

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ต้องการ วิเคราะห์แนวทางการปฏิรูปกฎหมายเครื่องสำอางของประเทศไทยเพื่อนำมาปรับใช้กฎหมายไทย โดยเป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งมีขั้นตอน ๆ ในการวิจัยดังนี้

1. ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพปัญหาและผลกระทบของกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องสำอางในประเทศไทย

ในขั้นตอนนี้ ใช้วิธีดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

1.1.1 ประชากรผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ประกอบไปด้วย ประชากรผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 1 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริโภค ได้แก่ ประชากรในกรุงเทพมหานครเพศชาย-หญิงที่ใช้เครื่องสำอางเป็นประจำซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Infinite Population) การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Krejcie and Morgan¹ โดยจำนวนประชากรมากกว่า 100,000 คนจำนวนกลุ่มตัวอย่าง คือ 384 คน เพื่อให้เกิดความเหมาะสมผู้วิจัยจึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีก 16 คน รวมกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 คน

¹Robert V. Krejcie and Earyle W. Morgan, 1970 อ้างถึงใน พวงรัตน์ ทวีรัตน์, วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์, พิมพ์ครั้งที่ 8 (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543), หน้า 54.

การสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือก
 สุ่มตัวอย่างโดยสอบถามเฉพาะผู้บริโภคที่เคยใช้-ซื้อเครื่องสำอาง ในกรุงเทพมหานคร

1.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire)

สำหรับแบบสอบถามที่ใช้เป็นลักษณะแบบสอบถามปลายปิด (Close Ended Question) ที่กำหนดคำตอบไว้ให้ผู้ตอบเลือกตอบ และคำถามปลายเปิด (Open Ended Question) ที่ให้ผู้ตอบสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ¹ โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อปี จำนวน 6 ข้อ และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อและใช้เครื่องสำอาง ได้แก่ เหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือใช้เครื่องสำอางยี่ห้อเครื่องสำอางที่คุณใช้ ประเภทของเครื่องสำอางที่ใช้ ความถี่ในการซื้อเครื่องสำอาง สถานที่ที่คุณซื้อเครื่องสำอาง ค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องสำอางเฉลี่ยต่อครั้ง และบุคคลใดที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเครื่องสำอางของท่านจำนวน 7 ข้อ และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องสำอางจำนวน 6 ข้อ เป็นคำถามปลายเปิด (Open Ended Question) ที่ให้ผู้ตอบสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ

1) ในการเลือกซื้อ/ใช้เครื่องสำอาง ท่านต้องการรับรู้อะไรบ้างเกี่ยวกับเครื่องสำอาง

2) ท่านรู้เกี่ยวกับส่วนประกอบของเครื่องสำอางจากเครื่องสำอางที่ท่านซื้อหรือไม่

¹ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคนอื่น ๆ, การวิจัยการตลาด ฉบับมาตรฐาน พิมพ์ครั้งที่ 3 (กรุงเทพมหานคร : Diamond in Business World, 2548), หน้า 147.

3) ท่านเห็นว่าปัจจุบันการโฆษณาเครื่องสำอางมีความเหมาะสมหรือไม่ และควรมีแนวทางการโฆษณาอย่างไร

4) ท่านเห็นว่าข้อมูลที่ปรากฏในการโฆษณานั้นเพียงพอต่อกซัดสินใจซื้อเครื่องสำอางหรือไม่ หากไม่เพียงพอต้องการเพิ่มเติมอย่างไร

5) หากท่านได้รับผลร้ายหรือความเสียหายจากการใช้เครื่องสำอาง ท่านรู้หรือไม่ว่า ควรจะสามารถดำเนินการในทางใดได้บ้าง

6) ท่านเห็นว่าควรมีการปฏิรูปกฎหมายเครื่องสำอางให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้นหรือไม่ หากจำเป็นต้องปฏิรูปสิ่งใดควรทำเป็นประเด็นใดบ้าง

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยได้ดำเนินการดังนี้

1) การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity)¹ จากแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยนำไปปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิและคณะกรรมการที่ปรึกษาคุณนินธ์จำนวน 3 ท่าน เพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence--IOC) เพื่อพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหาว่าสอดคล้องตามเป้าหมายของวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษาหรือไม่พร้อมทั้งพิจารณาความถูกต้องชัดเจนของภาษา จากนั้นนำมาเพื่อแก้ไขและปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมต่อไป

เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถามดังนี้

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

แล้วนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC

ตามสูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

¹ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ, เรื่องเดียวกัน, หน้า 152.

โดยกำหนดให้

IOC = ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามในแบบสอบถาม

Σ = ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เกณฑ์การพิจารณาค่า IOC คือ

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 มีค่าความเที่ยงตรงใช้ได้

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ยังใช้ไม่ได้ต้องปรับปรุง

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้สามารถคำนวณค่า IOC ได้ค่า 0.67-1.00 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ด้านเนื้อหาสามารถนำไปใช้งานได้

2) การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)¹ จากแบบสอบถามที่ผู้วิจัยปรับปรุงและแก้ไขตามผู้ทรงคุณวุฒิและคณะกรรมการที่ปรึกษาคุณุณีพนธ์นำไปทดสอบความเชื่อมั่น โดยให้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน ที่ไม่ถูกเลือกเป็นตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามและนำมาหาค่าความเชื่อมั่นตามสูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)

เกณฑ์การพิจารณาค่าความเชื่อมั่น คือ

ค่าต่ำกว่าระดับ 0.50 ถือว่าเชื่อถือได้น้อย

ค่าอยู่ระหว่าง 0.50 - 0.65 เชื่อถือได้ปานกลาง

ค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป เชื่อถือได้ค่อนข้างสูง

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยยอมรับค่าความเชื่อมั่นอัลฟาของครอนบาค ที่มีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป

1.1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถาม โดยประชากรกลุ่มเป้าหมายในครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้บริหารที่เลือกซื้อ-ใช้เครื่องสำอางเป็นประจำ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และแบบเปิดโอกาสให้ผู้ให้สัมภาษณ์บันทึกคำตอบในกระดาษทำให้ประชากรเป้าหมายได้ตอบคำถาม

¹ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ, เรื่องเดียวกัน, หน้า 152.

และแสดงความคิดเห็นในทุกประเด็น ผลที่ได้จากขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้สรุปและจัดทำเป็นกรอบแนวทางปฏิรูปกฎหมายเครื่องสำอางของประเทศไทยต่อไป

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. 1.3.1 ขอนหนังสือแนะนำตัวจากโครงการปรัชญาคุุณยัฒนัตติตทางสังคมศาสตร์ สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

1.1.3.2 นำหนังสือแนะนำตัวและแบบสอบถาม ส่งให้กับประชากรกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มผู้บริโภคที่เลือกซื้อ-ใช้เครื่องสำอางเป็นประจำ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามในสถานที่ชุมชนเช่น ห้างสรรพสินค้า สถานบันการศึกษา โรงเรียน มหาวิทยาลัย ซึ่งผู้วิจัยได้มีผู้ช่วยวิจัยอีก 2 ท่าน ทำการคัดกรอกประชากรกลุ่มเป้าหมายกลุ่มผู้บริโภคที่เลือกซื้อ-ใช้เครื่องสำอางเป็นประจำ ในเขตกรุงเทพมหานครและขอความกรุณาตอบแบบสอบถาม

1.1.3.3 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้คืนมาทำการตรวจสอบ และเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่สมบูรณ์ และนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งหมดมาตรวจให้สอบถามถูกต้อง และจัดระเบียบของข้อมูล เพื่อนำมาจัดทำลกรหัสข้อมูล และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

1.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมแบบสอบถามคืนจากกลุ่มตัวอย่าง และได้นำมาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์นั้น มาวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป โดยหาค่าต่าง ๆ ดังนี้

1.1.4. 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล วิเคราะห์โดยหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) จากนั้นนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย

1.1.4. 2 ข้อมูลพฤติกรรมการเลือกซื้อและใช้เครื่องสำอาง วิเคราะห์โดยหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) จากนั้นนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย

1.1.4. 3 ข้อมูลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องสำอางของประเทศไทย โดยทำการสรุปข้อมูลจากเอกสาร นำเสนอเป็นผลการศึกษาประกอบการบรรยาย

1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

1.2.1 ประชากรผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ประชากรผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประกอบไปด้วย ประชากรผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 4 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ให้ข้อมูลภาครัฐ ได้แก่ กรมสอบสวนคดีพิเศษ แผนกคุ้มครองผู้บริโภค กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค (กองกำกับการ 4) กลุ่มงานรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) สำนักงานควบคุมเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ผู้เชี่ยวชาญด้านความปลอดภัยเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กลุ่มกฎหมายอาหารและยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กลุ่มตรวจงานกำกับดูแลและหลังออกสู่ตลาด Post Marketing สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ฝ่ายกฎหมายสาธารณสุข สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค กลุ่มงานสืบสวนทางเทคโนโลยีสารสนเทศ กระทรวงเทคโนโลยีและสารสนเทศ และแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านผิวหนัง

กลุ่มที่ 2 ผู้ให้ข้อมูลภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิต และจำหน่ายเครื่องสำอาง กลุ่มผู้ผลิต จำหน่าย นำเข้า และส่งออก บริษัท โยนิโซ เคมีภัณฑ์ จำกัด ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางในระบบอินเทอร์เน็ตตัวแทนผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง บริษัท วัสน์ จำกัด และผู้ได้รับผลกระทบจากการใช้เครื่องสำอาง

กลุ่มที่ 3 นักวิชาการ ได้แก่ คณะกรรมการปฏิรูปกฎหมาย อาจารย์สอนกฎหมาย มหาวิทยาลัยรามคำแหง อาจารย์สอนกฎหมายมหาวิทยาลัยมหิดล อาจารย์สอนกฎหมาย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อาจารย์สอนกฎหมาย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม และอาจารย์สอนกฎหมาย มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

กลุ่มที่ 4 ผู้ประกอบวิชาชีพกฎหมายสาขาต่าง ๆ ได้แก่ ผู้พิพากษา หัวหน้าแผนกคดีผู้บริโภคในศาลแพ่งตุลาการศาลปกครองสูงสุดัยการพิเศษฝ่ายคุ้มครองผู้บริโภค และทนายความ ที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย กระทรวงสาธารณสุข

ตารางที่ 3 แสดงกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการศึกษาวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	หน่วยงาน/องค์กรที่สังกัด	จำนวน(คน)
กลุ่มที่ 1 ผู้ให้ข้อมูลภาครัฐ		
	- กรมสอบสวนคดีพิเศษ แผนกคุ้มครองผู้บริโภค	1
	- กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิด เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค (กองกำกับการ 4)	1
	- กลุ่มงานรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)	1
	- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)	1
	- สำนักงานควบคุมเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)	1
	- ผู้เชี่ยวชาญด้านความปลอดภัยเครื่องสำอางและ วัตถุอันตราย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)	1
	- กลุ่มกฎหมายอาหารและยา สำนักงานคณะกรรมการ อาหารและยา (อย.)	1
	- แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านผิวหนัง	1
	- กลุ่มตรวจงานกำกับดูแลและหลังออกสู่ตลาด Post Marketing สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)	1
	- ฝ่ายกฎหมายสาธารณสุข สำนักงานคณะกรรมการ- กฤษฎีกา	1
	- มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค	1
	- กลุ่มงานสืบสวนทางเทคโนโลยีสารสนเทศ กระทรวงเทคโนโลยีและสารสนเทศ	1
รวม		12

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	หน่วยงาน/องค์กรที่สังกัด	จำนวน(คน)
กลุ่มที่ 2 ผู้ให้ข้อมูลภาคเอกชน	- ผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง กลุ่มผู้ผลิต จำหน่าย นำเข้าและส่งออก บจก. โยนิโซ เคมีภัณฑ์	1
	- ผู้จำหน่ายเครื่องสำอางในระบบอินเทอร์เน็ต	1
	- ตัวแทนผู้จำหน่ายเครื่องสำอาง บริษัท วัดสัน จำกัด	1
	- ผู้ได้รับผลกระทบจากการใช้เครื่องสำอาง	2
รวม		5
กลุ่มที่ 3 นักวิชาการ	- คณะกรรมการปฏิรูปกฎหมาย	1
	- อาจารย์สอนกฎหมาย มหาวิทยาลัยรามคำแหง	1
	- อาจารย์สอนกฎหมาย มหาวิทยาลัยมหิดล	1
	- อาจารย์สอนกฎหมาย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	1
	- อาจารย์สอนกฎหมาย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	1
	- อาจารย์สอนกฎหมาย มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	1
รวม		6
กลุ่มที่ 4 ผู้ประกอบวิชาชีพกฎหมายสาขาต่าง ๆ	- ผู้พิพากษาหัวหน้าแผนกคดีผู้บริโภคในศาลแพ่ง ตุลาการศาลปกครองสูงสุด	1
	- อัยการพิเศษฝ่ายคุ้มครองผู้บริโภค	1
	- ทนายความ ที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย กระทรวงสาธารณสุข	1
รวม		4

1.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) หรือการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ (Formal Interview) ลักษณะของการสัมภาษณ์เป็นการสัมภาษณ์ที่มี

คำถามและข้อกำหนดแน่นอนตายตัวจะสัมภาษณ์ผู้ใดก็ใช้คำถามแบบเดียวกันในส่วนของความตรงของเนื้อหา (Content Validity) ความชัดเจนของสำนวนความครอบคลุมของเนื้อหา ได้แก่ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลภาครัฐกลุ่มผู้ให้ข้อมูลภาคเอกชนกลุ่มนักวิชาการ และกลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพกฎหมายต่าง ๆ

แนวทางการสัมภาษณ์ (Interview Guide) ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย ประกอบด้วย หัวข้อดังต่อไปนี้

ข้อคำถามที่ 1 ท่านเห็นว่า ในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางนั้นปัญหาที่ท่านพบ คือ อะไร

ข้อคำถามที่ 2 ท่านเห็นว่า มาตรการในการขออนุญาตเครื่องสำอางและการกำหนดให้มีมาตรฐานการจดทะเบียนรายละเอียดเครื่องสำอางควบคุม มีเพียงใด เพียงพอหรือไม่ หากไม่เพียงพอควรเพิ่มประเด็นใด

ข้อคำถามที่ 3 ท่านเห็นว่า มาตรการการคุ้มครองผู้บริโภคสำหรับสินค้าเครื่องสำอางมีเพียงใด เพียงพอหรือไม่ หากไม่เพียงพอควรมีลักษณะใด

ข้อคำถามที่ 4 ท่านเห็นว่า กฎหมายเครื่องสำอางควรมีมาตรการส่งเสริมอุตสาหกรรมนี้หรือไม่ ถ้ามีควรส่งเสริมในลักษณะใด

ข้อคำถามที่ 5 ท่านเห็นว่า ควรนำเรื่องการชดเชยค่าเสียหายเชิงลงโทษมาใช้หรือไม่ และถ้านำมาใช้ควรใช้กับใคร

ข้อคำถามที่ 6 ท่านเห็นว่า ระบบควบคุม (Regulatory/Supervisory) ของภาครัฐในเรื่องเครื่องสำอางควรเปลี่ยนเป็นระบบกำกับและส่งเสริมหรือไม่ ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร

ข้อคำถามที่ 7 ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เกี่ยวกับแนวทางการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายเครื่องสำอาง สามารถนำมาปรับใช้ในกฎหมายไทยได้อย่างเหมาะสม

¹สุณีย์ มัลลิกะมาลย์ วิทยาการวิจัยทางนิติศาสตร์ พิมพ์ครั้งที่ 3 (กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549), หน้า 139-142.

1.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของแบบสัมภาษณ์โดยได้ดำเนินการดังนี้

1.3. 1 การตรวจสอบข้อมูลสามเส้า ด้านข้อมูล (Data Triangulation)¹ โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างเวลา สถานที่ บุคคล และเนื้อหาที่แตกต่างกันว่า ถ้าหากเวลาต่างกัน ข้อมูลที่ได้เหมือนกันหรือไม่ ข้อมูลที่ได้ต่างสถานที่กันเหมือนกันหรือไม่ และหาบุคคลเปลี่ยนไป ข้อมูลที่ได้เหมือนกันหรือไม่ หากได้ข้อมูลเหมือนกัน แสดงว่าเป็นข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้

1.3. 2 การตรวจสอบข้อมูลสามเส้า ด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation)² โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายวิธีการและข้อมูลด้านต่าง ๆ กัน เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน โดยในการศึกษาจะใช้วิธีการสัมภาษณ์ พร้อมทั้งศึกษาข้อมูลจากแหล่งเอกสาร ประกอบด้วย หากข้อมูลที่ได้มีความแตกต่างกันหรือขัดแย้งกัน ผู้วิจัยจะเข้าไปทำการเก็บรวบรวมข้อมูลอีกครั้ง และหากข้อมูลที่ได้ทำการตรวจสอบแล้วปรากฏว่าเป็นข้อมูลที่เหมือนกันก็น่าเชื่อถือว่าเป็นข้อมูลที่ต้องสมบูรณ์ แล้วจากนั้นนำผลการศึกษามาวิเคราะห์ข้อมูลเป็นลักษณะของการเขียนรายงานการวิจัยเชิงพรรณนา

1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยแบ่งประชากรเป้าหมายเป็น 4 กลุ่ม ประกอบด้วย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญภาครัฐ ภาคเอกชน นักวิชาการ และผู้ประกอบการวิชาชีพ กฎหมายสาขาต่าง ๆ รวมทั้งสิ้น 27 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และให้ประชากรเป้าหมายได้ตอบคำถามและแสดงความคิดเห็นในทุกระเด็นของปัญหา อันจะทำให้ได้ข้อมูลในเชิงลึก และผู้วิจัยสามารถซักถามข้อเท็จจริงและ

¹สุภางค์ จันทวานิช, การวิจัยเชิงพรรณนา, พิมพ์ครั้งที่ 19 (กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554), หน้า 32.

²เรื่องเดียวกัน, หน้า 33.

รายละเอียดที่สำคัญได้อย่างใกล้ชิด ผลที่ได้จากขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้สรุปและจัดทำเป็นกรอบแนวทางปฏิรูปกฎหมายเครื่องสำอางของประเทศไทยต่อไป

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

1.4. 1 ขอนหนังสือแนะนำตัวจากโครงการปรัชญาดุษฎีบัณฑิต ทางสังคมศาสตร์ สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

1.4.2 นำหนังสือแนะนำตัวและแบบสัมภาษณ์ ส่งให้กับผู้ให้ข้อมูลภาครัฐ ภาคเอกชน และนักวิชาการทางโทรสารหรืออีเมลล์ และทำการติดต่อกลับยังหน่วยงานต่าง ๆ ที่ทำการส่งหนังสือและแบบสัมภาษณ์ โดยแจ้งให้ทราบว่าได้ทำการส่งหนังสือแนะนำตัวและแบบสัมภาษณ์เรียบร้อยแล้ว และระบุความต้องการในการขอสัมภาษณ์ในวันและเวลาดังกล่าว หรือวันที่ผู้ให้สัมภาษณ์สะดวกให้ข้อมูล

1.4.3 เมื่อผู้ให้ข้อมูลติดต่อกลับมา เพื่อแจ้งว่าสามารถให้สัมภาษณ์ได้วันและเวลาใด เมื่อทราบวันที่ให้สัมภาษณ์เรียบร้อยแล้ว นำหนังสือแนะนำตัวและแบบสัมภาษณ์ไปสัมภาษณ์ด้วยตนเอง

1.4. 4 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึก ผู้วิจัย ได้ใช้วิธีการจดบันทึกและการบันทึกเสียง โดยได้ขออนุญาตการบันทึกเสียงจากผู้ให้สัมภาษณ์ก่อนล่วงหน้า เพื่อใช้ประกอบในการวิเคราะห์และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

1.4. 5 ระยะเวลาการสัมภาษณ์ ประมาณ 1 ชั่วโมง

1.4. 6 การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยใช้แหล่งข้อมูลจาก

1.4. 6.1 ข้อมูลจากหลายแหล่ง (Multiple Sources) และวิธีการ (Methods) เช่น การสัมภาษณ์แบบหลากหลาย (Multiple Interviews) ผู้ให้ข้อมูลหลาย ๆ คน (Multiple Information) และข้อมูลที่ได้รับมีลักษณะเป็นข้อมูลที่ซ้ำ ๆ กัน

1.4.6.2 การจัดทำฐานข้อมูล (Database) เช่น ข้อมูลรายนามผู้ให้สัมภาษณ์ ข้อมูลจากการสังเกตข้อมูลจากเอกสารข้อมูลจากการถอดคำสัมภาษณ์และข้อมูลจากการทำ Pattern Matching

1.4. 6.3 ข้อมูลหลักฐานทางเอกสารที่นำมาใช้ในการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation)

1.4.7 นำเทปที่ได้บันทึกเสียงสัมภาษณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์ภาครัฐ ภาคเอกชน และนักวิชาการ มาทำการถอดเทป แล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ทั้งหมดมาดำเนินการสู่กระบวนการของการวิเคราะห์ข้อมูล ทำการจัดหมวดหมู่ของข้อมูล ความสัมพันธ์ของปรากฏการณ์ทางสังคม และทำความเข้าใจกับความหลากหลายและความแตกต่างของข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาโดยตรวจสอบสมมติฐานนั้นเป็นขั้น ๆ ไป จนมั่นใจว่าเป็นข้อค้นพบที่สามารถลงเป็นข้อสรุปได้ และการวิจัยเชิงคุณภาพยังเป็น การศึกษาจากการใช้แนวคิดทฤษฎีที่หลากหลายในการพิจารณาปรากฏการณ์ ดังนั้น ระหว่างเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งเป็นช่วงที่ผู้วิจัยได้สัมผัสกับรูปธรรมของปรากฏการณ์นั้น ก็จะนำแนวคิดทฤษฎีที่หลากหลายมาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลไปพร้อม ๆ กันด้วย ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนของการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

1.5.1 การตีความข้อมูล (Interpretation)

เป็นการแสวงหาความหมายชั้นลึกหรือความหมายที่แท้จริงของ พฤติกรรมหรือปรากฏการณ์ที่พบในภาคสนามให้มากที่สุดเท่าที่ทำได้ โดยแปลความหมาย จากข้อเท็จจริงให้ได้ออกมาอย่างถูกต้องและตรงประเด็น อาศัยการตีความจากคำพูดหรือ คำบรรยายระหว่างบุคคลตั้งแต่สองคนในลักษณะเจาะลึก แต่สามารถแปลความในระดับ ที่กว้างขวางขึ้นและสร้างเป็นข้อสรุปเชิงนามธรรมขึ้นได้

1.5.2 การเปรียบเทียบข้อมูล (Constant Comparison)

เป็นการค้นหาความเหมือนกันและความต่างกันของคุณลักษณะ (Qualities) หรือคุณสมบัติ (Attributes) ของข้อมูลตั้งแต่สองชุดขึ้นไปอย่างเป็นระบบ และนำมาประมวลผลเข้าด้วยกันถึงความเหมือนกันและความต่างกัน เป็นการสังสม ข้อค้นพบหรือข้อสรุปย่อย จากการเปรียบเทียบข้อมูล เพื่อสร้างเป็นข้อสรุปเกี่ยวกับลักษณะร่วม และแตกต่างของข้อมูล หลังจากที่ได้ค้นพบความหมายชั้นลึกจากการตีความข้อมูล มาแล้ว

ก่อนที่จะทำการเปรียบเทียบ ผู้วิจัยต้องจำแนกประเภทของข้อมูลดิบไว้ก่อน การจำแนกข้อมูลนั้นก็เพื่อให้ผู้วิจัยแบ่งแยกคุณลักษณะหรือคุณสมบัติของข้อมูลเชิงคุณภาพให้ครบถ้วนชัดเจนตามความเป็นจริงที่ได้พบจากการตีความข้อมูล และเมื่อนำข้อมูลเหล่านี้มาเปรียบเทียบกัน ก็จะได้ข้อสรุปที่เป็นทั้งในกรณีเหมือนกันและแตกต่างกัน ซึ่งอาจจะนำเสนอเป็นตารางเพื่อช่วยให้เกิดความเข้าใจชัดเจนมากขึ้น

1.5.3 การสังเคราะห์ข้อมูล (Data Synthesis)

เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดของการวิเคราะห์เนื้อหา เป็นการรวบรวมข้อมูลที่เป็นรูปธรรมในลักษณะข้อความบรรยายซึ่งมีลักษณะเป็นข้อมูลที่แยกย่อยมาแล้วในสองขั้นตอนแรก แล้วนำมารวมเข้าด้วยกันในขั้นตอนการสังเคราะห์ข้อมูลนี้ เพื่อสร้างเป็นแบบแผนหรือข้อสรุป ทั้งนี้ การสังเคราะห์ข้อมูลมักนำเสนอในลักษณะของข้อสรุปเชิงนามธรรม คือ เป็นการอธิบายสาเหตุและการเชื่อมโยงความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลของพฤติกรรมและปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างซับซ้อน พฤติกรรมและปรากฏการณ์ใด ๆ ที่มีสาเหตุทั้งทางตรงและทางอ้อม และมาจากสาเหตุหลายสาเหตุที่ร่วมกันก่อให้เกิดเป็นผลลัพธ์ ดังนั้น ข้อมูลที่เป็นสาเหตุจึงมีความสัมพันธ์ระหว่างกันเองแล้วยังต่างก็มีสาเหตุเฉพาะที่ต่างกันไป ผลของการสังเคราะห์ข้อมูลเป็นเพียงการเชื่อมโยงข้อมูลทั้งหมดเพื่อตอบปัญหาในการวิจัยหรือวัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.5.4 การสร้างข้อสรุป (Generalization)

เป็นการสกัดหรือกลั่นกรองเอาข้อมูลจนตกผลึกเหลือแต่เนื้อหาสาระที่สำคัญที่สุด ซึ่งเป็นการอธิบายความสัมพันธ์ของข้อมูลที่เป็นพฤติกรรมหรือปรากฏการณ์ของสังคมดังที่ผู้วิจัยได้ตั้งเป้าหมายของการศึกษาเป็นวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการที่ผู้วิจัยประมวลความคิดขึ้นจากข้อมูลเชิงรูปธรรมแล้วทำเป็นข้อสรุปซึ่งมีลักษณะเป็นนามธรรมตามวิธีการแบบอุปนัย (Induction) มีลักษณะของการตีความและสังเคราะห์เชื่อมโยงระหว่างความหมายของข้อมูลและความรู้ทางทฤษฎีของผู้วิจัย เพื่ออธิบายให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมหรือปรากฏการณ์ในสังคม โดยเน้นถึงความเป็นไปและความสอดคล้องตามหลักการของเหตุและผล โดยไม่จำเป็นต้องใช้การคำนวณค่าทางสถิติ

2. ขั้นตอนที่ 2 เปรียบเทียบกฎหมายเครื่องสำอาง

ของต่างประเทศกับประเทศไทย ได้แก่
 บทบัญญัติเครื่องสำอางแห่งอาเซียน
 ประเทศสิงคโปร์ ประเทศสหภาพยุโรป
 ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศฝรั่งเศส
 และประเทศญี่ปุ่น

ในขั้นตอนนี้ใช้วิธีดำเนินการวิจัยเอกสาร โดยการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมจากเอกสารข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ตำรา วารสาร บทความ รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ รายงานการประชุม และเอกสารอื่น ๆ ที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสร้างฐานข้อมูลความรู้ในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ เปรียบเทียบ และประมวลผลต่อไปโดยมีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากวิจัยเอกสาร (Documentary Research)

โดยการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมจากเอกสารข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ตำรา วารสาร บทความ รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ รายงานการประชุม และเอกสารอื่น ๆ ที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสร้างฐานข้อมูลความรู้ในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ เปรียบเทียบ และประมวลผลต่อไป

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมเอกสารข้อมูลทางกฎหมายจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ บทบัญญัติของกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถจำแนกประเภทได้ดังนี้

2.1.1 กฎหมายไทย ประกอบด้วย

2.1.11 พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535

2.1.12 พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510

2.1.13 พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535

2.1.14 พระราชบัญญัติว่าด้วยความรับผิดชอบในสินค้าที่ไม่ปลอดภัย

2.1.15 พระราชบัญญัติศุลกากร พ.ศ. 2469

2.1.16 พระราชกำหนดพิกัดอัตราศุลกากร พ.ศ. 2530

2.1.17 พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520

2.1.18 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

2.1.19 พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551

2.1.110 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยลักษณะละเมิด

2.1.111 กฎหมายอาญา

2.1.112 พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

พ.ศ. 2550

2.1.113 พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการ

โทรทัศน์พ.ศ. 2551

2.1.114 พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับ

การประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553

2. 1.2 กฎหมายต่างประเทศ ประกอบด้วย

2. 1.2.1 บทบัญญัติเครื่องสำอางแห่งอาเซียน (ASEAN Cosmetic Directive)

2. 1.2.2 กฎหมายเครื่องสำอางของประเทศสิงคโปร์

2. 1.2.3 กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องสำอางของประเทศสหภาพยุโรป

2. 1.2.4 กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องสำอางของประเทศสหรัฐอเมริกา

2. 1.2.5 กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องสำอางของประเทศฝรั่งเศส

2. 1.2.6 กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องสำอางของประเทศญี่ปุ่น

2.1.3 เอกสารทางวิชาการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย วารสาร บทความ

รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ รายงานการประชุม และเอกสารอื่น ๆ ที่เผยแพร่ทาง

อินเทอร์เน็ตทั้งของไทยและของต่างประเทศ

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเอกสาร

การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารสิ่งพิมพ์ ซึ่งเป็นการนำข้อมูลสถิติและบันทึกต่าง ๆ หรือเหตุการณ์ที่สำคัญต่าง ๆ ผู้วิจัยได้รวบรวมจากการทบทวนวรรณกรรมกฎหมายที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ เช่น กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องสำอางในประเทศไทย ระเบียบ ข้อบังคับ บทบัญญัติเครื่องสำอางแห่งอาเซียน ประเทศสิงคโปร์ ประเทศสหภาพยุโรป ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศสาธารณรัฐฝรั่งเศส ประเทศญี่ปุ่น ตำรา วารสาร บทความ รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ รายงานการประชุม และเอกสารอื่น ๆ ที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต นำมาทำความเข้าใจพฤติกรรมหรือปรากฏการณ์สังคม โดยใช้การวิเคราะห์ตีความ เครื่องมือที่สามารถช่วยในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การถ่ายทอดเอกสารข้อมูลและรูปภาพประกอบการอ้างอิง การจดบันทึกข้อมูล เป็นต้น ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนา (Descriptive) โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในการสร้างฐานข้อมูลความรู้ในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ เปรียบเทียบ เพื่อสรุปเป็นประเด็นที่สำคัญ และประมวลผลต่อไป

3. ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์แนวทางปฏิรูปกฎหมาย

เครื่องสำอางของประเทศไทยใช้วิธีดำเนินการ วิจัยเชิงคุณภาพ

ในขั้นตอนนี้ใช้วิธีดำเนินการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เน้นการเก็บรวบรวมจากการสนทนาของผู้ให้ข้อมูล ซึ่งเป็นบุคคลที่สามารถให้คำตอบในประเด็นที่ต้องการศึกษาแนวทางปฏิรูปกฎหมายเครื่องสำอางของประเทศไทยเพื่อพิจารณาและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารการสัมภาษณ์เจาะลึกและการแจกแบบสอบถามรวมทั้งการขยายผลประเด็นต่าง ๆ ตลอดจนการหาข้อยุติประเด็นที่มีความคิดเห็นไม่สอดคล้องกันจากการสัมภาษณ์เจาะลึกการแจกแบบสอบถาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอผลการวิจัยและให้ได้มาซึ่งข้อสรุปเกี่ยวกับสภาพปัญหาที่พบเจอในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางมาตรการในการขออนุญาตเครื่องสำอางและกำหนดให้มีมาตรฐานการจดทะเบียนรายละเอียดเครื่องสำอางควบคุมมาตรการการคุ้มครองผู้บริโภค

สำหรับสินค้าเครื่องสำอางกฎหมายเครื่องสำอางควรมีมาตรการส่งเสริมอุตสาหกรรม การชดเชยค่าเสียหายเชิงลงโทษมาใช้ระบบควบคุม(Regulatory/Supervisory) ของภาครัฐ ในเรื่องเครื่องสำอางตลอดจนข้อเสนอแนะต่าง ๆ เกี่ยวกับแนวทางการปรับปรุงแก้ไข กฎหมายเครื่องสำอางสามารถนำมาปรับใช้ในกฎหมายไทยได้อย่างเหมาะสมโดยมี รายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

3.1 ประชากรผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information)

การสนทนากลุ่ม ประกอบไปด้วย ประชากรผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ตำรวจ อัยการ ทนายความ ศาสตราจารย์ ศาสตราจารย์ และด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบไปด้วย สมาชิกในกลุ่ม ๆ 7-8 คน จำนวน 3 กลุ่ม

3.2 เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล

ประเด็นในการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยได้นำผลสรุปจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการแจกแบบสอบถาม มากำหนดเป็นประเด็นในการสนทนากลุ่ม ประกอบด้วย

3.2.1 รายงานผลสรุปจากการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการแจกแบบสอบถาม

3.2.2 เสนอประเด็นให้ที่ประชุมพิจารณาและแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการปฏิรูปกฎหมายเครื่องสำอางในประเด็นต่อไปนี้

3.2.2.1 สภาพปัญหาที่พบเจอในอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง

3.2.2.2 มาตรการในการขออนุญาตเครื่องสำอางและการกำหนดให้มีมาตรฐานการจดทะเบียนรายละเอียดยเครื่องสำอางควบคุม

3.2.2.3 มาตรการการคุ้มครองผู้บริโภคสำหรับสินค้าเครื่องสำอาง

3.2.2.4 กฎหมายเครื่องสำอางควรมีมาตรการส่งเสริมอุตสาหกรรม

3.2.2.5 การชดเชยค่าเสียหายเชิงลงโทษมาใช้

3.2.2.6 ระบบควบคุม (Regulatory/Supervisory) ของภาครัฐในเรื่องเครื่องสำอาง

3.2.2.7 ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เกี่ยวกับแนวทางการปรับปรุงแก้ไข กฎหมายเครื่องสำอางสามารถนำมาปรับใช้ในกฎหมายไทยได้อย่างเหมาะสม

3.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการจบันทึกการบันทึกภาพ และการบันทึกเสียงของผู้เข้าร่วมประชุม โดยได้ขออนุญาตบันทึกภาพ และเสียงผู้เข้าร่วมประชุมก่อนล่วงหน้า เพื่อให้ประกอบการวิเคราะห์ และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การสนทนากลุ่มประกอบด้วย ตัวแทนนักกฎหมายและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมเป็น 22 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ทำการเข้าร่วมประชุมสัมมนาทางวิชาการเพื่อพิจารณาและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารการสัมภาษณ์เจาะลึกและการแจกแบบสอบถาม

ขั้นตอนวิธีการสนทนากลุ่ม ประกอบด้วย

3.3.1 การจัดสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยได้จัดทำหนังสือเชิญบุคคลต่าง ๆ ที่เป็นประชากรเป้าหมาย เพื่อเข้าร่วมสนทนากลุ่มตามวันและเวลาที่กำหนด

3.3.2 การติดต่อผู้เข้าร่วมประชุม ผู้วิจัยได้นำหนังสือขอความอนุเคราะห์ เพื่อเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม พร้อมทั้งหนังสือรับรองการเป็นนักศึกษาโครงการดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ไปยื่นด้วยตนเองเพื่อเป็นการแนะนำตัวและแจ้งถึงวัตถุประสงค์ของการสนทนากลุ่ม

3.3.3 ระยะเวลาการสนทนากลุ่ม ประมาณ 4 ชั่วโมง

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้จากการสนทนากลุ่มเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการถอดบทการบันทึก และพิมพ์ลงในเอกสาร หลังจากนั้นได้ทำการการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการวิเคราะห์คำพูดหรือถ้อยคำบรรยาย (Speech Analysis) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ข้อมูลที่ได้มาจากการสนทนากลุ่มโดยทำเป็นข้อสรุปที่เหมือนกัน คล้ายกัน หรือ

แตกต่างออกจากกัน ในประเด็นที่ได้ทำการสนทนาและนำผลที่ได้จากขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้สรุปข้อมูลและจัดทำเป็นหลักเกณฑ์และแนวทางการปฏิรูปกฎหมายเครื่องสำอางของประเทศไทยที่เหมาะสมแก่การนำมาปรับใช้ในกฎหมายไทยอันจะเป็นตัวแบบในการพัฒนากฎหมาย และนำเสนอเป็นผลงานทางวิชาการต่อไป