

การพัฒนาารูปแบบเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชนในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง  
ในพื้นที่ตำบลเสม็ด อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์  
The Development of Community Empowerment Model in Cosmetics  
Consumer Protection in The Area of Samet Sub-District,  
Meung District, Buriram Province

กัญญารัตน์ คุณหงษ์<sup>1\*</sup> จีระศักดิ์ เจริญพันธ์<sup>2</sup> และนิรุวรรณ เทรินโบล<sup>2</sup>  
Kanyarat Khoonhong<sup>1\*</sup>, Cheerasak Charoenpan<sup>2</sup> and Niruwan Turnbull<sup>2</sup>

บทคัดย่อ

การพัฒนาารูปแบบเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชนในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง ในพื้นที่ตำบลเสม็ด อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาารูปแบบเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชนในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง การคัดเลือกประชากรกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการคัดเลือกเข้า 60 คน ประกอบไปด้วย ผู้นำชุมชน (3 คน) อาสาสมัครสาธารณสุข (11 คน) และตัวแทนภาคประชาชน (46 คน) ซึ่งการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ คือ ระยะที่ 1 เตรียมการคือศึกษาสภาพปัญหาและบริบทของชุมชน ระยะที่ 2 การพัฒนาารูปแบบเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชนในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง และระยะที่ 3 ระยะประเมินผล การศึกษาการพัฒนาารูปแบบเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชนในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนก่อนและหลังพัฒนาโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน คือ Paired Sample t-test

ผลการวิจัย พบว่า ได้รูปแบบการเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชนในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางที่เหมาะสม และสอดคล้องกับบริบทพื้นที่ “SAMET Model” ประกอบด้วย การกระตุ้นให้เกิดการรับรู้สภาพปัญหา (Stimulation) วิเคราะห์ปัญหา (Analysis) เพื่อกำหนดแผนการดำเนินการของชุมชนร่วมกัน การบริหารจัดการโดยชุมชน (Management) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Exchange Knowledge) และการทำงานเป็นทีม (Team Work) โดยความร่วมมือกันของชุมชน และหลังพัฒนามีค่าคะแนนเฉลี่ยความรู้ ทักษะคิดเกี่ยวกับเครื่องสำอาง พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอาง และการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง เพิ่มขึ้นกว่าก่อนพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

<sup>1</sup> นิสิตสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มหาสารคาม 44150

<sup>2</sup> ผศ., คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มหาสารคาม 44150

\* Corresponding author: e-mail: ssnewsn5@gmail.com

โดยสรุป ปัจจัยแห่งความสำเร็จ คือ การกระตุ้นเพื่อให้รับรู้สถานการณ์ของปัญหาของชุมชน ทำให้รู้สึกว่าจะสามารถแก้ไขปัญหาได้ เกิดพลังอำนาจชุมชนที่จะดำเนินการแก้ไขปัญหา ความยินดีและความสมัครใจที่จะเข้าร่วมทำให้เกิดความรู้สึกถึงการเป็นเจ้าของของโครงการสร้างความสามัคคีให้เกิดขึ้น และการติดตามรายการผลอย่างสม่ำเสมอ ทำให้เกิดการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

**คำสำคัญ :** การเสริมสร้างพลังอำนาจ เครื่องสำอาง งานคุ้มครองผู้บริโภค

### Abstract

The development of community empowerment model in cosmetics consumer protection in Meung district, Samet District, Buriram province. Used the research methods action research was arrived at studying the development of community empowerment model in cosmetics consumer protection. The samples was 60 people. This research was divided into 3 phases: 1 prepared a hand problems and community context, phase 2 the development of community empowerment model in cosmetics consumer protection. Phase 3 The evaluation of the development of community empowerment model in cosmetics consumer protection. Quantitative analysis was descriptive statistics. The average score was compared before and after development using inferential statistic which is Paired Sample t-test.

The results showed that model community empowerment in cosmetics consumer protection was “SAMET Model” Consisted which of stimulation of awareness problems (Stimulation) to analyze problems (Analysis), Community together (Management), sharing (Exchange Knowledge) and teamwork (Team Work) by cooperation of the community and the mean score knowledge, attitude about cosmetics consumer, behavior of cosmetics and participation in consumer protection in cosmetics has increased than before develop statistical significant at  $p=0.05$ .

In conclusion, the factors of success is to encourage the developed of the needs of the community can bring the recognition to community lead.

**Keywords :** Empowerment, Cosmetics, Consumer Protection

## บทนำ

ในปัจจุบันได้มีการผลิตสินค้าและบริการจำนวนมาก เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค เนื่องจากโลกมีความเจริญเติบโตทางด้านอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบธุรกิจจึงต้องนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้โดยเฉพาะทางการโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ ส่งผลให้มีผลิตภัณฑ์หลายชนิดที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายหวังผลกำไรมาก โดยไม่คำนึงถึงอันตรายที่จะมีต่อสุขภาพของผู้บริโภค เช่น การปลอมปน การปลอมแปลงสินค้า เป็นต้น การคุ้มครองผู้บริโภคจึงเป็นภารกิจสำคัญเพื่อให้ประชาชนได้บริโภคผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความปลอดภัย เป็นธรรม รัฐจึงได้กำหนดให้มีหน่วยงานขึ้นเพื่อรับผิดชอบดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคดังกล่าว ซึ่งหน่วยงานที่คุ้มครองความปลอดภัยในการบริโภคผลิตภัณฑ์และบริการด้านสาธารณสุข ส่วนใหญ่อยู่ในความดูแลรับผิดชอบของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สังกัดกระทรวงสาธารณสุขและกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ รวมถึงศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์ และในส่วนภูมิภาคอีก 76 จังหวัด หน่วยงานของรัฐที่ดูแลเรื่องนี้ได้แก่กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดซึ่งดูแลในภาพรวมของจังหวัด และในระดับอำเภออยู่ในความรับผิดชอบดูแลของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอ สถานีอนามัย โรงพยาบาลศูนย์ โรงพยาบาลทั่วไป และโรงพยาบาลชุมชน

เครื่องสำอางเป็นผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีสถิติเรื่องร้องเรียนเป็นอันดับ 3 ของผลิตภัณฑ์สุขภาพที่อยู่ในความดูแลของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา [1] ซึ่งประเด็นการร้องเรียนได้แก่ เรื่องโฆษณาโอ้อวดเกินจริง การเกิดผลไม่พึงประสงค์จากการใช้เครื่องสำอาง ทำให้เกิดปัญหาต่างๆเกี่ยวกับเครื่องสำอาง เช่น เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของสารห้ามใช้ในเครื่องสำอาง อาทิ สารไฮโดรควิโนน ทำให้เกิดการระคายเคือง และจุดด่างขาวที่ผิวหนัง หน้าดำ เป็นฝ้า ถาวร รักษาไม่หาย เป็นต้น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้เก็บตัวอย่างเครื่องสำอางที่วางขายตามท้องตลาด ซึ่งจากสรุปผลการวิเคราะห์เครื่องสำอางในช่วงปี 2551-2555 พบเครื่องสำอางที่ไม่ได้มาตรฐานร้อยละ 17.96, 18.25, 27.83, 14.01 และร้อยละ 27.46 ตามลำดับ จังหวัดบุรีรัมย์โดยสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดบุรีรัมย์ [2] ได้ทำการตรวจเฝ้าระวังเครื่องสำอาง และได้ทำการรวบรวมปัญหาการจำหน่ายเครื่องสำอางในสถานประกอบการในภาพรวมของจังหวัด ทั้ง 23 อำเภอ จำนวน 826 แห่ง พบปัญหาการจำหน่ายเครื่องสำอางที่ไม่ได้มาตรฐานร้อยละ 12.11

ในพื้นที่ตำบลเสม็ดอยู่ในความรับผิดชอบของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลหัววัว ซึ่งมีจำนวนร้านชำทั้งหมด 166 ร้าน ซึ่งจากผลการตรวจร้านชำในช่วง พ.ศ.2554 และ 2555 พบการจำหน่ายเครื่องสำอางไม่ได้มาตรฐานร้อยละ 68.18 และ 81.81 ตามลำดับ [3] ซึ่งสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดบุรีรัมย์ได้การดำเนินงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางตามแนวโครงการความปลอดภัยด้านเครื่องสำอาง ภายใต้พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 [4] ซึ่งได้แก่การกำกับดูแลก่อนออกจำหน่ายในท้องตลาด การควบคุมหลังออกจำหน่าย การเฝ้าระวังความปลอดภัย และการเผยแพร่ความรู้และพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคซึ่งได้แก่ การตรวจสอบ แจ้งเตือนสถานที่จำหน่ายเครื่องสำอาง ตรวจสอบเฝ้าระวังสุ่มเก็บตัวอย่างเครื่องสำอางที่มีความเสี่ยง การติดตามไม่ให้มีการวางจำหน่ายเครื่องสำอางผิดกฎหมาย เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ผู้บริโภคแต่ยังพบปัญหาเครื่องสำอางไม่ได้มาตรฐานอยู่ จากปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เพื่อหาสาเหตุของปัญหาการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง โดยได้ทำการสนทนากลุ่มแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องกับงานคุ้มครองผู้บริโภคในระดับชุมชน และทำการสำรวจเบื้องต้น พบว่าสาเหตุหลักของปัญหาเกิดจากประชาชนขาดความรู้ ทักษะ และไม่มีพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางที่ไม่ถูกต้อง

การดำเนินงานที่ผ่านมาพบว่าการทำงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางเป็นการทำงานของเจ้าหน้าที่เพียงฝ่ายเดียว ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการพัฒนารูปแบบเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชนในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง ซึ่งการสร้างพลังอำนาจให้แก่ชุมชนเป็นการเสริมสร้างพลังความสามารถที่จะดำเนินการสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้ด้วยแรงผลักดันของตนเอง การมีส่วนร่วมและการเรียนรู้ เป็นทั้งกระบวนการและเป้าหมายการทำงานที่จะต้องอยู่อย่างต่อเนื่อง และถือว่าเป็นหัวใจในการทำงานกับชุมชนทุกขั้นตอน นับตั้งแต่การศึกษาชุมชนและการวิเคราะห์ชุมชน ซึ่งมีใช้กิจกรรมที่นักพัฒนา

Thaksin.J., Vol.18 (1) January-June 2015

ต้องการรู้จักชุมชน เป็นฝ่ายศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากชุมชนเพียงฝ่ายเดียวเท่านั้น การศึกษาชุมชนยังเป็นไปเพื่อให้ชุมชนมีการศึกษาและวิเคราะห์ตนเอง ซึ่งนำไปสู่หาทางเลือกในการจัดการในลักษณะการวางแผน วางโครงการ ลงมือปฏิบัติ และมีการติดตามงานและประเมินการทำงาน ซึ่งการสร้างพลังอำนาจเป็นกระบวนการที่บุคคลและสังคมรอบข้างจะมีปฏิสัมพันธ์กันอยู่ตลอดเวลา [5]

บ้านหนองข่า หมู่ที่ 6 ตำบลเสม็ด อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นชุมชนที่เข้มแข็ง ให้ความร่วมมือในกิจการที่เป็นประโยชน์ต่างๆทั้งด้านอาชีพ วัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยเฉพาะมีกลุ่มแกนนำชุมชนและอาสาสมัครสาธารณสุขภายในชุมชนที่มีความเข้มแข็ง นอกจากนี้ยังมีความพร้อมของประชาชนและกลุ่มองค์กรต่างๆ ในการให้ความช่วยเหลือร่วมมือในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาหมู่บ้าน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการพัฒนาารูปแบบเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชนในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง เพื่อหารูปแบบที่เหมาะสมในการเสริมพลังอำนาจชุมชนในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง ในพื้นที่บ้านหนองข่า หมู่ที่ 6 ตำบลเสม็ด อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยจึงศึกษาโดยใช้แนวคิดการเสริมสร้างพลังอำนาจ (Empowerment) ร่วมกับการวิจัยเชิงปฏิบัติการ ซึ่งเป็นการรวบรวมปัญหาหรือคำถามจากการสะท้อนการปฏิบัติการของชุมชนเพื่อต้องการที่จะพัฒนาหาหลักการและวิธีการปฏิบัติงาน โดยได้รูปแบบหรือแนวทางในการพัฒนาคุณภาพ ให้สอดคล้องกับภาวะของชุมชน เป็นการวิจัยเพื่อพัฒนาการเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชนในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางไปในทิศทางที่ต้องการ ทำให้เกิดรูปแบบในการเสริมสร้างพลังที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

### วิธีดำเนินการ

การศึกษาครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) เพื่อศึกษาการพัฒนาารูปแบบเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชนในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง ในตำบลเสม็ด อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ มีประชากรกลุ่มตัวอย่างดังนี้ ประชากร คือ ผู้นำชุมชน อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน และประชาชน บ้านหนองข่า หมู่ที่ 6 ตำบลเสม็ด อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ และกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มแกนนำชุมชน ได้แก่ ผู้นำชุมชน อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน และตัวแทนภาคประชาชน โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการคัดเลือกจำนวนทั้งสิ้น 60 คน ซึ่งเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเข้าศึกษา (Inclusion Criteria) ดังนี้ 1. เป็นผู้ที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป 2.เป็นผู้ที่สื่อสาร อ่านออก เขียนได้ด้วยภาษาไทย 3. เป็นผู้ยินดีเข้าร่วมโครงการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ระยะ รายละเอียดการดำเนินการศึกษา ดังนี้

ระยะที่ 1 ระยะเตรียมการ ประกอบด้วย

1. เตรียมพื้นที่ในการศึกษา โดยประสานงานกับผู้เกี่ยวข้อง และชี้แจงวัตถุประสงค์ในการวิจัยแก่กลุ่มตัวอย่างทราบ

2. เก็บข้อมูลความรู้ พฤติกรรม ทศนคติในการเลือกใช้เครื่องสำอาง และการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน

3. ศึกษาบริบทของพื้นที่และข้อมูลพื้นฐาน คุณลักษณะทางประชากร

4. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ปัญหาเครื่องสำอางอันตราย และระบบงานคุ้มครองผู้บริโภค

ด้านเครื่องสำอางในชุมชน

ระยะที่ 2 ระยะดำเนินการ ดำเนินการตามการวิจัยเชิงปฏิบัติการประกอบด้วย 4 ขั้นตอนดังนี้

1. ช้้นวางแผน (Plan)

1.1 ระดมสมองโดยการประชุมกลุ่ม/ประชาคม

1.2 วิเคราะห์บริบทข้อมูลพื้นฐาน ปัญหาและอุปสรรค การคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง

1.3 ร่วมกำหนดทางเลือกในการดำเนินการ

1.4 จัดทำแผนการดำเนินงานการเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชน

## 2. การปฏิบัติ (Action)

ดำเนินงานตามแผนการดำเนินงานการเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชน ประกอบด้วย 3 โครงการ ดังนี้ 1. โครงการการจัดตั้งศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์ (ด้านเครื่องสำอาง) และบริการสุขภาพ ประจำหมู่บ้าน กำหนดระยะเวลาระหว่างวันที่ 6-11 มกราคม 2557 โดยมีประธานและอาสาสมัครสาธารณสุขเป็นผู้รับผิดชอบโครงการ 2.โครงการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค โดยมีเจ้าหน้าที่สาธารณสุขและกลุ่มผู้นำเป็นร่วมรับผิดชอบ กำหนดระยะเวลาระหว่างเดือนมกราคม-มีนาคม 2557 และ 3.โครงการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้ความรู้

## 3. การสังเกต (Observation)

3.1 นิเทศติดตามงานวิเคราะห์ผลที่เกิดขึ้น และข้อค้นพบที่สำคัญ

3.2.สังเคราะห์กระบวนการดำเนินงานที่เกิดขึ้น

4. การสะท้อนผล (Reflection) ประกอบด้วย การประชุมกลุ่ม เพื่อสรุปผลการดำเนินงานปัจจัยแห่งความสำเร็จ ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะ และแนวทางการแก้ไขปัญหา

ระยะที่ 3 ระยะประเมินผล โดยการถอดบทเรียนสรุปผลการศึกษาการกระบวนการพัฒนารูปแบบเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชนในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยเครื่องมือ 2 ชุด ได้แก่ เครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล และเครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยศึกษาค้นคว้าเนื้อหาในเอกสาร ตำรา รวมทั้งทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสร้างเครื่องมือ ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง ความครอบคลุมของเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นนำแบบสอบถามกลับมาปรับปรุงแก้ไข และนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างอื่นในพื้นที่ที่บริบทใกล้เคียงกัน คือบ้านหนองโพรง เพื่อหาความเที่ยง (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ในการวัด เพื่อให้ได้ค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.92 ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบไปด้วย 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลคุณลักษณะประชากร เป็นแบบสอบถามทั่วไปของผู้ตอบคำถามเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอาง คำถามมีลักษณะเป็นแบบปรนัยตอบแบบเลือกตอบลักษณะข้อคำถามเป็น 2 ตัวเลือก คือ ใช่ (1 คะแนน) และ ไม่ใช่ (0 คะแนน)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับเครื่องสำอางที่ถูกต้อง ข้อคำถามเป็นคำถามปลายปิดให้เลือกตอบ ชนิดแบบประเมินค่า (Rating Scale) 3 อันดับ คือ เห็นด้วย ไม่แน่ใจ และไม่เห็นด้วย โดยจำแนกเป็นข้อคำถามเชิงบวกและเชิงลบ รวมทั้งกำหนดเกณฑ์การให้ค่าคะแนนสำหรับข้อความเชิงบวก คือ เห็นด้วย (3 คะแนน) ไม่แน่ใจ (2 คะแนน) และไม่เห็นด้วย (1 คะแนน) ในขณะที่ข้อความเชิงลบกำหนดให้ค่าคะแนนในทิศทางตรงข้าม

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามการพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางที่เป็นแบบตรวจสอบตารางรายการ (Rating Scale) เกณฑ์วัดเป็น 3 ตัวเลือก คือ การปฏิบัติทุกครั้ง (3 คะแนน) การปฏิบัติบางครั้ง (2 คะแนน) และไม่ได้ปฏิบัติ (1 คะแนน)

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเพื่อประเมินการมีส่วนร่วมของกลุ่มแกนนำในการพัฒนารูปแบบเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชนในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง สร้างตามแบบการวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) มีลักษณะเป็นมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) 3 ระดับ คือ มีส่วนร่วมมาก (3 คะแนน) ส่วนร่วมปานกลาง (2 คะแนน) และมีส่วนร่วมน้อย (1 คะแนน)

2. เครื่องมือที่ใช้ในดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการจดบันทึก (Observation and Record) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)

### ผลการวิจัย

การพัฒนาารูปแบบเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชนในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง ในพื้นที่ตำบลเสม็ด อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่าได้รูปแบบการเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชนในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางที่เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทพื้นที่ คือ “SAMET Model” ซึ่งประกอบด้วย การกระตุ้นให้เกิดการรับรู้สภาพปัญหา (Stimulation) วิเคราะห์ปัญหา (Analysis) เพื่อกำหนดแผนการดำเนินการของชุมชนร่วมกัน การบริหารจัดการโดยชุมชน (Management) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Exchange knowledge) และการทำงานเป็นทีม (Team Work) โดยการร่วมมือกันของชุมชน และหลังพัฒนามีคะแนนเฉลี่ยความรู้ ทักษะคติเกี่ยวกับเครื่องสำอาง พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอาง และการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง เพิ่มขึ้นกว่าก่อนพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 1** การเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความรู้เรื่องเครื่องสำอางก่อนและหลังการพัฒนาารูปแบบเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชนในตาราง 1 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง (n=60)

คะแนนเฉลี่ยความรู้	$\bar{X}$	S.D.	t	p-value
ก่อนการพัฒนา	1.77	0.84	5.234	<0.001*
หลังการพัฒนา	2.67	0.60		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่าคะแนนเฉลี่ยความรู้เรื่องเครื่องสำอางก่อนการพัฒนาอยู่ในระดับปานกลาง และหลังการพัฒนาคะแนนเฉลี่ยความรู้อยู่ในระดับมาก ซึ่งหลังการพัฒนาารูปแบบเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชนในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง ในพื้นที่ตำบลเสม็ด อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่าคะแนนเฉลี่ยความรู้สูงขึ้นกว่าก่อนพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.001$ )

**ตาราง 2** การเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยทัศนคติเกี่ยวกับเครื่องสำอาง ก่อนและหลังการพัฒนาารูปแบบเสริมสร้างพลังอำนาจตาราง 2 ชุมชนในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง (n=60)

คะแนนเฉลี่ยทัศนคติ	$\bar{X}$	S.D.	t	p-value
ก่อนการพัฒนา	1.51	0.62	3.550	0.001*
หลังการพัฒนา	2.03	0.61		

Thaksin.J., Vol.18 (1) January-June 2015

จากตาราง 2 พบว่าก่อนการพัฒนาคะแนนเฉลี่ยทัศนคติอยู่ในระดับน้อย และหลังการพัฒนาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งหลังการพัฒนาแบบเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชนในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง ในพื้นที่ตำบลเสม็ด อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์คะแนนเฉลี่ยทัศนคติสูงขึ้นกว่าก่อนพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.001$ )

**ตาราง 3** การเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอาง ก่อนและหลังการพัฒนาแบบเสริมสร้างพลังอำนาจตาราง 3 ชุมชนในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง (n=60)

คะแนนเฉลี่ยพฤติกรรม	$\bar{X}$	S.D.	t	p-value
ก่อนการพัฒนา	1.72	0.74	5.229	<0.001*
หลังการพัฒนา	2.03	0.66		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 3 พบว่าก่อนการพัฒนาคะแนนเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางอยู่ในระดับน้อย และหลังการพัฒนาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งหลังการพัฒนาคะแนนเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางสูงขึ้นกว่าก่อนพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.001$ )

**ตาราง 4** เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง ของกลุ่มตัวอย่าง ตาราง 4 ก่อนและหลังการพัฒนา (n=60)

คะแนนเฉลี่ยการมีส่วนร่วม	$\bar{X}$	S.D.	t	p-value
<b>ด้านการวางแผน</b>				
ก่อนการพัฒนา	1.62	0.69	6.988	<0.001*
หลังการพัฒนา	2.07	0.71		
<b>ด้านการดำเนินการ</b>				
ก่อนการพัฒนา	1.60	0.74	7.952	<0.001*
หลังการพัฒนา	2.25	0.65		
<b>ด้านการประเมินผล</b>				
ก่อนการพัฒนา	1.52	0.75	6.056	<0.001*
หลังการพัฒนา	1.90	0.68		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4 พบว่าคะแนนเฉลี่ยการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง ในพื้นที่ตำบลเสม็ด อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการวางแผนก่อนการพัฒนาคะแนนเฉลี่ยการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย และหลังการพัฒนาอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการดำเนินการคะแนนเฉลี่ยการมีส่วนร่วมก่อนการพัฒนาอยู่ในระดับน้อย และหลังการพัฒนาอยู่ในระดับปานกลาง และด้านการประเมินผลคะแนนเฉลี่ยการมีส่วนร่วมก่อนการพัฒนาอยู่ในระดับน้อยและหลังการพัฒนาอยู่ในระดับปานกลาง และคะแนนเฉลี่ยการมีส่วนร่วมด้านการวางแผน ด้านการดำเนินการ และด้านการประเมินผล หลังการพัฒนาเพิ่มมากขึ้นกว่าก่อนพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.001$ )

### อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชนในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง ในตำบลเสม็ด อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ มีประเด็นที่จะนำมาอภิปรายผลดังนี้

1. การพัฒนารูปแบบเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชนในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง ในตำบลเสม็ด อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์แบ่งเป็น 3 ระยะ ระยะเตรียมการระยะดำเนินการ และระยะประเมินผล ประกอบด้วย การกระตุ้นให้เกิดการรับรู้สภาพปัญหา (Stimulation) วิเคราะห์ปัญหา (Analysis) เพื่อกำหนดแผนการดำเนินการของชุมชนร่วมกัน การบริหารจัดการโดยชุมชน (Menagement) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Exchange Knowledge) และการทำงานเป็นทีม (Team Work) โดยการร่วมมือกันของชุมชน ซึ่งเป็นรูปแบบที่เกิดจากกระบวนการที่กลุ่มแกนนำตัวแทนชุมชนร่วมกันคิดร่วมกันทำทุกกระบวนการจึงทำให้มีความสอดคล้องกับบริบทพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องผลการศึกษาของเพียงพร กันหาธิ์ [6] ได้ศึกษาแบบการเสริมสร้างพลังอำนาจอาจารย์ วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธรจังหวัดชลบุรี ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม มีขั้นตอนการวิจัย 5 ขั้นตอนคือ 1) สร้างความตระหนักร่วมกันของผู้วิจัยและผู้ร่วมศึกษา 2) ศึกษาความต้องการจำเป็นในการเปลี่ยนแปลงและระบุปัญหาของวิทยาลัย 3) พัฒนาแบบการเสริมสร้างพลังอำนาจอาจารย์ในวิทยาลัย เพื่อให้เป็นกระบวนการแทรกเสริม 4) ดำเนินการพัฒนาวิทยาลัยตามโปรแกรมที่พัฒนาขึ้น และ 5) ประเมินการเปลี่ยนแปลงเชิงผลลัพธ์ ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินการเพื่อเสริมสร้างพลังอำนาจอาจารย์ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ คือ (1) การปรับโครงสร้างการบริหารที่เน้นการกระจายอำนาจการตัดสินใจให้ภาควิชา (2) การวางระบบการทำงานใหม่ (3) การเพิ่มช่องทางให้อาจารย์มีอำนาจต่อรองในลักษณะเป็นสารเสวนา (Dialog) จดหมายข่าว วารสาร เพื่อลดความขัดแย้ง และสร้างความเข้าใจร่วมกัน (4) การสร้างบรรยากาศให้มีการสื่อสารแบบเปิด และเป็นประชาธิปไตยระหว่างอาจารย์กับผู้บริหาร (5) การพัฒนาความรู้ และทักษะใหม่ ๆ ให้กับอาจารย์ (6) การสร้างทีมงานให้เกิดขึ้นในระดับภาควิชา และ (7) การสร้างแรงจูงใจในการทำงาน และนำองค์ประกอบทั้งหมดมากำหนดเป็นแบบการเสริมสร้างพลังอำนาจอาจารย์ ซึ่งผลการศึกษาทั้งสองสอดคล้องกันคือเกิดแบบแผนในการทำงานที่สามารถแก้ปัญหาแต่ละพื้นที่ได้อย่างยั่งยืน

2. ผลการดำเนินการตามการพัฒนารูปแบบเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชนในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง พบว่า หลังการพัฒนาด้วยวิธีระดับความรู้ ทักษะเกี่ยวกับเครื่องสำอาง พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอาง และการมีส่วนร่วมในการดำเนินการ เพิ่มมากขึ้นก่อนการพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p\text{-value} < 0.05$ ) ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ สิริลักษณ์ รื่นรวย และระพีพรรณ ฉลองสุข [7] ได้ศึกษาการสร้างเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอางในชุมชนพบว่า องค์ประกอบที่เหมาะสมของเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง พบว่าการสร้างเครือข่ายด้านเครื่องสำอางในชุมชนทำให้ความชุกของเครื่องสำอางไม่ปลอดภัยในการใช้ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ( $p < 0.003$ ) ทำให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอางบำรุงผิว ทาสี ฝ้า หน้าขาวของกลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ( $p < 0.001$ ) พฤติกรรมที่ถูกต้องในการเลือกซื้อเครื่องสำอางเครื่องสำอางบำรุงผิว ทาสี ฝ้า หน้าขาวของกลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ( $p < 0.001$ ) และพฤติกรรมที่ถูกต้องในการใช้เครื่องสำอางบำรุงผิว ทาสี ฝ้า หน้าขาวของผู้ที่ไม่เคย

มีประสบการณ์แพ้เครื่องสำอางของกลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ( $p < 0.001$ ) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งมีกระบวนการที่สอดคล้องกันคือ มีการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่สามารถขับเคลื่อนการดำเนินงานได้ คือ กลุ่มแกนนำ และสมาชิกเครือข่ายประกอบด้วยตัวแทนภาครัฐและเอกชนในชุมชน วิเคราะห์สาเหตุ ปัญหา และร่วมกันกำหนดแนวทางดำเนินการ และมีการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยการพัฒนารูปแบบเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชนในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง โดยหารูปแบบอื่น ๆ เช่น การวิจัยเชิงปฏิบัติการโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วม และเปรียบเทียบผลกับการวิจัยในครั้งนี้
2. ควรจัดทำโครงการ การมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนารูปแบบเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชนในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง ในชุมชนอื่นๆ ต่อไป โดยนำเอาองค์ความรู้ที่ได้มาถ่ายทอด ทำให้เกิดการพัฒนาด้านความรู้และทักษะก่อให้เกิดความปลอดภัยในชุมชน อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน
3. การวิจัยครั้งต่อไปควรนำรูปแบบวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการแก้ไขปัญหาด้านต่างๆ ที่ชุมชนอื่นๆ และนำประเด็นปัญหาและอุปสรรคที่ได้จากการพัฒนานี้เป็นแนวทางในการพัฒนาร่วมด้วย

### เอกสารอ้างอิง

- [1] สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2555). **สถานการณ์ความปลอดภัยด้านอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพ สถานที่จำหน่ายผลการตรวจวิเคราะห์เบื้องต้นด้านเคมีและจุลินทรีย์ ปีงบประมาณ 2555.** นนทบุรี: สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา.
- [2] สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดบุรีรัมย์. (2555). **รายงานผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข จังหวัดบุรีรัมย์.** บุรีรัมย์ : สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดบุรีรัมย์.
- [3] สำนักงานสาธารณสุขอำเภอเมืองบุรีรัมย์. (2555). **รายงานผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคสาธารณสุข อำเภอเมืองบุรีรัมย์.** บุรีรัมย์ : สำนักงานสาธารณสุขอำเภอเมืองบุรีรัมย์.
- [4] กองส่งเสริมคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2556). **รวมกฎหมายที่อยู่ในความรับผิดชอบของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา.** โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- [5] นิตยา เพ็ญศิริณา. (2546). **เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารองค์การและทรัพยากรสาธารณสุข หน่วยที่ 1-5 : หน่วยที่ 5 เทคนิคบริหารจัดการองค์การสาธารณสุข.** นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- [6] เพียงพร กันหารี. (2551). **การเสริมสร้างพลังอำนาจอาจารย์ วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธรจังหวัดชลบุรี.** วิทยานิพนธ์ ปรัชญาดุขฎิ บัณฑิต. ฉะเชิงเทรา : มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์.
- [7] สิริลักษณ์ รื่นรวย และระพีพรรณ ฉลองสุข. (2554). **การสร้างเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องสำอาง ในชุมชน กรณีศึกษาตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี.** วิทยานิพนธ์ เภสัชศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.