION AND MANUFACTURING MONITORING IN THE BANGKOK METROPOLITAN AREA UNDER THE COSMETIC ACT B.E.2535

ธนพร ศรีธำพร 4936370 PHPH/M

วท.ม.(สาธารณสุขศาสตร์) สาขาวิชาเอกบริหารกฎหมายการแพทย์และสาธารณสุข

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: จัตุรสมน พงศ์ภิญโญ, ปช.ด.(ประชากรศาสตร์), เซษฐ รัชดาพรรณธิดกุล, ศษ.ด.(ประชากรศึกษา), สุธี อยู่สถาพร, D.en D(Hons-Regime 1984)

บทสรุปแบบสมบูรณ์

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ความนิยมในเรื่องการดูแลสุขภาพด้วยตนเองในปัจจุบันนั้นได้แพร่หลายไปทั่วโลก รวมทั้งในประเทศไทย ซึ่งจะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์รวมทั้งสถานที่และการให้บริการเกี่ยวกับสุขภาพมีการเพิ่มจำนวนอยู่ตลอดเวลา ซึ่งมีข้อดีมากมาย ผู้คนเริ่มหันมาใส่ใจในการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายมากขึ้น เช่น รับประทานผลไม้และผักปลอดสารพิษ หรือลดการดื่มแอลกอฮอล์ และงดการสูบบุหรี่ เป็นต้น ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้มีผลให้สามารถชะลอ ลด หรือหลีกเลี่ยงจากโรคภัยไข้เจ็บที่ร้ายแรงต่าง ๆ ได้ ประกอบกับค่านิยมของสังคมที่ให้ความสำคัญกับความสวยงามมากยิ่งขึ้น ทำให้การดูแลตัวเองเป็นสิ่งที่จำเป็น ซึ่งสิ่งหนึ่งที่ช่วยปกป้องผิวพรรณและเสริมความสวยงามให้กับคนคือ เครื่องสำอาง

เครื่องสำอางเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้กันทุกเพศ ทุกวัย ไม่ว่าจะเป็นวัยแรกเกิด หนุ่มสาว หรือวัยชรา จึงทำให้บริษัทผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าเครื่องสำอางมีการแข่งขันด้านการตลาดอย่างมาก เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของตนเข้าถึงผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งเครื่องสำอางที่ใช้มีทั้งชนิดที่ใช้ทาความสะอาด และชนิดเสริมแต่งความงาม เครื่องสำอางที่ใช้กันทั่ว ๆ ไป ได้แก่ แป้ง ผัดหน้า ลิปสติก ครีมทาหน้า-ทาตัว โลชั่นต่าง ๆ ฯลฯ โดยส่วนใหญ่จะนึกถึงเฉพาะเรื่องความสวยความงาม แต่กลับมองข้ามอันตรายที่จะได้รับเนื่องจากมีสิ่งแปลกปลอมเข้าไปในร่างกายโดยเฉพาะเครื่องสำอางที่ไม่ได้มาตรฐาน ราคาถูก และมีสารต้องห้ามเป็นส่วนผสม

เครื่องสำอางเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 โดยกฎหมายกำหนดให้เครื่องสำอางทุกชนิดเป็น “เครื่องสำอางควบคุม” ที่ผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องดำเนินการจดแจ้งกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ก่อนที่จะผลิตหรือนำเข้ามาจำหน่ายในประเทศ สำหรับการขายเครื่องสำอาง ผู้ขายสามารถกระทำได้โดยไม่ต้องขออนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาก่อน ส่วนการโฆษณานั้นไม่ต้องขออนุญาตก่อนทำการโฆษณา แต่หากผู้ประกอบการ หรือผู้ประกอบการโฆษณาได้โฆษณาโดยใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรืออาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวมก็อาจถูกสั่งระงับการโฆษณาได้ โดยในกรณีที่มีการโฆษณาโดยการยืนยันข้อเท็จจริง ก็จะต้องพิสูจน์ความจริงที่โฆษณายืนยันข้อเท็จจริงนั้น ถ้าพิสูจน์ข้อเท็จจริงที่ยืนยันในโฆษณาไม่ได้ ก็จะมีผลผิดและมิชอบกำหนดโทษทางอาญาด้วย

จากการติดตามตรวจสอบเฝ้าระวังความปลอดภัยของเครื่องสำอางที่วางจำหน่ายในตลาด พบว่า มีปัญหาต่าง ๆ เช่น พบการลักลอบผสมสารห้ามใช้ พบจุลินทรีย์ที่ก่อให้เกิดโรค หรือพบจำนวนจุลินทรีย์ (ที่ไม่ก่อให้เกิดโรค) จำนวนมากเกินกำหนด ฉลากแจ้งแหล่งผลิตปลอม ทำให้ผู้บริโภคได้รับอันตรายจากเครื่องสำอาง และเจ้าหน้าที่ติดตามเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ด้วยความยากลำบาก รวมทั้งไม่สามารถใช้กฎหมายลงโทษผู้กระทำผิดเหล่านี้ได้เท่าที่ควร (FDA Journal September-December 2009)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่พบปัญหามากที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์ทาผิว ฝ้า ทำให้หน้าขาว มักจะตรวจพบสารห้ามใช้ 3 ชนิด ได้แก่ ไฮโดรควิโนน สารประกอบของปรอท และกรดเรติโนอิก (หรือรู้จักกันในชื่อกรดวิตามินเอ) โดยเครื่องสำอางผสมไฮโดรควิโนน ทำให้เกิดการแพ้ระคายเคือง เกิดจุดด่างขาวที่หน้า ผิวหน้าดำ เป็นฝ้าถาวรรักษาไม่หาย เครื่องสำอางที่ผสมสารประกอบของปรอท ทำให้เกิดการแพ้ ผื่นแดง ผิวหน้าดำ ผิวหน้าบางลง เกิดพิษสะสมของสารปรอท ทำให้ทางเดินปัสสาวะและไตอักเสบ ส่วนเครื่องสำอางที่ผสมกรดวิตามินเอ ใช้แล้วหน้าแดง ระคายเคืองแสบร้อนรุนแรง เกิดการอักเสบ ผิวหน้าลอกรุนแรง และอาจเป็นอันตรายต่อทารกในครรภ์

ส่วนปัญหาการโฆษณาเครื่องสำอางที่ผู้บริโภคประสบอยู่เสมอ ๆ ได้แก่ โฆษณาสรรพคุณเกินกว่าความเป็นเครื่องสำอาง การแจ้งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นเครื่องสำอาง แต่มีข้อความโฆษณาเป็นสรรพคุณทางยา อ้างว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษาโรค เช่น ขจัดสิวฝ้า แก้แพ้ คัน โรคผิวหนังต่าง ๆ หรืออ้างว่าเกิดผลต่อสุขภาพ โครงสร้าง หรือการกระทำหน้าที่ใด ๆ ของอวัยวะของร่างกาย เช่น เสริมทรวงอก สลายไขมัน ลดความอ้วน ปลุกผม กระตุ้นการไหลเวียนของ

โลหิต การโฆษณาด้วยสรรพคุณแสดงถึงความมุ่งหมายในการบำบัด บรรเทา รักษาโรค หรือมีผลต่อโครงสร้างการกระทำหน้าที่ต่าง ๆ ของร่างกาย ซึ่งจะเข้าข่ายเป็นยา เพราะว่าเครื่องสำอางไม่มีคุณสมบัติที่จะก่อให้เกิดผลต่อร่างกายที่กล่าวมาทั้งหมด

เนื่องจากพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ไม่เน้นการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์ก่อนออกสู่ตลาด แต่จะเน้นให้พนักงานเจ้าหน้าที่ติดตามเฝ้าระวังดูแลผลิตภัณฑ์ที่วางตลาดไปแล้วให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจที่ผลิตหรือนำเข้าด้านเครื่องสำอางจึงต้องดำเนินการเพื่อให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ของตนมีคุณภาพดีตามที่กฎหมายกำหนด เช่น ไม่ผสมส่วนผสมของวัตถุที่ห้ามใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง หรือหากมีส่วนผสมของสารที่กฎหมายกำหนดเงื่อนไขในการใช้ ก็จะต้องใช้ให้ตรงตามเงื่อนไขที่กฎหมายกำหนด เช่น มีปริมาณไม่เกินอัตราส่วนสูงสุดที่ให้อำนาจ มีคุณสมบัติทางจุลชีววิทยาตามที่กฎหมายกำหนด รวมทั้งจัดทำฉลากภาษาไทยที่แสดงข้อความอันจำเป็นครบถ้วน

ในส่วนของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กระทรวงสาธารณสุข มีมาตรการกำกับดูแลเครื่องสำอางให้ปลอดภัยต่อผู้บริโภค ในด้านต่างๆคือ ให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่ผู้บริโภคในการเลือกซื้อ เลือกใช้เครื่องสำอาง รวมทั้งเฝ้าระวังอันตรายของเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัย ประกาศรายชื่อและภาพของเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัย ผ่านสื่อต่าง ๆ รวมทั้งทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งเจ้าหน้าที่ในส่วนภูมิภาค ผู้ขาย ผู้บริโภค ได้สืบค้นและนำไปใช้ประโยชน์ นอกจากนี้ได้มีการติดตามตรวจสอบเฝ้าระวังความปลอดภัยของเครื่องสำอางที่วางจำหน่ายในตลาด โดยมีเจ้าหน้าที่คอยตรวจสอบตามสถานที่ต่าง ๆ ทั้งพื้นที่กรุงเทพฯและต่างจังหวัด แต่ก็ยังพบว่าการฝ่าฝืนอยู่เสมอ พบว่าการลักลอบผสมสารห้ามใช้ พบจุลินทรีย์ที่ก่อให้เกิดโรค หรือพบจำนวนจุลินทรีย์ (ที่ไม่ก่อให้เกิดโรค)จำนวนมากเกินกำหนด ฉลากแจ้งแหล่งผลิตปลอม โดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ได้ประกาศรายชื่อเครื่องสำอางอันตรายเพิ่มอีก 22 รายชื่อ จากที่มีอยู่เดิม 87 รายชื่อ (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มิถุนายน 2552)

จากสถานการณ์การใช้เครื่องสำอางของผู้บริโภคในปัจจุบัน และปัญหาต่างๆเกี่ยวกับเครื่องสำอางดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจทำการศึกษาเรื่องการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางในแง่ของผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และพนักงานเจ้าหน้าที่ซึ่งเป็นผู้บังคับใช้กฎหมายว่าเป็นอย่างไร อยู่ในระดับใด เพื่อทราบถึงสถานการณ์การกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางในปัจจุบัน ซึ่งผลการศึกษาคาดว่าจะนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ให้เหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาระดับการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ของผู้ผลิตเครื่องสำอางและผู้จำหน่ายเครื่องสำอางในเขตกรุงเทพมหานคร และพนักงานเจ้าหน้าที่ในงานกำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหลังออกสู่ตลาด กลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

สมมุติฐานการวิจัย

1. ผู้ผลิตเครื่องสำอางที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน
2. ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน
3. ผู้ผลิตเครื่องสำอาง และผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง มีความรู้ที่แตกต่างกัน
4. ผู้ผลิตเครื่องสำอาง และผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง มีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน
5. ผู้ผลิตเครื่องสำอาง และผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง มีการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน
6. ผู้ผลิตเครื่องสำอางที่มีระดับความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 แตกต่างกัน จะมีการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน
7. ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางที่มีระดับความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 แตกต่างกัน จะมีการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับกฎหมายในการควบคุมสังคม

ในการบริหารและปกครองประเทศเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามแนวนโยบายต่างๆที่ได้กำหนดไว้ การใช้ทั้งกำลัง (force) และอำนาจ (power) เป็นสิ่งจำเป็นที่รัฐต้องใช้ควบคู่กันไปในการดำเนินกิจกรรมทางการเมืองต่าง ๆ โดยมีกฎหมายรองรับและสนับสนุนและกำหนดขอบเขตในการใช้กำลังและอำนาจให้เป็นไปโดยชอบธรรม (legitimacy) กฎหมายจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญซึ่งรัฐจะนำมาอ้างเพื่อกำกับดูแลพฤติกรรมของสมาชิกในสังคมที่อยู่ภายใต้การปกครอง โดยปกติทั่วไปแล้ว

กฎหมายจะมีอำนาจบังคับแก่สมาชิกในสังคมทันที เมื่อผ่านขั้นตอน และกระบวนการทางนิติบัญญัติและรัฐได้ประกาศบังคับใช้ ทั้งนี้โดยอาศัยอำนาจทางการเมืองร่วมกับกฎหมายเหล่านี้ เพื่อบังคับให้ประชาชนปฏิบัติตาม โดยเฉพาะกฎหมายมหาชน (public law) ซึ่งเป็นกฎหมายที่มีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองความเป็นระเบียบเรียบร้อย และความสงบสุขในสังคมนั้น เป็นกฎหมายที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อนำมาใช้บังคับหรือกำกับดูแลพฤติกรรมสมาชิกในสังคม ไม่ให้เบี่ยงเบนออกจากกติกาอันเป็นแนวปกติของสังคม จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่กฎหมายประเภทนี้จะต้องมีสภาพบังคับ (sanction) เป็นองค์ประกอบของตัวบทกฎหมายอยู่ด้วยเสมอ ไม่ว่าจะเป็นสภาพบังคับทางอาญา ในลักษณะของโทษทางอาญา (punishment) หรือเป็นสภาพบังคับทางเยียวยาโดยการป้องกัน (preventive) ผลร้ายที่อาจจะเกิดขึ้น หรือเป็นสภาพบังคับในทางเยียวยาผลเสียหายโดยตรง (specific relief) โดยมีองค์กรของรัฐเป็นผู้บังคับใช้กฎหมายเหล่านี้

การกำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำกับดูแลเครื่องสำอางโดยใช้พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความปลอดภัยจากการใช้เครื่องสำอาง และสนับสนุนอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก ในการกำกับดูแลด้านเครื่องสำอางนั้นมีกระบวนการหลัก 3 ประการคือ 1. การกำกับดูแลก่อนออกจำหน่าย เป็นกระบวนการพิจารณาและกลั่นกรองในขั้นตอนก่อนที่ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจะออกจำหน่ายในท้องตลาด 2. การวิจัยและพัฒนา และ 3. การกำกับดูแลหลังออกจำหน่ายในท้องตลาด เป็นการดำเนินการหลังจากที่ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางออกจำหน่ายในท้องตลาด

นอกจากนี้ในปัจจุบันได้มีการตรากฎหมายกำหนดความรับผิดชอบเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ปลอดภัยออกใช้บังคับเป็นการเฉพาะคือ พระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ.2551 ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2552 เป็นต้นมา โดยสาระสำคัญของพระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ.2551 ที่มีอยู่ทั้งหมด 16 มาตรา อาจสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ต้องรับผิดชอบ คือ ผู้ประกอบการทุกคน ซึ่งได้แก่ ผู้ผลิต หรือผู้ว่าจ้างให้ผลิต หรือผู้นำเข้าในกรณีเป็นสินค้านำเข้า ผู้ขายสินค้าที่ไม่สามารถระบุตัวผู้ผลิต ผู้ว่าจ้างให้ผลิต หรือผู้นำเข้าได้ หรือผู้ใช้ชื่อทางการค้า เครื่องหมายการค้า เครื่องหมาย หรือข้อความอันมีลักษณะทำให้เกิดความเข้าใจได้ว่าเป็นผู้ผลิต ผู้ว่าจ้างให้ผลิตหรือผู้นำเข้า โดยต้องร่วมกันรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย และสินค้านั้นได้มีการขายให้ผู้บริโภคแล้ว ไม่ว่าความเสียหายนั้นจะเกิดจากการกระทำโดยจงใจหรือประมาทเลินเล่อของผู้ประกอบการดังกล่าวหรือไม่ก็ตาม

2. สินค้าที่ไม่ปลอดภัย คือ สินค้าที่ก่อหรืออาจก่อให้เกิดความเสียหายขึ้นได้ เพราะ

2.1 ความบกพร่องในการผลิต การออกแบบ หรือ

2.2 ไม่ได้กำหนดวิธีใช้ วิธีเก็บรักษา คำเตือน หรือข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าไว้ หรือกำหนดไว้แต่ไม่ถูกต้องหรือไม่ชัดเจนตามสมควร

ทั้งนี้ โดยคำนึงถึงสภาพของสินค้า ลักษณะการใช้งานและการเก็บรักษาตามปกติธรรมดาของสินค้านั้นตามที่จะคาดหมายได้

สินค้าตามกฎหมายนี้รวมถึงกระแสไฟฟ้า และผลิตผลทางเกษตรกรรมอันเกิดจากเกษตรกรรมต่าง ๆ อาทิเช่น การทำนา ทำไร่ ทำสวน เลี้ยงสัตว์ เลี้ยงสัตว์น้ำ เลี้ยงไหม เลี้ยงผึ้ง เพาะเห็ด แต่ไม่รวมถึงผลิตผลที่เกิดจากธรรมชาติ

3. ผู้มีสิทธิฟ้องเรียกค่าเสียหาย ได้แก่

3.1 ผู้เสียหาย คือ ผู้ได้รับความเสียหายจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย ความเสียหายอาจเป็นความเสียหายต่อชีวิต ร่างกาย สุขอนามัย จิตใจ หรือทรัพย์สินซึ่งไม่ใช่ตัวทรัพย์สินที่ไม่ปลอดภัยนั้น สำหรับความเสียหายต่อจิตใจหมายถึงความถึงความเจ็บปวด ความทุกข์ทรมาน ความวิตกกังวล ความเศร้าโศกเสียใจ ความอับอาย หรือความเสียหายต่อจิตใจอย่างอื่นที่มีลักษณะทำนองเดียวกัน

3.2 ผู้มีอำนาจฟ้องคดีแทนผู้เสียหาย คือ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สมาคม และมูลนิธิซึ่งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคให้การรับรอง

4. การฟ้องคดี คดีตามกฎหมายนี้ถือเป็นคดีผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ.2551 การฟ้องคดี เขตอำนาจศาล และวิธีการพิจารณาคดี เป็นไปตามพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 ดังกล่าว ซึ่งไม่ยุ่งยากและสะดวกรวดเร็วกว่าการฟ้องคดีแพ่งตามปกติมาก

5. ภาระการพิสูจน์ ในการฟ้องเรียกค่าเสียหาย ผู้เสียหายหรือผู้ฟ้องคดีแทนมีหน้าที่พิสูจน์ว่าได้รับความเสียหายจากสินค้าของผู้ประกอบการ และการใช้หรือเก็บรักษาสินค้านั้นเป็นไปตามปกติธรรมดา โดยไม่ต้องพิสูจน์ว่าความเสียหายเกิดจากการกระทำของผู้ประกอบการใด

สำหรับผู้ประกอบการหากจะปฏิเสธความรับผิดชอบต่อความเสียหาย อันเกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัยต้องเป็นฝ่ายพิสูจน์ให้ได้ว่า สินค้านั้นมิได้เป็นสินค้าที่ไม่ปลอดภัย หรือผู้เสียหายได้รู้อยู่แล้วว่าสินค้านั้นเป็นสินค้าที่ไม่ปลอดภัย หรือความเสียหายเกิดขึ้นจากการใช้หรือเก็บรักษาสินค้าไม่ถูกต้องตามวิธีใช้ หรือคำเตือน หรือข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ผู้ประกอบการได้กำหนดไว้อย่างถูกต้อง

และชัดเจนตามสมควรแล้วข้อตกลงที่ทำไว้ล่วงหน้า หรือประกาศหรือแจ้งความยกเว้นหรือจำกัดความรับผิด นำมาใช้ยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดไม่ได้

6. ค่าเสียหาย นอกจากเรียกค่าสินไหมทดแทน เพื่อละเมิดตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์แล้ว ศาลมีอำนาจกำหนดค่าเสียหายต่อจิตใจอันเป็นผลมาจากความเสียหายต่อร่างกาย สุขภาพ อนามัยของผู้เสียหายด้วย และหากผู้เสียหายถึงแก่ความตาย สามิ ภริยา บุพการี หรือผู้สืบสันดานของบุคคลนั้นมีสิทธิได้รับค่าเสียหายต่อจิตใจ นอกจากนี้ ศาลมีอำนาจกำหนดค่าเสียหายในเชิงลงโทษเพิ่มเติมได้ไม่เกินสองเท่าของค่าสินไหมที่แท้จริงหากผู้ประกอบการได้ผลิตรายการนำเข้า หรือขายสินค้าโดยรู้หรือควรจะเป็นสินค้าที่ไม่ปลอดภัย หรือไม่รู้เพราะประมาทเลินเล่ออย่างร้ายแรง หรือรู้แล้วไม่ดำเนินการแก้ไขป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย

7. อายุความ อายุความของคดีตามกฎหมายนี้ มีกำหนดสามปีนับแต่วันที่ผู้เสียหายรู้ถึงความเสียหายและรู้ตัวผู้ประกอบการที่ต้องรับผิด หรือภายในสิบปีนับแต่วันขายสินค้า กรณีความเสียหายเกิดขึ้นต่อ ชีวิต ร่างกาย สุขภาพ หรืออนามัย โดยผลของสารที่สะสมในร่างกายของผู้เสียหายหรือเป็นกรณีที่ต้องใช้เวลาในการแสดงอาการ ผู้เสียหายหรือผู้มีสิทธิฟ้องคดีต้องใช้สิทธิเรียกร้องภายในสามปีนับแต่วันที่รู้ถึงความเสียหาย และรู้ตัวผู้ประกอบการที่ต้องรับผิด และหากมีการเจรจาเรื่องความเสียหายให้อายุความสะดุดหยุดลงระหว่างการเจรจา

8. สินค้าที่ขายก่อนหน้านี้ สินค้าที่ขายแก่ผู้บริโภคก่อนกฎหมายฉบับนี้มีผลใช้บังคับไม่อยู่ในบังคับของกฎหมายฉบับนี้

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ในเขตกรุงเทพมหานครโดยมีกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 3 กลุ่มคือ ผู้ผลิตเครื่องสำอางจำนวน 100 คน ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางจำนวน 100 คน และพนักงานเจ้าหน้าที่จำนวน 8 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2553 ถึงวันที่ 31 มีนาคม 2553 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ t-test และ One-way ANOVA

ผลการวิจัย

กลุ่มผู้ผลิตเครื่องสำอาง

1. ระดับความรู้ของผู้ผลิตเครื่องสำอาง

ระดับความรู้ของผู้ผลิตเครื่องสำอางเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 พบว่าร้อยละ 87.0 มีความรู้ในระดับสูง รองลงมาร้อยละ 11.0 มีความรู้ระดับปานกลาง และร้อยละ 2.0 มีความรู้ในระดับต่ำ คะแนนต่ำสุด 5 คะแนน คะแนนสูงสุด 10 คะแนน และคะแนนเฉลี่ย 8.52 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.059 คะแนน (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ร้อยละของผู้ผลิตเครื่องสำอาง ที่มีความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 จำแนกตามระดับความรู้ (n = 100)

ระดับความรู้	ร้อยละ
ต่ำ (0-5)	2.0
ปานกลาง (6-7)	11.0
สูง (8-10)	87.0
รวม	100.0
คะแนนเฉลี่ย 8.52 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.059 คะแนน	
คะแนนต่ำสุด 5 คะแนน คะแนนสูงสุด 10 คะแนน	

2. ระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง

ผู้ผลิตเครื่องสำอางส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางอยู่ในระดับปานกลางคิดเป็นร้อยละ 55.0 รองลงมาที่มีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 41.0 และต่ำที่สุดมีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางอยู่ในระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 4.0 โดยได้คะแนนต่ำสุด 33 คะแนน คะแนนสูงสุด 53 คะแนน คะแนนเฉลี่ย 44.64 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 5.126 (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ร้อยละของผู้ผลิตเครื่องสำอาง ที่มีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง
จำแนกตามระดับความคิดเห็น (n = 100)

ระดับความคิดเห็น	ร้อยละ
ต่ำ (0-35)	4.0
ปานกลาง (60-79)	55.0
สูง (48-60)	41.0
รวม	100.0
คะแนนเฉลี่ย 44.64 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 5.126 คะแนน	
คะแนนต่ำสุด 33 คะแนน คะแนนสูงสุด 53 คะแนน	

3. ระดับการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง

ผู้ผลิตเครื่องสำอางส่วนใหญ่มีระดับการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 66.0 รองลงมาอยู่ในระดับต่ำ ร้อยละ 24.0 และระดับปานกลางร้อยละ 10.0 โดยได้คะแนนต่ำสุด 0 คะแนน คะแนนสูงสุด 8 คะแนน คะแนนเฉลี่ย 5.64 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3.258 (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ร้อยละของผู้ผลิตเครื่องสำอางต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง จำแนกตามระดับการกำกับดูแล (n = 100)

ระดับการกำกับดูแล	ร้อยละ
ต่ำ (0-9)	24.0
ปานกลาง (10-12)	10.0
สูง (13-17)	66.0
รวม	100.0
คะแนนเฉลี่ย 5.64 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3.258 คะแนน	
คะแนนต่ำสุด 0 คะแนน คะแนนสูงสุด 8 คะแนน	

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

- 1) ผู้ผลิตเครื่องสำอางที่มีอายุแตกต่างกัน มีการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและเป็นไปตามสมมติฐาน
- 2) ผู้ผลิตเครื่องสำอางที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา การติดตามข้อมูลข่าวสาร การรับข้อมูลข่าวสาร หน้าที่ ตำแหน่งงาน และประสบการณ์ในการผลิตเครื่องสำอางแตกต่างกัน มีการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางไม่แตกต่างกัน และไม่เป็นอย่างที่คาด
- 3) ผู้ผลิตเครื่องสำอางที่มีระดับความรู้แตกต่างกัน มีการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางที่ไม่แตกต่างกัน และไม่เป็นอย่างที่คาด

กลุ่มผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง

1. ระดับความรู้ของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง

ระดับความรู้ของผู้จำหน่ายเครื่องสำอางเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 พบว่าร้อยละ 72.0 มีความรู้ในระดับสูง รองลงมาร้อยละ 24.0 มีความรู้ระดับปานกลาง และร้อยละ 4.0 มีความรู้ในระดับต่ำ คะแนนต่ำสุด 3 คะแนน คะแนนสูงสุด 10 คะแนน และคะแนนเฉลี่ย 8.06 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.42 คะแนน (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ร้อยละของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ที่มีความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 จำแนกตามระดับความรู้ (n = 100)

ระดับความรู้	ร้อยละ
ต่ำ (0-5)	4
ปานกลาง (6-7)	24
สูง (8-10)	72
รวม	100.0
คะแนนเฉลี่ย 8.06 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.42 คะแนน	
คะแนนต่ำสุด 3 คะแนน คะแนนสูงสุด 10 คะแนน	

2. ระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่าย

เครื่องสำอาง

ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางอยู่ในระดับปานกลางคิดเป็นร้อยละ 69.0 รองลงมามีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางในระดับสูง ร้อยละ 21.0 และต่ำที่สุดมีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางในระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 10.0 โดยได้คะแนนต่ำสุด 26 คะแนน คะแนนสูงสุด 57 คะแนน คะแนนเฉลี่ย 42.26 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 5.901 (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 ร้อยละของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ที่มีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอาง จำแนกตามระดับความคิดเห็น

ระดับความคิดเห็น	ร้อยละ
ต่ำ (0-35)	10.0
ปานกลาง (36-47)	69.0
สูง (48-60)	21.0
รวม	100.0
คะแนนเฉลี่ย 42.26 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 5.901 คะแนน	
คะแนนต่ำสุด 26 คะแนน คะแนนสูงสุด 57 คะแนน	

3. ระดับการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอาง

ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีระดับการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางอยู่ในระดับสูงคิดเป็นร้อยละ 66.0 รองลงมาอยู่ในระดับต่ำร้อยละ 23.0 และระดับปานกลางร้อยละ 11.0 โดยได้คะแนนต่ำสุด 0 คะแนน คะแนนสูงสุด 8 คะแนน คะแนนเฉลี่ย 5.64 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3.258 (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ร้อยละของผู้จำหน่ายเครื่องสำอางที่มีการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 จำแนกตามระดับการกำกับดูแล ($n = 100$)

ระดับการกำกับดูแล	ร้อยละ
ต่ำ (0-9)	23.0
ปานกลาง (10-12)	11.0
สูง (13-17)	66.0
รวม	100.0
คะแนนเฉลี่ย 5.88 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.483 คะแนน	
คะแนนต่ำสุด 0 คะแนน คะแนนสูงสุด 8 คะแนน	

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางที่มีการติดตามข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน มีการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเป็นไปตามสมมติฐาน

4.2 ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา การรับข้อมูลข่าวสาร หน้าที่ ตำแหน่งงาน และประสบการณ์ ในการจำหน่ายเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน มีการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางไม่แตกต่างกัน และไม่เป็นไปตาม

4.3 ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางที่มีระดับความรู้แตกต่างกัน มีการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางที่ไม่แตกต่างกัน และไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

4.4 ผู้ผลิตเครื่องสำอางและผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง มีความรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P = 0.011$) และเป็นไปตามสมมติฐาน

4.5 ผู้ผลิตเครื่องสำอางและผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง มีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางแตกต่างกัน ($P = 0.003$) และเป็นไปตามสมมติฐาน

กลุ่มพนักงานเจ้าหน้าที่

1. ระดับความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง

พนักงานเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางอยู่ในระดับปานกลางจำนวน 5 คน รองลงมามีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงจำนวน 3 คน (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 จำนวนพนักงานเจ้าหน้าที่ ที่มีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง จำแนกตามระดับความคิดเห็น (n = 8)

ระดับความคิดเห็น	จำนวน
ต่ำ (0-35)	-
ปานกลาง (36-47)	5
สูง (48-60)	3
รวม	8
คะแนนเฉลี่ย 48.12 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 4.291 คะแนน	
คะแนนต่ำสุด 40 คะแนน คะแนนสูงสุด 54 คะแนน	

2. ระดับการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง

พนักงานเจ้าหน้าที่ทั้งหมดทั้งหมดจำนวน 8 คน มีการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 อยู่ในระดับสูง

อภิปรายผล

1. ระดับความรู้ของผู้ผลิตเครื่องสำอาง และ ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

ผู้ผลิตเครื่องสำอางในเขตกรุงเทพมหานครมีระดับความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ร้อยละ 87.0 อยู่ในระดับสูง รองลงมาร้อยละ 11.0 อยู่ในระดับปานกลาง และร้อยละ 2.0 อยู่ในระดับต่ำ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ผู้ผลิตเครื่องสำอางในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มักมีความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ในระดับสูง ทั้งนี้ หากพิจารณาถึง

รายละเอียดคุณลักษณะส่วนบุคคลจะพบว่า ผู้ผลิตเครื่องสำอางมีการติดตามข่าวสารเครื่องสำอางจากเว็บไซต์ อย. สูงถึง 57.0 โดยเป็นผู้ผลิตในกลุ่มที่ปฏิบัติหน้าที่โดยตรงเกี่ยวกับการจดทะเบียนเกี่ยวกับเครื่องสำอางกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาอยู่แล้ว ดังนั้นจึงทราบถึงข้อบังคับกฎระเบียบต่าง ๆ และมีความรู้เกี่ยวกับการผลิตเครื่องสำอางเป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ดีข้อคำถามความรู้ซึ่งผู้ผลิตเครื่องสำอางตอบถูกน้อยที่สุด ร้อยละ 28.0 คือ ฉลากของเครื่องสำอางที่นำเข้าจากต่างประเทศเพื่อจะวางจำหน่าย ไม่จำเป็นต้องมีข้อความภาษาไทย ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ผู้ผลิตเครื่องสำอางมิได้เป็นผู้นำเข้าเครื่องสำอางจึงไม่มีความรู้ในข้อนี้

ส่วนผู้จำหน่ายเครื่องสำอางในเขตกรุงเทพมหานครมีระดับความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ร้อยละ 72.0 อยู่ในระดับสูง รองลงมา ร้อยละ 24.0 อยู่ในระดับปานกลาง และร้อยละ 4.0 อยู่ในระดับต่ำ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ในระดับสูง ข้อคำถามความรู้ซึ่งผู้จำหน่ายเครื่องสำอางตอบถูกน้อยที่สุด ร้อยละ 61.0 คือ ฉลากของเครื่องสำอางที่นำเข้าจากต่างประเทศเพื่อจะวางจำหน่าย ไม่จำเป็นต้องมีข้อความภาษาไทย ซึ่งสูงกว่าผู้ผลิตเครื่องสำอาง ทั้งนี้ สามารถอธิบายได้ว่า ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางเป็นผู้ที่จำหน่ายเครื่องสำอาง และสัมผัสกับสินค้าโดยตรง จึงมีความรู้ในข้อนี้สูงกว่าผู้ผลิตเครื่องสำอาง

ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ผลิตเครื่องสำอางและผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีความรู้ที่แตกต่างกันซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่สามคือ ผู้ผลิตเครื่องสำอางและผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีความรู้ที่แตกต่างกัน อาจอธิบายได้ว่าผู้ผลิตเครื่องสำอาง และผู้จำหน่ายเครื่องสำอางโดยลักษณะพื้นฐานแล้วจะมุ่งเน้นไปในทางที่ต่างกันคือผู้ผลิตก็จะมุ่งเน้นความรู้ กฎระเบียบในเรื่องของการผลิตเครื่องสำอาง ส่วนผู้จำหน่ายเครื่องสำอางก็จะไปมุ่งเน้นในเรื่องของการจำหน่ายมากกว่าการผลิต เป็นต้น

2. ระดับความคิดเห็น ของผู้ผลิตเครื่องสำอาง ผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง และพนักงานเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

ผู้ผลิตเครื่องสำอางในเขตกรุงเทพมหานครมีระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 55.0 รองลงมา ร้อยละ 41.0 มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง และร้อยละ 4.0 มีความคิดเห็นในระดับต่ำ โดยผู้ผลิตเครื่องสำอางมีความคิดเห็นที่เห็นด้วยในเรื่อง รัฐควรมีการแก้ไขกฎระเบียบบางอย่างเพื่อให้ผู้ผลิตเครื่องสำอางสามารถปฏิบัติได้ง่ายขึ้น การให้ความสำคัญกับฉลากเครื่องสำอาง การที่เครื่องสำอางทุกชนิดที่ผลิตต้องมีฉลากครบถ้วน การกำกับดูแลคุณภาพของเครื่องสำอางที่ผลิต การสุ่มตรวจการผลิต

เครื่องสำอางเพราะเป็นสิ่งจำเป็นในการกำกับดูแลความปลอดภัยต่อผู้ใช้เครื่องสำอางและการที่สามารถทำตามกฎระเบียบของกระทรวงสาธารณสุขที่กำหนดโดยไม่ลังเล ผู้ผลิตเครื่องสำอางมีความคิดเห็นที่ไม่แน่ใจความเหมาะสมเกี่ยวกับการกำหนดบทลงโทษตาม พรบ.เครื่องสำอางพ.ศ. 2535 และการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางตามข้อกำหนดของกฎหมายเครื่องสำอางทำให้ผู้ผลิตเครื่องสำอางได้ถูกต้องตามมาตรฐาน การกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางตามกฎหมายจะคุ้มครองผู้บริโภคได้จริง พนักงานเจ้าหน้าที่มีมาตรฐานการตรวจการผลิตเครื่องสำอางที่เข้มงวดมาก พรบ.เครื่องสำอาง พ.ศ.2535 เป็นเรื่องยากในการปฏิบัติ และการใช้มาตรการทางกฎหมายสามารถแก้ปัญหาการผลิตเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัย เครื่องสำอางปลอม หรือเครื่องสำอางผิดมาตรฐานได้ทั้งหมด

ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางในเขตกรุงเทพมหานครมีระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ร้อยละ 69.0 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาร้อยละ 21.0 อยู่ในระดับสูง และร้อยละ 10.0 มีความคิดเห็นในระดับต่ำ โดยผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีความคิดเห็นที่เห็นด้วยในเรื่อง การให้ความสำคัญกับฉลากเครื่องสำอาง และการที่เครื่องสำอางทุกชนิดที่ผลิตต้องมีฉลากครบถ้วน ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีความคิดเห็นที่ไม่เห็นด้วยในเรื่องความเหมาะสมของการกำหนดบทลงโทษตาม พรบ.เครื่องสำอาง พ.ศ.2535

ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ผลิตเครื่องสำอางและผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่สี่ คือ ผู้ผลิตเครื่องสำอางและผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน

3. วิเคราะห์การบังคับใช้กฎหมายของพนักงานเจ้าหน้าที่ในการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

จากการศึกษาวิจัยพบว่า พนักงานเจ้าหน้าที่มีการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 อยู่ในระดับสูง เมื่อแยกพิจารณารายข้อพบว่า พนักงานเจ้าหน้าที่ทุกคนตอบว่าปฏิบัติ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า การกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ของพนักงานเจ้าหน้าที่เป็นงานในหน้าที่ที่กำหนดเป็นกฎหมาย การไม่ปฏิบัติเท่ากับเป็นการละเลยการปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าว ดังนั้นพนักงานเจ้าหน้าที่ทุกคนจึงตอบว่าปฏิบัติ แต่หากพิจารณาจากข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านทรัพยากรการบริหาร พบว่าพนักงานเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่เห็นว่าหน่วยงานกำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหลังออกสู่ตลาดในปัจจุบันมีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานไม่เพียงพอ (ปัจจุบันมี 8 คน) และพนักงาน

เจ้าหน้าที่จำนวน 5 คน คิดว่าควรมีพนักงานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน 20 คน จึงจะเพียงพอกับการะงานในปัจจุบัน นอกจากนี้ ข้อมูลจากแบบสอบถามปลายเปิดที่สอบถามเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 พบว่า พนักงานเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่พบปัญหาในเรื่องของสถานที่ตรวจไม่ตรงกับที่แจ้งไว้ทำให้การปฏิบัติงานของพนักงานเจ้าหน้าที่เป็นไปด้วยความยากลำบาก

4. วิเคราะห์การกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางของผู้ผลิตเครื่องสำอาง และการกำกับดูแลการจำหน่ายของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

จากการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ผลิตเครื่องสำอางมีระดับการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 อยู่ในระดับสูงคิดเป็นร้อยละ 66.0 รองลงมาอยู่ในระดับต่ำ ร้อยละ 24.0 และระดับปานกลางร้อยละ 10.0

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ผลิตเครื่องสำอางที่มีอายุแตกต่างกัน มีการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจอธิบายได้ว่าผู้ผลิตเครื่องสำอางที่มีอายุสูงกว่าย่อมมีความรู้ในเรื่องกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และมีประสบการณ์ในการผลิตเครื่องสำอางที่สูงกว่ากลุ่มผู้ผลิตเครื่องสำอางที่มีอายุน้อยกว่า ส่วนเพศ ระดับการศึกษา การติดตามข้อมูลข่าวสาร แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ติดตาม หน้าที่ ตำแหน่งงาน และประสบการณ์ในการผลิตเครื่องสำอาง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการกำกับดูแลการผลิตเครื่องสำอาง

ในส่วนของผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง จากการศึกษารายงานพบว่า ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีการระดับการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 อยู่ในระดับสูงคิดเป็นร้อยละ 66.0 รองลงมาอยู่ในระดับต่ำร้อยละ 23.0 และระดับปานกลางร้อยละ 11.0

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางที่มีการติดตามข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน มีการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอางแตกต่างกัน ดังนั้นการให้ข้อมูลความรู้ และระเบียบ ข้อบังคับ กฎหมายเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องสำอางต่อกลุ่มผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง จึงควรมุ่งเน้นที่การให้ข้อมูลข่าวสารในช่องทางต่างๆจะทำให้ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางสามารถปฏิบัติตามกฎหมายได้ถูกต้องเพิ่มมากขึ้น ส่วน เพศ อายุ ระดับการศึกษา แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ หน้าที่ ตำแหน่งงาน และประสบการณ์ในการจำหน่ายเครื่องสำอางไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการกำกับดูแลการจำหน่ายเครื่องสำอาง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาระดับความรู้ ความคิดเห็น และการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางของผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางในจังหวัดอื่น ๆ เพิ่มเติม
2. ศึกษาระดับความคิดเห็น และการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางของพนักงานเจ้าหน้าที่ในสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเพิ่มเติม
3. ศึกษาระดับความรู้ ความคิดเห็น และการตระหนักถึงความสำคัญในการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการเพื่อป้องกันกรณี que อาจเกิดขึ้นจากการต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย ตามพระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551

COSMETIC PRODUCTS DISTRIBUTION AND MANUFACTURING
MONITORING IN THE BANGKOK METROPOLITAN AREA UNDER THE
COSMETIC ACT B.E.2535

THANAPORN SATTHAPUTH 4936370 PHPH/M

M.Sc.(PUBLIC HEALTH) MAJOR MEDICAL AND PUBLIC HEALTH LAW
ADMINISTRATION

THESIS ADVISORY COMMITTEE: CHARDSUMON PRUTIPINYO,
Ph.D.(DEMOGRAPHY), CHET RACHADAPANNATIKUL, Ed.D.(POPULATION
EDUCATION), SUTHEE USATHAPRON, D.EN. D.(HONS) (REGIME 1984)

EXTENDED SUMMARY

Rationale

Presently, public enthusiasm in self-care has been increasing around the globe; and Thailand is no exception. Health care products and providers are increasing in response to demand. These are many benefits to health of the public, people pay more interest in eating healthier food such as organic vegetables and fruits, drinking less alcohol and stop smoking etc. These factors help slowing down or reduce the occurrence of many serious sicknesses. Social value also pay more attention to beauty of the body, thus self-care is necessary and cosmetics becomes the essential tool to attain the objective.

Cosmetics are products which are being used in everyone, no matter what age or sex. The manufacturers and importers compete strongly in capturing the market to reach the consumers. Cosmetics comprise of many types of products starting from cleansing liquid to cosmetics for beauty such as facial make-up, lip-stick, facial cream, body lotion etc.

Most of the products concentrate mainly for beauty purpose but often overlook the side-effect of harmful products which might enter the body system especially the cheap, low quality products which may contain prohibited materials.

The Office of Food and Drug Administration (FDA) controls the production and distribution of cosmetics accordingly with the Cosmetics Act B.E.2535. The law specified that all cosmetic products are “controlled cosmetics”. The manufacturers or importers must report to FDA or Provincial Health Office before production or importation. The entrepreneurs are allowed to sell or advertise the product without any permission from the authority. However if there is any improper advertising such as taking advantage of the consumers or harmful to the society, such advertisement must be asked to stop. If the advertisement contains the claim for approval of fact, such claim must be proved, if the claim could not be proved the owners will be punished by criminal laws.

The monitoring of cosmetics sale in the market had found many problems such as the prohibited material, diseases-causing bacteria, over-limited amount of non-diseases causing bacteria in the products. Some were fake products with false manufacturers. Many consumers had received undesirable effects from such products, however the authority had difficulty in monitoring these ill-legal products and could not fully enforce the law. (FDA Journal September-December, 2009).

The most commonly found to be non-safe products were acne and whitening facial cosmetics. Three major prohibited material; hydroquinone, mercurial compounds and retinoic acid (commonly known as Vitamin A Acid) Hydroquinone causes skin irritation and allergy, mercurial products causes thinning of the skin, bodily accumulation of mercury causing infection of genito-urinary tracts and kidney. Retinoic acid causes serious irritation of facial skin and may be harmful to infants in pregnant women.

Problems of cosmetics advertising found very frequent were the over-claim advertising of being able to cure or alleviate the sickness such as ridding of acne, anti-allergic, ant-itching. Some products claimed to improve bodily health such as breast rejuvenation, lipid removal, anti-obesity, hair growing or activate blood circulation system. Any advertisement of the product which claims to have therapeutic effect or affect the bodily function is considered as advertisement of medicine thus it is

prohibited to be used with cosmetics. Since the Cosmetics Act B.E.2535 focuses upon the post-marketing surveillance but not pre-marketing surveillance, thus the entrepreneurs should make sure that their products are accordingly with the legal requirement. For example there should not contain any of the prohibited materials, excess amount of controlled material, over- limited amount of micro organisms. The label in Thai language should contain sufficient information for the consumers.

The office of Food and Drug Administration, Ministry of Public Health has various measures to monitor the production and distribution of cosmetics such as providing information for consumers to have proper choices of purchasing and using, publicize the danger of harmful products, put on public notice of names and pictures of non-qualified products through various public media including internet. The concerned persons both in central and provincial can access to those information. FDA also sends the officials to monitor the safety of cosmetics in the market as well, and many cases offending the laws are always found. Presently FDA had added 22 additional names of non-safe cosmetics from the previous 87 and put on public alert (FDA, June 2009).

The above problems of cosmetics sale and legal control attracted the researcher's interest to study about the monitoring of production and distribution of cosmetics in three aspects; manufacturers, distributors and authority personnel. The study had focused upon the current situation and level of monitoring, the result of the study was expected to be used as information for improving the monitoring of production and distribution of cosmetics in accordance with the Cosmetics Act B.E.2535.

Objective of the Study

To study the level of monitoring of production and distribution of cosmetics in accordance with the Cosmetic Act B.E.2535 among manufacturers and distributors in the Bangkok Metropolitan area and government officials of Office of Food and Drug Administration responsible in monitoring post-marketing of cosmetics.

Research Hypothesis

1. The manufacturers of different personal characteristics have different monitoring patterns.
2. The distributors of different personal characteristics have different monitoring patterns.
3. The manufacturers and distributors have different knowledge about the monitoring of production and distribution of cosmetics
4. The manufacturers and distributors have difference of opinions about the monitoring of production and distribution of cosmetics
5. The manufacturers and distributors have different pattern of monitoring of production and distribution of cosmetics
6. The manufacturers who have different level of knowledge about the Cosmetics Act B.E. 2535 have different pattern of monitoring of production
7. The distributors who have different level of knowledge about the Cosmetic Act B.E.2535 have different pattern of monitoring of distribution

Literature Review

Concept Relating to Social Control

To administer and manage any country to achieve the goals and policies as stated, the utilization of both force and power is a necessary action to be taken along with political activities and the laws to accommodate and support the legitimacy. Law is thus an important tool for the state to refer to for monitoring and control the behavior of social members.

In general, the law becomes enforceable automatically after having been completely gone through the whole legal formulation process and the state publicly announces the enforcement accompanying with political power. Public law, in particular is formulated to protect the society, bring order and peace to the society thus this kind of law must always contains sanction component in punishment, preventive or specific relief. The government organization must act to enforce the law.

Monitoring of Cosmetic Products

The Office of Food and Drug Administration monitors the production and distribution of cosmetics in accord with the Cosmetics Act B.E. 2535 to safeguard the consumers and also to support the cosmetic industry in Thailand to be competitive in world market. There are three major process of monitoring which are

1. Pre-marketing; before the products bring launched into the market.
2. Research and Development
3. Post-marketing, after the products had been launched into the market

In addition, there is the Liability Acts B.E. 2551 which had been enacted to punish the related persons or organizations in case there is the unsafe product. This law has become effective since 21 February B.E. 2552.

This law contains sixteen articles which can be summarized as followed.

1. The liable persons are all entrepreneurs which include the manufacturers, the contractors for production or importers. All people concerned with the products including the users of trade-name, logos or information relating to product must be held liable for any damage to consumers if there is any, no matter intentionally or accidentally.

2. Un-safe product means the product which cause or may cause damage due to

- 2.1 Improper production or design

- 2.2 Lack of specification about the maintenance method or warning or information about the product or having incomplete or incorrect information.

Being aware of normal condition of product utilization and maintenance of the product as usually expected.

The products included in this law are electricity and agricultural products ranging from rice farming, orchard, animal raising both land and marine, silk, mushroom but not included naturally occurred products.

3. Impleader or person eligible to claim for damage

3.1 Injured persons or victim are persons who received damage from unsafe product. The damage may occur to life, body, health, mind or property. Damage to the mind include pain, misery, anxiety, sad, shame or any damage in similar.

3.2 Impleader who can bring the case to court include the Board for Consumer Protection, organizations or foundations which have been approved by the Board for Consumer Protection.

4. Suing

Suing and judging are accordingly with the Consumers Protection Acts 2551 B.E. The procedures are much less complicated than other civil court cases.

5. The burden of establishing the guilt lies upon the injured or impleader. These persons have the obligation to prove that the product cause damage from normal utilization or maintenance. There is no need to prove for the damage caused by any entrepreneurs relating to products.

The entrepreneurs who refuse the guilt of damaging must prove that the product is not unsafe, or the consumers are already aware of the non-safety of the product. They must also prove that the damage is caused by incorrect utilization or maintenance of the product or against the warning that had been properly notified by the manufacturers. Any prior notification of excuse could not be used to refuse the compensation of the damage.

6. The court has the power to specify not only indemnity accordingly to civil law but also the solatium or solace which may be caused from bodily damage or damage to health of the consumer as well.

If the damage is fatal, the consumers' life partners, parents or dependents are liable to be compensated for mental damage (solatium) as well). In addition the court can increase the compensation (but not more than double-fold), if the entrepreneur knowingly that the product is unsafe or seriously careless, but still produce or import or distribute the product without any preventive measure

7. The prescription or duration of the case lasts for three years since the date of realizing the damage and liable entrepreneur or within ten years after the sale of the product.

If the damage is accumulative and takes sometime before the symptom is shown, the victim or impleader must claim the right for compensation within three years, the prescription will temporarily stop while negotiates.

8. The products sold before this Act become effective would not be under this Act.

Research Methodology

This research was the survey research with the objective to study the monitoring of production and distribution of cosmetics in accord with the Cosmetic Act B.E.2535 in Bangkok Metropolitan.

There were three groups of studied sample population, 100 manufacturers, 100 distributors and 8 government officials. The information was collected through questionnaires during 1st March 2010 – 31st March 2010. The statistics for analysis were percentage, mean and standard deviation. T-test and One-way ANOVA were employed for hypothesis test.

Research Result

Manufacturers

1. *Level of Knowledge of Manufacturers* Eighty percent of the manufacturers had high level of knowledge about the Cosmetics Act 2535 B.E., 11.00% had medium level and 2.00% had low level of knowledge. The lowest score made was 5, the highest was 10 whilst the average was 8.52% standard deviation was 1.059. (Table 1)

Table 1 Percentage of Manufacturers with the knowledge of the Cosmetics Act 2535 B.E. classified by level of knowledge (n = 100)

Level of Knowledge	Percent
Low (0-5)	2.0
Medium (6-7)	11.0
High (8-10)	87.0
Total	100.0
Average score 8.52 S.D. 1.059	
Lowest score 5 Highest score 10.0	

2. *Level of Opinion toward Monitoring of Cosmetic Production*

Most of the manufacturers (55.00%) had medium level of opinion toward the monitoring whilst 41% had high level of opinion ,the lowest score of opinion was 33, the highest was 53, average was 44.64; S.D. was 5.126 (Table 2)

Table 2 Percentage of Manufacturers with opinion toward the monitoring of production of the cosmetic classified by level of opinion (n = 100)

Level of Opinion	Percent
Low (0-35)	4.0
Medium (40-79)	55.0
High (48-60)	41.0
Total	100.0
Average score 44.64 S.D. 5.126	
Lowest score 33 Highest score 53	

3. *Level of Monitoring of Cosmetic Production*

Most of the manufacturers (66.00%) had high level of monitoring whilst 24% had low level and 10% had medium level of monitoring. The lowest score was 0, highest was 8, whilst the average score was 5.64. Standard deviation was 3.258. (Table 3)

Table 3 Percentage of Manufacturers with opinions about monitoring of cosmetics production classified by level of monitoring (n = 100)

Level of Opinion	Percent
Low (0-9)	24.0
Medium (10-12)	10.0
High (13-17)	66.0
Total	100.0
Average score 5.64 S.D. 3.258	
Lowest score 0 Highest score 8	

Hypothesis Testing Result

1. The manufacturers with different age had different monitoring of cosmetic production with statistically significance, thus was in accordance with the hypothesis
2. The manufacturers with different sex, level of education, keeping up with information, receiving of information and experience of cosmetic production did not have different monitoring of cosmetic production and was not in accordance with the hypothesis.
3. The manufacturers with different level of knowledge did not have different level of level of monitoring of cosmetic production and was not in accordance with hypothesis.

Cosmetic Distributors

1. Level of knowledge of cosmetic distributors

Seventy two present of cosmetic distributors had high level of knowledge about of cosmetic Act B.E.2535, whilst 24.0 percent had medium level and 4.0 percent had low level of knowledge. The lowest score was 3, the highest was 10, average score was 8.06., S.D. = 1.42. (Table 4)

Table 4 Percentage of cosmetic distributors with knowledge of the Cosmetics Act B.E.2535, classified by level of knowledge (n = 100)

Level of knowledge	Percent
Low (0-5)	4
Medium (6-7)	24
High (8-10)	72
Total	100.0
Average score was 8.06 S.D. = 1.42	
Lowest score 3 Highest score 10	

2. Level of opinion about monitoring of cosmetic distribution

Most of the cosmetic distributors (69.0%) had medium level of opinion about monitoring of cosmetic distribution, while 21.0% had high level and 10% had low level. The lowest score was 26, the highest was 57, the average was 42.26, S.D was 5.901 (Table 5)

Table 5 Percentage of cosmetic distributors with opinion about cosmetic distribution, classified by level of opinion

Level of opinion	Percent
Low (0-35)	10.0
Medium (36-47)	69.0
High (48-60)	21.0
Total	100.0
Average score was 42.26 S.D. = 5.901	
Lowest score 26 Highest score 57	

3. Level of monitoring of cosmetic distributions

Sixty six percent of distributors had high level of monitoring of distribution, 23.0% had low level and 11.0% had medium level. The lowest score was 0, highest was 8; average score was 5.64 S.D. = 3.258 (Table 6)

Table 6 Percentage of cosmetics distributors with monitoring of cosmetics production in accordance with the Cosmetics Act B.E 2535, classified by level of monitoring (n=100)

Level of monitoring	Percent
Low (0-9)	23.0
Medium (10-12)	11.0
High (13-17)	66.0
Total	100.0
Average score was 5.88 S.D. = 2.483	
Lowest score 0 Highest score 8	

4. Result of Hypothesis Testing

4.1 The cosmetic distributors with difference in keeping up with information had different monitoring of cosmetic distribution with statistical significance, thus was in accordance with hypothesis.

4.2 The cosmetic distributors with different sex, age, level of education, receiving of information, duty, position and distributing experience had no difference in monitoring of distribution, thus was not in accordance with the hypothesis.

4.3 The cosmetic distributors with different level of knowledge had no difference in monitoring of distribution, thus was not in accordance with the hypothesis.

4.4 The manufacturers and distributors had different level of knowledge with statistical significance ($p = 0.011$) thus was in accordance with the hypothesis.

4.5 The manufacturers and distributors had different opinion about the monitoring of production and distribution of cosmetic ($p = 0.003$) thus was in accordance with hypothesis.

Government Officials

1. Level of opinion about monitoring of production and distribution of cosmetic

The majority of the officials (5 persons) had medium level of opinion about the production and distribution of cosmetics, the rest of them (3 persons) had high level of opinion. (Table 7)

Table 7 Number of government official with different opinion about monitoring of production and distribution of cosmetics. Classified by level of opinion (n=8)

Level of opinion	Percent
Low (0-35)	-
Medium (36-47)	5
High (48-60)	3
Total	8
Average score was 48.12 S.D. = 4.291	
Lowest score 40 Highest score 54	

2. Level of monitoring of production and distribution of cosmetics.

All of the government officials in the studied group had a high level of monitoring of production and distribution of cosmetics in accordance with the Cosmetics Act B.E.2535

Discussion

1. Level of Knowledge of Manufacturers and Distributors about the Cosmetics Act 2535 B.E.

Most of manufacturers in Bangkok Metropolitan area (87.00%) had high level of knowledge, 11.00% had medium level of knowledge and 2.00% had low level. The explanation for this might be because many of them always kept themselves updated with information through FDA Web Site (57.00%). They had direct contact

with FDA about cosmetic registration thus they should have known rules and regulation very comprehensively. However the question that the minority of them gave correct answer (28.00%) was about the label on imported cosmetic. It might be explained that because they were manufacturers not the importers.

Most of the cosmetic distributors (72%) in Bangkok Metropolitan area had high level of knowledge about the Cosmetic Act 2535 B.E. However the question that least number of them (61.00%) gave correct answer was about the label on imported cosmetics, whilst only 28.00% of the manufacturer gave correct answer which meant that the importers had better information about the label than the manufacturers.

The hypothesis test found the manufacturers and importers had different kind of knowledge about cosmetics. The explanation might be that they had different back ground of interest. The manufacturers focused upon rules and regulation relating to production whilst the distributors had more interest in rules relating to sale and distribution.

2. Level of Opinion of Manufacturers, Distributors and Government Official about the Cosmetic Act B.E. 2535

More than half of the manufacturers (55.0%) in Bangkok had medium level of opinion about the law whilst 41.0% had high level and 4.0% had low level of opinion. The manufacturers agreed with the concepts that there should be some amendment of regulations so that the manufacturers could follow at more case. There should be more emphasis on the label, all kinds of cosmetic should have comprehensively informative label. Random checking of the production was necessary to safeguard the health of the consumers. The manufacturers expected the clear and easy to understand regulations formulated by the authority so that they could follow without much hesitation. They were not certain about the following; the appropriateness of punishment as specified in the Cosmetic Act 2535 B.E. the monitoring of the authority would enable the manufacturers to achieve standardized production, the monitoring would really protect the consumers? Legal measure would solve problems of unsafe production, fake cosmetics or substandard cosmetics? They also complained that the authority person were too strict in monitoring the production and they found that many legal procedures were difficult to follow.

The majority of cosmetic distributors (69.0%) in Bangkok Metropolitan had medium level of opinion about the Cosmetic Acts .2535 B.E., 21.0% had high level and 10.0% had low level of opinion. The distributors agreed with the following concepts; put important emphasis upon the label, all kinds of cosmetics must have comprehensive label. The distributors disagreed with some the term of punishment specified in the Act.

Hypothesis testing found the manufacturers and distributors had different opinion about monitoring of production and distribution of the cosmetics which was in accordance with the 4th Hypothesis.

3. Analysis of the Enforcement of the Cosmetic Act 2535 B.E. by authoritative personnel

The study found high level of monitoring of production and distribution of cosmetics done by authoritative personnel; analyzed by item, every personnel gave the answer that they did perform the monitoring activities. This could be explained that monitoring the production and distribution was their legitimate responsibility; denying the duty could be punished as negligence. Upon analysis of the resources to support their function, most of the personnel commented that there were not sufficient number of personnel to monitor the post-marketing distribution. (presently 8 persons). Five personnel commented that the appropriate number should be 20 persons. The answer from open-ended questionnaires reported the problem of incorrect notification of the site of manufacturing and distribution of cosmetics, thus caused confusion for the monitoring by the authority.

4. Analysis of the Monitoring of Production by the Manufacturers and the Monitoring of the Distribution by the Distributors in Accordance with the Cosmetic Acts 2535 B.E

The research found the majority of the manufacturers (66.0%) had high level of monitoring of the production, 24.00% had low level and 10.0% had medium level.

Hypothesis testing found that the manufacturers with different age had different monitoring of production; the explanation could be that the older

manufacturers might have better knowledge about the rules and regulation and more experience than the younger ones. Level of education, sex, updating of information, sources of updated information, duty, position and experience of cosmetic production had no statistically significant relationship with the monitoring of cosmetic production.

Most of the cosmetic distributors (66.00%) had high level of monitoring, 23.00% had low level and 10.00% had medium level of monitoring of cosmetics production.

Hypothesis testing found that the distributors with difference of updating information had different monitoring of distribution of cosmetics thus in providing knowledge, information, rules and regulations relating to distribution of cosmetic should focus upon more effective channels which will help the distributors to follow the law more effectively.

Age, sex, level of education, source of information, duty, position and experience of cosmetic distribution had no statistically significant relationship with the monitoring of cosmetic distribution.

Recommendation for Further Research

1. Study level of knowledge, opinion and monitoring of production and distribution of cosmetics among manufacturers and distributors in additional provinces.
2. Study level of opinion and monitoring of production and distribution of cosmetics among authoritative personnel in additional provincial health offices.
3. Study the level of knowledge, opinion and awareness of the importance of monitoring of production and distribution of cosmetics among the entrepreneurs in order to implement some preventive measure from damage caused by unsafe product accordingly to the Liability Act B.E. 2552

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กนกวรรณ มุกดาสนิท. (2541). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคล แรงจูงใจ การรับรู้ บทบาทกับการปฏิบัติงานสาธารณสุขมูลฐานในเขตเมืองของบุคลากรสาธารณสุขเทศบาล. [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพยาบาลสาธารณสุข] บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- กรรณิการ์ กันธะรักษา. (2527). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอำนาจความเชื่อภายใน ภายนอก เกี่ยวกับสุขภาพอนามัยกับพฤติกรรมการปฏิบัติตนเพื่อดำรงไว้ซึ่งสุขภาพในหญิงมีครรภ์. [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สาธารณสุขศาสตร) สาขาพยาบาลศาสตร์] บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- เกษรา จันทรวงศ์ไพศาล. (2552). การจัดแจงเครื่องสำอางควบคุมตามบทบัญญัติเครื่องสำอาง อาเซียน. กลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง สำนักงานควบคุมเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย สำนักงาน คณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข. นนทบุรี.
- เกื้อ วงศ์บุญสิน. (2545). การปรับฐานทรัพยากรมนุษย์ของไทย:แนวทางการวิเคราะห์. เอกสารประกอบการประชุมวิชาการเชิงปฏิบัติการ โครงการทักษะแรงงานไทยในอนาคตที่พึงประสงค์ วันที่ 6 กันยายน 2545. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- โกเมท ทองภิญโญชัย. (2534). การใช้กฎหมายในการป้องกันและแก้ไขมลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม. [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต] คณะนิติศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ขวัญใจ จิรัฐจินดา. (2550). การปฏิบัติตามกฎหมายของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในกรุงเทพมหานคร. [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สาธารณสุขศาสตร) สาขาวิชาเอกบริหารกฎหมายการแพทย์และสาธารณสุข] บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ฉัตรสุนัน พดธิภิญโญ. (2551). การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ: นโยบาย หลักกฎหมาย และการบังคับใช้. กรุงเทพมหานคร: เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.
- ชัยวัฒน์ วงศ์วัฒนศานต์. (2543). กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เดือนตุลา.
- ชาญชัย แสวงศักดิ์. (2552). คำอธิบายกฎหมายปกครอง. (พิมพ์ครั้งที่ 15). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วิญญูชน.

- ณรงค์ฤทธิ์ เพ็ชรศักดิ์. (2549). มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภค: ศึกษาเฉพาะกรณีความเสียหายเกิดจากผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง. [วิทยานิพนธ์ปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต] คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก.
- ดวงทิพย์ หงษ์สมุทร. (2531). ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของสารวัตรอาหารและยา. [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สาธารณสุขศาสตร์) สาขาวิชาเอกบริหารกฎหมายการแพทย์และสาธารณสุข] บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ดวงฤดี รัตนโอฬาร. (2535). บทบาทของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ในการควบคุมดูแลการโฆษณาทางสื่อมวลชน. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต] คณะนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธานินทร์ ศิลปจารุ. (2550). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยSPSS. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร: บริษัท วี.อินเตอร์ พรินท์.
- นที ปิ่นทวนันท์. (2538). การกระจายอำนาจการคลังท้องถิ่น: ศึกษากรณีองค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน. [วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต (การปกครอง)] คณะรัฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นันทวลักษณ์ พูลวิวัฒน์ชัยการ. (2551). การบังคับใช้กฎหมายในการควบคุมยาแผนโบราณตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 ของหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขในเขตภาคกลาง. [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สาธารณสุขศาสตร์) สาขาวิชาเอกบริหารกฎหมายการแพทย์และสาธารณสุข] บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- นลินี ดันจิตดิวัฒน์. (2540). ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้บริโภคในการปกป้องสิทธิของตนเองจากข้อความโฆษณาที่ไม่เป็นธรรม. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต] คณะนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บรรพต ดันธีรวงศ์. (2540). การสำรวจสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของประเทศไทย. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา.
- ปณัฏฐา จันทธนา. (2539). การโฆษณาที่ฝ่าฝืนพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต] คณะนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประหยัด หงส์ทองคำ และพรศักดิ์ ผ่องแผ้ว. (2529). ปัญหาและการปรับปรุงประสิทธิภาพของการบริหารเทศบาล. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิชย์. หน้า 46.

- ประเสริฐ สุขสบาย. (2542). ทัศนะของผู้บังคับใช้กฎหมายต่อปัญหาการบังคับใช้กฎหมายด้านสวัสดิการสังคม. [สังคมสงเคราะห์ศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีสิ่งแวดล้อม] บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรทิพย์ อุ่น โกมล. (2532). ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ของหัวหน้าฝ่ายสุขภาพและป้องกันโรค โรงพยาบาลชุมชนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สาธารณสุขศาสตร) สาขาวิชาเอกบริหารสาธารณสุข] บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พรนพ พุกกะพันธ์. (2545). จริยธรรมกับการประกอบธุรกิจยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสยาม.
- พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2541.
- พระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551.
- พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535.
- มานิช เวชพันธ์, นาวาอากาศเอก. (2532). เอกสารวิจัยส่วนบุคคล เรื่องการมีส่วนร่วมทางการเมืองของข้าราชการประจำ: ศึกษาเปรียบเทียบข้าราชการพลเรือน ทหารและตำรวจ. มปท.
- รุจิรัชต์ มั่นตาพันธ์. (2544). ความรู้ด้านกฎหมายสาธารณสุขและปัญหา อุปสรรคในการปฏิบัติงานตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.2535 ของเจ้าหน้าที่สาธารณสุขเขต 7. อุบลราชธานี: ม.ป.ท.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพมหานคร: อักษรเจริญทัศน์.
- สกล หาญสุทธิวารินทร์. (2552). คำ ๆ ขาย ๆ กับกฎหมายธุรกิจ. Access: <http://bangkokbiznews.com> 11/04/11, 19.00 น.
- สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2548). การสร้างห่วงโซ่มูลค่าและความสัมพันธ์กับลูกค้า. กรุงเทพมหานคร: แผนกสื่อสิ่งพิมพ์ ฝ่ายวิจัยและระบบสารสนเทศ.
- สุรชาติ ฅ นนงคาย. (2540). หลักการบริหารและการพัฒนาองค์การสาธารณสุข. กรุงเทพมหานคร: คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2552). รายงานประจำปี 2552 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. นนทบุรี.
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2545). แนวทางการปฏิบัติงานเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535. กองควบคุมเครื่องสำอาง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข.

- สาคร ใจพยอม. (2531). ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของหัวหน้าฝ่ายส่งเสริมสุขภาพโรงพยาบาลชุมชน. [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สาธารณสุขศาสตร์) สาขาวิชาเอกบริหารสาธารณสุข] บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- หยุด แสงอุทัย. (2535). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายทั่วไป. (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เจริญผล.
- อักษร สวัสดิ์. (2542). ความรู้ความเข้าใจ และความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย: กรณีศึกษาในเขตบางกะปิ. [วิทยานิพนธ์ปริญญาพัฒนศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม) คณะพัฒนาสังคม] บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อินทรา หิรัญเกื้อ. (2543). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของกลุ่มผู้หญิงทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (ภาควิชาการตลาด) คณะบริหารธุรกิจ] บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.
- อภิชัย แก้วสมบัติ. (2543). การดำเนินการควบคุมการขายยาแผนปัจจุบันตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 ของเภสัชกรในสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด. [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สาธารณสุขศาสตร์) สาขาวิชาเอกบริหารกฎหมายการแพทย์และสาธารณสุข] บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- อุมพร บินษรี. (2545). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศที่จัดจำหน่ายผ่านระบบขายหน้าร้าน. [สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) คณะบริหารธุรกิจ] บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เอนก ณ นคร. (2538). ประสิทธิผลการปราบปรามอาชญากรรมของตำรวจนครบาลกรุงเทพมหานคร. [วิทยานิพนธ์ปริญญาพัฒนศาสตรมหาบัณฑิต (สาธารณสุขศาสตร์) คณะพัฒนาสังคม] บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ภาษาอังกฤษ

- Bloom, Benjamin S. (Ed). (1956). Taxonomy of Education Objective. Handbook I: Cognitive Domain. New York: David McKay Company.
- Webster. (1967). Webster's new Dictionary of the American Language. New York: Compact School. The World Publishing Company.



ภาคผนวก ก

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. รองศาสตราจารย์ดุสิต สุจิรวรัตน์ อาจารย์ประจำภาควิชาระบาดวิทยา
คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
2. นายคณิต ลูกรักษ์ เกษตรชำนาญการพิเศษ
หัวหน้างานพัฒนาระบบกลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง
สำนักควบคุมเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
3. นางสาวสมศรี ปรีชาทวีกิจ เกษตรชำนาญการ งานกำกับดูแลหลังออกสู่ตลาด
กลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง
สำนักควบคุมเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ภาคผนวก ข

จริยธรรม



เอกสารรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
โดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

เอกสารรับรองเลขที่ MUPH2010-002

ชื่อโครงการ การควบคุมการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติ
เครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 ในเขตกรุงเทพมหานคร

รหัสโครงการ 183/2552

ชื่อหัวหน้าโครงการ นางสาวธนพร ศรีธำพูน

ที่ทำงาน หลักสูตร วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (สาธารณสุขศาสตร์)
สาขาวิชาเอกบริหารกฎหมายการแพทย์และสาธารณสุข
คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
420/1 ถนนราชวิถี กรุงเทพมหานคร

ขอรับรองว่าโครงการดังกล่าวข้างต้นได้ผ่านการพิจารณาเห็นชอบโดยสอดคล้องกับคำประกาศ
เจตจำนง จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ลงนาม
(รองศาสตราจารย์พิพัฒน์ ลักขมิจรกุล)
ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

ลงนาม
(รองศาสตราจารย์พิทยา จารุพูนผล)
คณบดีคณะสาธารณสุขศาสตร์

วันที่รับรอง : 8 มกราคม 2553

วันที่เอกสารรับรองหมดอายุ : 7 มกราคม 2554

ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการวิจัย

ชุดที่ 1

แบบสอบถามเรื่อง

การกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535
ในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้ ตอบโดยผู้ผลิตเครื่องสำอางในกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะสถานที่ผลิตเครื่องสำอาง

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

ส่วนที่ 4 ข้อคำถามความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

ส่วนที่ 5 ข้อคำถามเกี่ยวกับการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

ส่วนที่ 6 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อจัดทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาบริหารกฎหมายการแพทย์และสาธารณสุข บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล ผู้วิจัยขอให้ท่านตอบแบบสอบถามให้ครบทุกส่วนทุกข้อและตอบตามความเป็นจริงมากที่สุด คำตอบที่ได้จากท่านผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับและขอรับรองว่าจะไม่มีผลกระทบใดๆต่อตัวท่าน โดยท่านไม่ต้องกรอกชื่อ นามสกุล และชื่อสถานประกอบการ

ขอขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนร่วม

ธนพร ศรัทธาพุทธ

นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาบริหารกฎหมายการแพทย์และสาธารณสุข

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคล จำนวน 7 ข้อ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่เกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ () 1. ชาย () 2. หญิง
2. อายุ.....ปี
3. ระดับการศึกษา
() 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี () 2. ปริญญาตรี () 3. ปริญญาโทหรือสูงกว่า
4. ท่านติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องสำอางจากหน่วยงานราชการหรือไม่
() 1. ติดตามสม่ำเสมอ () 2. ติดตามเป็นบางครั้ง () 3. ไม่ติดตาม
5. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องสำอางจากแหล่งข้อมูลใด
() 1. หนังสือพิมพ์ () 2. นิตยสาร, วารสาร
() 3. เว็บไซต์ อย. () 4. อื่น ๆ.....
6. หน้าที่ หรือ ตำแหน่งงานที่ท่านรับผิดชอบอยู่ในปัจจุบันคือ
() 1. พนักงานระดับปฏิบัติการ () 2. หัวหน้าฝ่าย / หัวหน้าแผนก
() 3. เจ้าหน้าที่ฝ่ายราชการสัมพันธ์ () 4. พนักงานขาย
() 5. เจ้าของกิจการ
() 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ)
7. ท่านมีประสบการณ์ในการผลิตเครื่องสำอางเป็นเวลานาน.....ปี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะสถานที่ผลิตเครื่องสำอาง จำนวน 3 ข้อ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่เกี่ยวกับตัวท่าน

1. สถานที่ผลิตเครื่องสำอางของท่านมีพนักงานที่อยู่ในสายงานการผลิต จำนวน.....คน
2. สถานที่ผลิตเครื่องสำอางของท่านจัดเป็นโรงงานขนาดใด
() 1. ขนาดใหญ่
() 2. ขนาดกลาง
() 3. ขนาดเล็ก
() 4. อุตสาหกรรมในครัวเรือน
3. สถานที่ผลิตเครื่องสำอางของท่านได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาหรือไม่ อย่างไร
() 1. ได้รับการรับรอง GMP
() 2. ได้รับการรับรอง GHP
() 3. ไม่ได้รับการรับรอง

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำนวน 10 ข้อ

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ	ข้อคำถาม	ใช่	ไม่ใช่
1.	ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทุกชนิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องกำกับดูแล		
2.	ก่อนที่จะทำการผลิตเครื่องสำอาง ท่านจะต้องยื่นจดแจ้งต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุขก่อนที่จะทำการผลิต		
3.	หากมีสารเคมีที่อาจจะก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภคผสมในเครื่องสำอาง จะต้องมีการกำกับดูแลปริมาณการใช้		
4.	เครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ คือ เครื่องสำอางที่มีสารที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้นอนอยู่ด้วย		
5.	เครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ คือ เครื่องสำอางที่ผลิตหรือใช้ภาชนะบรรจุไม่ถูกสุขลักษณะอันอาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้		
6.	เครื่องสำอางปลอม คือ เครื่องสำอางที่ใช้ฉลากแจ้งชื่อผู้ผลิตหรือแหล่งผลิตที่ไม่เป็นความจริง		
7.	เครื่องสำอางผิดมาตรฐาน คือ เครื่องสำอางซึ่งมีสารสำคัญน้อยกว่าเกินสิบห้าเปอร์เซ็นต์ หรือมากกว่าเกินสิบแปดเปอร์เซ็นต์ ตามที่ได้แจ้งไว้ต่อพนักงานเจ้าหน้าที่		
8.	ฉลากของเครื่องสำอางที่นำเข้าจากต่างประเทศเพื่อจะวางจำหน่าย ไม่จำเป็นต้องมีข้อความภาษาไทย		
9.	ในกรณีที่มีเหตุอันควรสงสัยว่ามีการกระทำความผิด พนักงานเจ้าหน้าที่สามารถเข้าไปในสถานที่ผลิต หรือสถานที่จำหน่ายเพื่อตรวจสอบ และนำเครื่องสำอางในปริมาณพอสมควรไปเป็นตัวอย่างเพื่อตรวจสอบหรือวิเคราะห์ได้		
10.	หากตรวจพบว่าการผลิต หรือจำหน่ายเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ เครื่องสำอางปลอมหรือเครื่องสำอางผิดมาตรฐาน พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจยึดหรืออายัดไว้เพื่อดำเนินคดีได้		

ส่วนที่ 4 ข้อคำถามความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติ
เครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ในด้านเนื้อหาสาระ, ด้านระเบียบข้อบังคับ และการบังคับใช้
จำนวน 12 ข้อ

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน
เพียงช่องเดียว

ข้อ	ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
		น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด
1.	การกำหนดบทลงโทษตามพรบ.เครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 เหมาะสมดีแล้ว					
2.	ท่านคิดว่าการกำกับดูแลการผลิต หรือจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามข้อกำหนดของกฎหมายเครื่องสำอาง ทำให้ท่านผลิตหรือ จำหน่ายเครื่องสำอางได้ถูกต้องตามมาตรฐาน					
3.	ท่านเชื่อว่าการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามกฎหมายจะคุ้มครองผู้บริโภคได้จริง					
4.	รัฐควรมีการแก้ไขกฎระเบียบบางอย่างเพื่อให้ผู้ผลิต หรือผู้ จำหน่ายเครื่องสำอางสามารถปฏิบัติได้ง่ายขึ้น					
5.	ท่านให้ความสำคัญกับฉลากของเครื่องสำอาง					
6.	เครื่องสำอางทุกชนิดที่ผลิตหรือจำหน่ายต้องมีฉลากครบถ้วน					
7.	ท่านกำกับดูแลคุณภาพของเครื่องสำอางที่ผลิต หรือจำหน่าย					
8.	การสุ่มตรวจการผลิต หรือจำหน่ายเครื่องสำอาง เป็นสิ่งจำเป็น ในการกำกับดูแลความปลอดภัยต่อผู้ใช้เครื่องสำอาง					
9.	ท่านสามารถทำตามกฎ ระเบียบของกระทรวงสาธารณสุขที่ กำหนดโดยไม่ลังเล					
10.	พนักงานเจ้าหน้าที่มีมาตรฐานการตรวจ การผลิตหรือจำหน่าย เครื่องสำอางที่เข้มงวดมาก					
11.	พรบ.เครื่องสำอาง พ.ศ.2535เป็นเรื่องยากในการปฏิบัติ					
12.	การใช้มาตรการทางกฎหมายไม่สามารถแก้ปัญหาการผลิตหรือ จำหน่ายเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัย, เครื่องสำอางปลอม หรือ เครื่องสำอางผิดมาตรฐานได้ทั้งหมด					

ส่วนที่ 5 ข้อคำถามเกี่ยวกับการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติ
เครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำนวน 8 ข้อ

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

ข้อ	ข้อคำถาม	ปฏิบัติ	ปฏิบัติ บางครั้ง	ไม่ได้ ปฏิบัติ
1.	ท่านตรวจสอบเครื่องสำอางที่ผลิต หรือจำหน่ายว่ามีฉลากภาษาไทยกำกับ และใช้ข้อความที่ตรงต่อความจริง			
2.	ท่านตรวจสอบเครื่องสำอางที่ผลิตหรือจำหน่ายว่า มีรายละเอียดข้อความบนฉลากเป็นไปตามข้อกำหนดเรื่องฉลาก			
3.	ท่านตรวจสอบฉลากของเครื่องสำอางที่ผลิต หรือจำหน่ายว่าไม่มีข้อความที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญ			
4.	ท่านตรวจสอบเครื่องสำอางที่ผลิต หรือจำหน่ายว่าไม่เข้าข่ายเป็น เครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้			
5.	ท่านตรวจสอบเครื่องสำอางที่ผลิต หรือจำหน่ายว่าไม่เข้าข่ายเป็น เครื่องสำอางปลอม			
6.	ท่านตรวจสอบเครื่องสำอางที่ผลิต หรือจำหน่ายว่าไม่เข้าข่ายเป็น เครื่องสำอางผิดมาตรฐาน			
7.	ท่านเรียกเก็บเครื่องสำอางคืนจากตลาด หรือหยุดการจำหน่าย เมื่อมีคำสั่งจากภาครัฐแจ้งว่าเครื่องสำอางนั้นเป็นเครื่องสำอางอันตราย			
8.	ท่านให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่กับพนักงานเจ้าหน้าที่ เมื่อมีการตรวจสอบเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหลังออกสู่ตลาด			

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ชุดที่ 2

แบบสอบถามเรื่อง

การกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535
ในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้ ตอบโดยผู้จำหน่ายเครื่องสำอางในกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะสถานที่จำหน่ายเครื่องสำอาง

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

ส่วนที่ 4 ข้อคำถามความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

ส่วนที่ 5 ข้อคำถามเกี่ยวกับการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

ส่วนที่ 6 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อจัดทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารกฎหมายการแพทย์และสาธารณสุข บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล ผู้วิจัยขอให้ท่านตอบแบบสอบถามให้ครบทุกส่วนทุกข้อและตอบตามความเป็นจริงมากที่สุด คำตอบที่ได้จากท่านผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับและขอรับรองว่าจะไม่มีผลกระทบใดๆต่อตัวท่าน โดยท่านไม่ต้องกรอกชื่อ นามสกุล และชื่อสถานประกอบการ

ขอขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนร่วม

ธนพร ศรีธธาพุท

นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาบริหารกฎหมายการแพทย์และสาธารณสุข

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคล จำนวน 7 ข้อ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่เกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ () 1. ชาย () 2. หญิง
2. อายุ.....ปี
3. ระดับการศึกษา
() 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี () 2. ปริญญาตรี () 3. ปริญญาโทหรือสูงกว่า
4. ท่านติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องสำอางจากหน่วยงานราชการหรือไม่
() 1. ติดตามสม่ำเสมอ () 2. ติดตามเป็นบางครั้ง
() 3. ไม่ติดตาม
5. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องสำอางจากแหล่งข้อมูลใด
() 1. หนังสือพิมพ์ () 2. นิตยสาร, วารสาร
() 3. เว็บไซต์ของ อย. () 4. อื่น ๆ.....
6. ท่านเป็น
() 1. เจ้าของกิจการ () 2. พนักงานขาย
() 3. อื่น ๆ (โปรดระบุ)
7. ท่านมีประสบการณ์ในการจำหน่ายเครื่องสำอางเป็นเวลานาน.....ปี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะสถานที่จำหน่ายเครื่องสำอาง จำนวน 2 ข้อ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่เกี่ยวกับตัวท่าน

1. ลักษณะของสถานที่จำหน่ายเครื่องสำอางของท่านตรงกับข้อใด
() 1. เป็นอาคารพาณิชย์ที่มีที่ตั้งแน่นอน
() 2. เป็นร้านค้า/ห้องเช่า ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า หรือ ห้างสรรพสินค้า
() 3. เป็นแผงเช่าพื้นที่/รถเข็นให้เช่า ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า หรือ ห้างสรรพสินค้า
() 4. เป็นแผงเช่าพื้นที่ ตั้งอยู่ตามตลาดนัด
() 5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
2. สถานที่ประกอบการของท่านจำหน่ายสินค้าประเภทใดบ้าง
() 1. จำหน่ายเฉพาะเครื่องสำอางเท่านั้น
() 2. จำหน่ายเครื่องสำอาง และอาหารเสริม
() 3. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำนวน 10 ข้อ

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ	ข้อคำถาม	ใช่	ไม่ใช่
1.	ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทุกชนิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องกำกับดูแล		
2.	ก่อนที่จะทำการผลิตเครื่องสำอาง ท่านจะต้องยื่นจดแจ้งต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุขก่อนที่จะทำการผลิต		
3.	หากมีสารเคมีที่อาจจะก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภคผสมในเครื่องสำอาง จะต้องมีการกำกับดูแลปริมาณการใช้		
4.	เครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ คือ เครื่องสำอางที่มีสารที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้นอนอยู่ด้วย		
5.	เครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ คือ เครื่องสำอางที่ผลิตหรือใช้ ภาชนะบรรจุไม่ถูกสุขลักษณะอันอาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้		
6.	เครื่องสำอางปลอม คือ เครื่องสำอางที่ใช้ฉลากแจ้งชื่อผู้ผลิตหรือแหล่งผลิตที่ไม่เป็นความจริง		
7.	เครื่องสำอางผิดมาตรฐาน คือ เครื่องสำอางซึ่งมีสารสำคัญน้อยกว่าเกินสิบห้าเปอร์เซ็นต์ หรือมากกว่าเกินสิบแปดเปอร์เซ็นต์ ตามที่ได้แจ้งไว้ต่อพนักงานเจ้าหน้าที่		
8.	ฉลากของเครื่องสำอางที่นำเข้าจากต่างประเทศเพื่อจะวางจำหน่าย ไม่จำเป็นต้องมีข้อความภาษาไทย		
9.	ในกรณีที่มิเหตุอันควรสงสัยว่ามีการกระทำความผิด พนักงานเจ้าหน้าที่สามารถเข้าไปในสถานที่ผลิต หรือสถานที่จำหน่ายเพื่อตรวจสอบ และนำเครื่องสำอางในปริมาณพอสมควรไปเป็นตัวอย่างเพื่อตรวจสอบหรือวิเคราะห์ได้		
10.	หากตรวจพบว่าการผลิต หรือจำหน่ายเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ เครื่องสำอางปลอมหรือเครื่องสำอางผิดมาตรฐาน พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจยึดหรืออายัดไว้เพื่อดำเนินคดีได้		

ส่วนที่ 4 ข้อคำถามความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 ในด้านเนื้อหาสาระ, ด้านระเบียบข้อบังคับ และการบังคับใช้ จำนวน 12 ข้อ

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านเพียงช่องเดียว

ข้อ	ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
		น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
1	การกำหนดบทลงโทษตามพรบ.เครื่องสำอาง พ.ศ.2535 เหมาะสมดีแล้ว					
2	ท่านคิดว่าการกำกับดูแลการผลิต หรือจำหน่ายเครื่องสำอางตามข้อกำหนดของกฎหมายเครื่องสำอาง ทำให้ท่านผลิตหรือจำหน่ายเครื่องสำอางได้ถูกต้องตามมาตรฐาน					
3	ท่านเชื่อว่าการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามกฎหมายจะคุ้มครองผู้บริโภคได้จริง					
4	รัฐควรมีการแก้ไขกฎระเบียบบางอย่างเพื่อให้ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายเครื่องสำอางสามารถปฏิบัติได้ง่ายขึ้น					
5	ท่านให้ความสำคัญกับฉลากของเครื่องสำอาง					
6	เครื่องสำอางทุกชนิดที่ผลิตหรือจำหน่ายต้องมีฉลากครบถ้วน					
7	ท่านกำกับดูแลคุณภาพของเครื่องสำอางที่ผลิต หรือจำหน่าย					
8	การสุ่มตรวจการผลิต หรือจำหน่ายเครื่องสำอาง เป็นสิ่งจำเป็นในการกำกับดูแลความปลอดภัยต่อผู้ใช้เครื่องสำอาง					
9	ท่านสามารถทำตามกฎ ระเบียบของกระทรวงสาธารณสุขที่กำหนดโดยไม่ลังเล					
10	พนักงานเจ้าหน้าที่มีมาตรฐานการตรวจ การผลิตหรือจำหน่ายเครื่องสำอางที่เข้มงวดมาก					
11	พรบ.เครื่องสำอาง พ.ศ.2535เป็นเรื่องยากในการปฏิบัติ					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
12	การใช้มาตรการทางกฎหมายไม่สามารถแก้ปัญหาการผลิตหรือจำหน่ายเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัย, เครื่องสำอางปลอม หรือ เครื่องสำอางผิดมาตรฐานได้ทั้งหมด					

ส่วนที่ 5 ข้อคำถามเกี่ยวกับการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำนวน 8 ข้อ

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

ข้อ	ข้อความ	ปฏิบัติ	ปฏิบัติบางครั้ง	ไม่ได้ปฏิบัติ
1.	ท่านตรวจสอบเครื่องสำอางที่ผลิต หรือจำหน่ายว่ามีฉลากภาษาไทยกำกับ และใช้ข้อความที่ตรงต่อความจริง			
2.	ท่านตรวจสอบเครื่องสำอางที่ผลิตหรือจำหน่ายว่า มีรายละเอียดข้อความบนฉลากเป็นไปตามข้อกำหนดเรื่องฉลาก			
3.	ท่านตรวจสอบฉลากของเครื่องสำอางที่ผลิต หรือจำหน่ายว่าไม่มีข้อความที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญ			
4.	ท่านตรวจสอบเครื่องสำอางที่ผลิต หรือจำหน่ายว่าไม่เข้าข่ายเป็น เครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้			
5.	ท่านตรวจสอบเครื่องสำอางที่ผลิต หรือจำหน่ายว่าไม่เข้าข่ายเป็น เครื่องสำอางปลอม			
6.	ท่านตรวจสอบเครื่องสำอางที่ผลิต หรือจำหน่ายว่าไม่เข้าข่ายเป็น เครื่องสำอางผิดมาตรฐาน			
7.	ท่านเรียกเก็บเครื่องสำอางคืนจากตลาด หรือหยุดการจำหน่าย เมื่อมีคำสั่งจากภาครัฐแจ้งว่าเครื่องสำอางนั้นเป็นเครื่องสำอางอันตราย			
8.	ท่านให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่กับพนักงานเจ้าหน้าที่ เมื่อมีการตรวจสอบเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหลังออกสู่ตลาด			

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ



ชุดที่ 3

แบบสอบถามเรื่อง

การกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535
ในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้ ตอบโดยพนักงานเจ้าหน้าที่ ซึ่งเป็นเกษตรกรผู้ปฏิบัติงานในงานกำกับดูแล
ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหลังออกสู่ตลาด กลุ่มกำกับดูแลเครื่องสำอาง สำนักกำกับดูแล
เครื่องสำอางและวัตถุอันตราย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา แบ่งเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง
ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

ส่วนที่ 4 ข้อคำถามเกี่ยวกับการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตาม
พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

ส่วนที่ 5 ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านทรัพยากรการบริหาร

ส่วนที่ 6 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง
พ.ศ.2535

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเพื่อจัดทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาปริญญาโทหลักสูตร
วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาบริหารกฎหมายการแพทย์และสาธารณสุข บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหิดล ผู้วิจัยขอให้ท่านตอบแบบสอบถามให้ครบทุกส่วนทุกข้อและตอบตามความเป็น
จริงมากที่สุด คำตอบที่ได้จากท่านผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับและขอรับรองว่าจะไม่มีผลกระทบใด ๆ
ต่อตัวท่าน โดยท่านไม่ต้องกรอกชื่อ นามสกุล

ขอขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนร่วม

ธนพร ศรีธธาพุทธ

นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาบริหารกฎหมายการแพทย์และสาธารณสุข

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคล จำนวน 5 ข้อ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

1. เพศ () 1. ชาย () 2. หญิง
2. อายุ.....ปี
3. วุฒิการศึกษาสูงสุด
() 1. ปริญญาตรี () 2. ปริญญาโท () 3. ปริญญาเอก
4. ปัจจุบันท่านดำรงตำแหน่ง
() 1. เกษตรกรปฏิบัติการ
() 2. เกษตรกรชำนาญการ
() 3. เกษตรกรชำนาญการพิเศษ
5. ท่านมีประสบการณ์ในงานกำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหลังออกสู่ตลาด
เป็นเวลา.....ปี

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำนวน 1 ข้อ

1. ท่านต้องการเพิ่มเติมความรู้ในส่วนใด หรือด้านใดบ้าง เพื่อที่จะทำให้ท่านสามารถปฏิบัติงานในการกำกับดูแลเครื่องสำอางให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติ
เครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำนวน 12 ข้อ

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน
เพียงช่องเดียว

ข้อ	ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
		น้อย ที่สุด (1)	น้อย (2)	ปาน กลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)
1.	การกำหนดบทลงโทษตาม พรบ.เครื่องสำอาง พ.ศ.2535 เครื่องสำอางเหมาะสมดีแล้ว					
2.	ท่านคิดว่าการกำกับดูแลการผลิต หรือจำหน่าย เครื่องสำอางตามข้อกำหนดของกฎหมาย เครื่องสำอาง ทำให้ผลิตหรือจำหน่ายเครื่องสำอาง ได้ถูกต้องตามมาตรฐาน					
3.	ท่านเชื่อว่าการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่าย เครื่องสำอางตามกฎหมายจะคุ้มครองผู้บริโภคได้จริง					
4.	รัฐควรมีการแก้ไขกฎระเบียบบางอย่างเพื่อให้ ผู้ผลิต หรือผู้จำหน่ายเครื่องสำอางสามารถปฏิบัติ ได้ง่ายขึ้น					
5.	ท่านให้ความสำคัญกับฉลากของเครื่องสำอาง					
6.	เครื่องสำอางทุกชนิดที่ผลิตหรือจำหน่ายต้องมี ฉลากครบถ้วน					
7.	ท่านกำกับดูแลคุณภาพของเครื่องสำอางที่ผลิต หรือจำหน่าย					
8.	ท่านส่งเสริมการผลิต หรือการจำหน่ายเครื่องสำอาง เพราะเป็นสิ่งจำเป็นในการกำกับดูแลความปลอดภัยต่อผู้ใช้เครื่องสำอาง					
9.	ท่านสามารถทำตามกฎ ระเบียบของกระทรวง สาธารณสุขที่กำหนดโดยไม่ลังเล					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		น้อย ที่สุด (1)	น้อย (2)	ปาน กลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)
10.	พนักงานเจ้าหน้าที่ที่มีมาตรฐานการตรวจ การผลิต หรือจำหน่ายเครื่องสำอางที่เข้มงวดมาก					
11.	พรบ.เครื่องสำอาง พ.ศ.2535 เป็นเรื่องยากในการปฏิบัติ					
12.	การใช้มาตรการทางกฎหมายไม่สามารถแก้ปัญหา การผลิตหรือจำหน่ายเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัย, เครื่องสำอางปลอม หรือ เครื่องสำอางผิดมาตรฐาน ได้ทั้งหมด					

ส่วนที่ 4 ข้อคำถามเกี่ยวกับการกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติ เครื่องสำอาง พ.ศ.2535 จำนวน 17 ข้อ

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

ข้อ	ข้อความ	ปฏิบัติ	ปฏิบัติ บางครั้ง	ไม่ได้ ปฏิบัติ	โปรดระบุ เหตุผล
การตรวจสอบ					
1.	หน่วยงานของท่านจัดทำแผนการออกตรวจสอบสถานที่ผลิต/จำหน่ายประจำปี				
2.	หน่วยงานของท่านดำเนินการออกตรวจสอบสถานที่ผลิต/จำหน่าย ตามแผนที่วางไว้ในแต่ละปี				
3.	หน่วยงานของท่านได้มีการศึกษาหาข้อมูล รายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ผลิต/จำหน่าย แต่ละแห่ง ก่อนออกตรวจสอบ				

ข้อ	ข้อคำถาม	ปฏิบัติ	ปฏิบัติ บางครั้ง	ไม่ได้ ปฏิบัติ	โปรตรระบุ เหตุผล
4.	ในการเข้าตรวจสอบสถานที่ผลิต/จำหน่าย ท่านได้แสดงบัตรประจำตัวก่อนเข้าตรวจสอบ และแจ้งวัตถุประสงค์ในการตรวจสอบให้ผู้ประกอบการทราบทุกครั้ง				
5.	เมื่อมีการร้องเรียน ท่านได้ดำเนินการตรวจสอบโดยเร็ว				
การเก็บตัวอย่าง					
6.	หน่วยงานของท่านจัดทำแผนการเก็บตัวอย่างประจำปี				
7.	หน่วยงานของท่านได้ดำเนินการเก็บตัวอย่างตามแผนที่วางไว้ในแต่ละปี				
8.	หน่วยงานของท่านมีการเก็บตัวอย่างเครื่องสำอาง ในกรณีที่สงสัยว่าอาจเป็นอันตราย ซึ่งไม่อยู่ในแผนการเก็บตัวอย่าง นำไปตรวจวิเคราะห์				
9.	หน่วยงานของท่านได้มีการบันทึกการเก็บตัวอย่างเครื่องสำอาง ตามแบบฟอร์มบันทึกการเก็บตัวอย่าง				
การยึด					
10.	หน่วยงานของท่านได้มีการยึดเครื่องสำอางที่ผิดกฎหมาย หรือสงสัยว่าเป็นอันตราย ทุกราย				
11.	หน่วยงานของท่านได้มีการนำเครื่องสำอางที่ยึดได้ไปตรวจวิเคราะห์ทุกครั้ง				
12.	เมื่อดำเนินการยึดเครื่องสำอาง หน่วยงานของท่านได้มีการชี้แจงให้ผู้ประกอบการทราบถึงสาเหตุในการยึด				
13.	เมื่อดำเนินการยึดเครื่องสำอาง หน่วยงานของท่านได้มีการบันทึกรายละเอียดของเครื่องสำอางที่ยึดไว้				

ข้อ	ข้อคำถาม	ปฏิบัติ	ปฏิบัติ บางครั้ง	ไม่ได้ ปฏิบัติ	โปรครระบุ เหตุผล
การอายัด					
14.	ในการอายัดเครื่องสำอาง หน่วยงานของท่านได้มีการแยกเก็บเครื่องสำอางที่อายัดไว้จากกลุ่มอื่น				
15.	เมื่อมีการดำเนินการอายัดเครื่องสำอาง หน่วยงานของท่านได้มีการบันทึก ตามแบบฟอร์มบันทึกการอายัดเครื่องสำอาง				
16.	เครื่องสำอางที่อายัดไว้ หน่วยงานของท่านได้มีการทำสัญลักษณ์แยกไว้ชัดเจน				
17.	ท่านได้มีการอธิบายเกี่ยวกับการอายัดเครื่องสำอางให้ผู้ประกอบการทราบอย่างชัดเจน				

ส่วนที่ 5 ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านทรัพยากรการบริหาร จำนวน 3 ข้อ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ลงใน () หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

1. ท่านคิดว่าหน่วยงานของท่านที่ต้องกำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหลังออกสู่ตลาดในปัจจุบัน มีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานเพียงพอหรือไม่

() 1. เพียงพอ () 2. ไม่เพียงพอ

หากไม่เพียงพอ ท่านคิดว่าควรมีพนักงานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานจำนวน.....คน

2. ปัจจุบันหน่วยงานของท่านมีงบประมาณสนับสนุนที่เพียงพอต่อการปฏิบัติงานหรือไม่

() 1. เพียงพอ () 2. ไม่เพียงพอ

3. หน่วยงานของท่านได้รับการจัดสรรวัสดุอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่นยานพาหนะ (รถยนต์) วัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้ในการปฏิบัติงาน มีจำนวนเพียงพอหรือไม่

() 1. เพียงพอ

() 2. ไม่เพียงพอ เนื่องจาก

.....

ส่วนที่ 6 ปัญหา อุปสรรค ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535

6.1 เกี่ยวกับกฎหมาย และการบังคับใช้

.....

.....

.....

.....

6.2 เกี่ยวกับการปฏิบัติงาน เช่น การตรวจสอบสถานที่, การเก็บตัวอย่าง, การยึด, การอายัด

.....

.....

.....

.....

6.3 ด้านอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นามสกุล	นางสาวธนพร ศรีธาทพุท
วันเดือนปีเกิด	19 มกราคม พ.ศ. 2513
จังหวัดและประเทศที่เกิด	กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
ประวัติการศึกษา	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, พ.ศ. 2536 เกสัชศาสตรบัณฑิต คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, พ.ศ. 2554 วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สาธารณสุขศาสตร์) สาขาวิชาเอกบริหารกฎหมายการแพทย์และ สาธารณสุข คณะสาธารณสุขศาสตร์
ตำแหน่ง สถานที่ทำงานปัจจุบัน	เภสัชกรปฏิบัติการ กลุ่มควบคุมวัตถุอันตราย สำนักควบคุมเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข โทร 0 2590 7303
ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้	22 ถนนดาวช่าง แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300 E-mail: tnp_mu@yahoo.com