

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชน ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ปี 2558

Factors Related to Behavior in Health Products Purchasing and Consuming of People in Chachoengsao Province, 2015

เลิศชาย เลิศวุฒิ

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดฉะเชิงเทรา

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารของประชาชนเกี่ยวกับการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับการอนุญาตแล้ว ระดับความรู้ของประชาชนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ สิทธิผู้บริโภค ช่องทางการร้องเรียนของประชาชน ตลอดจนถึงพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชน และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชนในจังหวัดฉะเชิงเทรากับปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยอื่นๆ ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาแบบภาคตัดขวาง ในกลุ่มประชาชนทั่วไปทั้งชายและหญิงในจังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีอายุระหว่าง 15-65 ปี จำนวน 500 คน ที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลระหว่างมกราคม-มีนาคม 2558 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ Chi-square และ Odds Ratio (OR) ซึ่งผลการศึกษา พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 79.8 มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพโดยรับรู้จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด และร้อยละ 73.4 มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างถูกต้อง โดยความรู้ที่ตอบถูกมากที่สุด คือ “ควรบริโภคก่อน 01/10/15” หมายถึง ควรบริโภคผลิตภัณฑ์นี้ก่อนวันที่ 1 เดือนตุลาคม ค.ศ. 2015 (พ.ศ. 2558)” (ร้อยละ 66.2) และร้อยละ 64.0 มีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง นอกจากนี้ พบว่า ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ปัจจัยต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โปสเตอร์ แผ่นพับ (OR = 2.16 , 95% CI = 1.44-3.26) ยาหลงเชื่อโฆษณาขายตรง ที่โอ้อวดเกินจริง (OR = 2.42 , 95% CI = 1.63-3.59) การยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารให้ได้ GMP/Primary GMP (OR = 1.90 , 95% CI = 1.31-2.75) การอ่านฉลากก่อนซื้อ ยา อาหาร เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์สุขภาพอื่นๆ (OR = 1.94 , 95% CI = 1.29-2.90) สิทธิผู้บริโภคในการร้องเรียนเมื่อประสบปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ (OR = 2.40 , 95% CI = 1.63-3.54) ระดับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ (OR = 2.01 , 95% CI = 1.07-3.77) ระดับความรู้เกี่ยวกับช่องทางร้องเรียน (OR = 2.57 , 95% CI = 1.45-4.53)

จากผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเน้นให้มีการสร้างความตระหนักแก่ผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพและการคำนึงถึงอันตรายจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพด้วยการประชาสัมพันธ์ความรู้ผ่านสื่อประเภทต่างๆ อย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์และสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้บริโภค

คำสำคัญ : การรับรู้และระดับความเข้าใจในข่าวสาร พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ

Abstract

The purpose of this research is to study about the consumers' perception of approved health products and the health products information; the knowledge level on health products, consumers' right, and complaint channels; and the behavior on selecting to purchase and consuming health products. The other purpose is to study the relationship between the consumers' behavior on selecting to purchase and consume health products in Chachoengsao Province with the personal characteristics and the above factors.

This Analytical Cross-sectional research is rendered by Multistage Sampling to get 500 subjects of both men and women aging 15-65 years old in Chachoengsao province in 2015. The data was collected during January -March 2015 self-administered questionnaires. Frequency, Percentage, Chi-Square, and Odds Ratio (OR) were used in this analysis. The results showed that television is the most popular media that subjects obtain health product information (79.8%). The proper knowledge about health products were founded in 73.4% of subjects and the information of "Best before 01/10/15 means this product should be consumed before October 1, 2015" was the content answered correctly by most subjects (66.2%). Moreover, 64% of the subjects had proper behavior on consuming health products. For the study of factors related to the behavior on purchasing and consuming health products, the following factors were found to be the significant ones. They were the printing media such as newspaper, magazine, poster, leaflet, etc. (OR = 2.16 , 95% CI = 1.44-3.26), the over-claimed direct sale advertisement (OR = 2.42 , 95% CI = 1.63-3.59), the upgrading of food processing to Good Manufacturing Practice (GMP) or Primary GMP (OR = 1.90 , 95% CI = 1.31-2.75), reading label before purchasing drugs foods cosmetics and other health products (OR = 1.94 , 95% CI = 1.29-2.90), the consumers' right to complaint for problematic health products (OR = 2.40 , 95% CI = 1.63-3.54), the knowledge level about health products (OR = 2.01 , 95% CI = 1.07-3.77), and the knowledge level about complaint channels (OR = 2.57 , 95% CI = 1.45-4.53).

The results of this research suggest the organization concerned to focus on consumer awareness in purchasing and possible hazard from improper consuming health products by continuing with public relations through various media especially television and printed media to achieve optimum consumer benefits.

Keywords : Perception and level of understanding in health products, Consuming behavior in health products

บทนำ

ปัญหาอันตรายที่เกิดขึ้นจากการใช้และบริโภคอาหาร ยา เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์สุขภาพอื่นๆ เป็นปัญหาทางด้าน สาธารณสุขที่ส่งผลต่อสภาพเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง การปกครอง หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำเป็นต้องเร่งดำเนินการ ป้องกันและแก้ไข ในประเทศที่พัฒนาแล้ว งานคุ้มครองผู้บริโภค เป็นงานหลักที่สำคัญงานหนึ่งที่รัฐบาลให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก มาตราการในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคจำเป็นต้องรัดกุมและเป็น ระบบ เพื่อปกป้องคุ้มครองสวัสดิภาพ สุขภาพ และความปลอดภัย ให้แก่ประชาชนจากโรคและอันตรายที่เกิดขึ้น เนื่องจากการ เปลี่ยนแปลงของสังคมและสิ่งแวดล้อม จากความสำคัญดังกล่าว จึงได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรม การเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชนในจังหวัด ฉะเชิงเทรา ปี 2558 ขึ้น เพื่อศึกษาระดับความรู้ ระดับการรับรู้ ข่าวสาร ความพึงพอใจต่อการทำงานของเจ้าหน้าที่ ความเชื่อมั่น ต่อผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับการรับรอง และพฤติกรรมการเลือกซื้อ และบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชน และศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างพฤติกรรมการเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพกับ ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยอื่นๆ ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น และนำผล การศึกษาไปใช้เป็นแนวทางประกอบการวางแผน หามาตราการ การควบคุมกำกับดูแลที่เหมาะสม เพื่อป้องกันอันตรายจากการ บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพและให้ประชาชนได้ใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ ด้วยความปลอดภัย

วิธีการศึกษาวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิเคราะห์เชิงพรรณนา แบบภาคตัดขวาง ในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนทั่วไป ทั้งชาย และหญิง อายุระหว่าง 15-65 ปี จำนวน 500 คน จากการใช้ สูตรของยามานะ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยใช้วิธีการสุ่ม ตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนจาก 11 อำเภอของจังหวัดฉะเชิงเทรา และมีการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม - มีนาคม 2558 ด้วย แบบสอบถามที่ปรับปรุงจากแบบสอบถามที่กองพัฒนาศึกษาภาพ ผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาและสำนักงาน สาธารณสุขจังหวัดศรีสะเกษ (บรรเจิด เดชาศิลป์ชัยกุล: 2551) ได้สร้างขึ้น ซึ่งประกอบด้วย 7 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. การรับรู้ข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีการเผยแพร่

โดยสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดฉะเชิงเทราและสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ถ้าได้รับรู้ข่าวสารผ่านสื่อตั้งแต่ 1 สื่อ ขึ้นไป ถือว่าได้รับรู้

3. ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับระดับความ พึงพอใจที่มี การดำเนินงานของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ฉะเชิงเทราและสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ ความพึงพอใจมากที่สุด (ระดับ 5) ความพึงพอใจมาก (ระดับ 4) ความพึงพอใจปานกลาง (ระดับ 3) ความพึงพอใจน้อย (ระดับ 2) ความพึงพอใจน้อยที่สุด (ระดับ 1)

4. ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับระดับความเชื่อมั่น ที่มีต่อผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผ่านการพิจารณาของสำนักงานสาธารณสุข จังหวัดฉะเชิงเทราและสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดยแบ่งเป็น 6 ระดับ ได้แก่ เชื่อมั่นมากที่สุด เชื่อมั่นมาก เชื่อมั่น ปานกลาง ไม่ค่อยเชื่อมั่น ไม่เชื่อมั่น ไม่ทราบ

5. ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยแบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่ รู้ ไม่รู้ ไม่ทราบ

6. ความรู้เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคและช่องทางร้องเรียน โดยแบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่ รู้ ไม่รู้ ไม่ทราบ

7. พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยแบ่งเป็น 4 ระดับ คือ เป็นประจำ บางครั้ง นานๆ ครั้ง และไม่เคยปฏิบัติ ทั้งนี้ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติ คือ ความถี่ ร้อยละ Chi-square และ Odds Ratio (OR)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุมากที่สุด คือ 65 ปีอายุน้อยที่สุด คือ 15 ปี โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 52.0 มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 26.4 มีอาชีพค้าขาย ร้อยละ 52.0 เป็นเครือข่ายงานคุ้มครอง ผู้บริโภค เช่น สมาชิกชมรมคุ้มครองผู้บริโภคหรือสมาชิก อย.น้อย สมาชิก อย.อาชีว

2. การสำรวจข้อมูลต่างๆ

2.1 การรับรู้ข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เผยแพร่ โดยสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดฉะเชิงเทราและสำนักงาน คณะกรรมการอาหารและยา กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเคยรับรู้ ข่าวสารความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ อย่างน้อย 1 สื่อ โดยรับรู้ จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด (ร้อยละ 79.8) รองลงมาคือ สื่อสิ่งพิมพ์ (ร้อยละ 74.2) ส่วนสื่อที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้ น้อยที่สุด (ร้อยละ 37.4) คือสื่อกิจกรรมที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจัด เช่น อย.น้อย กิจกรรม อย. Quality Awards กิจกรรมอย่าหลงเชื่อ

2.2 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อการดำเนินงานของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดฉะเชิงเทราและสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา พบว่า ร้อยละ 61.4 ของกลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจในภาพรวมต่อการดำเนินงานทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ร้อยละ 43.8 มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อความเหมาะสมของสื่อที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาใช้ในการเผยแพร่ข่าวสาร เช่น โทรศัพท์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และ ร้อยละ 35.2 มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อการบังคับใช้กฎหมาย น้อยที่สุด

2.3 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระดับความเชื่อมั่นที่มีต่อผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผ่านการพิจารณาของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดฉะเชิงเทราและสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 30.2 มีความเชื่อมั่นในระดับปานกลาง ร้อยละ 29.0 มีความเชื่อมั่น และร้อยละ 19.0 มีความเชื่อมั่นมากที่สุด (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ความเชื่อมั่นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผ่านการพิจารณาจาก สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดฉะเชิงเทราและสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (N= 500)

ระดับความเชื่อมั่น	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
เชื่อมั่นมากที่สุด	95	19.0
เชื่อมั่น	145	29.0
ปานกลาง	151	30.2
ไม่ค่อยเชื่อมั่น	72	14.4
ไม่เชื่อมั่น	33	6.6
ไม่ทราบ	4	0.8
รวม	500	100.0

2.4 ความรู้เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคและช่องทางการร้องเรียน พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 90.8 และร้อยละ 89.0 มีความรู้ในระดับสูงเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคและช่องทางการร้องเรียนตามลำดับ สำหรับช่องทางร้องเรียนที่กลุ่มตัวอย่างทราบมากที่สุดคือ ร้องเรียนไปที่สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 81.8 รองลงมาคือ โทรศัพท์สายด่วน อย. 1556 ร้อยละ 80.4

2.5 ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 73.4 มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพอยู่ในระดับสูง และร้อยละ 17.8 มีความรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 66.2 ตอบถูกมากที่สุดคือ ข้อมูลบนฉลาก “ควรบริโภคก่อน 01/10/15” หมายถึง ควรบริโภคผลิตภัณฑ์นี้ก่อนวันที่ 1 เดือนตุลาคม ค.ศ. 2015 (พ.ศ. 2558)” (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม (N= 500)

ระดับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
มีความรู้ในระดับสูง	367	73.4
มีความรู้ในระดับปานกลาง	89	17.8
มีความรู้ในระดับต่ำ	44	8.8
รวม	500	100.0

2.6 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมาก ร้อยละ 64.0 มีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง โดยพฤติกรรมการบริโภคที่ถูกต้องอันดับแรก คือ ร้อยละ 52.4 ก่อนซื้อหรือก่อนบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ ท่านอ่านสาระสำคัญบนฉลากเช่น ชื่อผลิตภัณฑ์ประเภทหรือชนิด ชื่อส่วนประกอบสำคัญ ชื่อและที่ตั้งผู้ผลิตวันเดือนปีที่ผลิตหรือวันหมดอายุ วิธีใช้ การเก็บรักษา และปริมาณสุทธิ เป็นต้น รองลงมาคือ ร้อยละ 47.0 หลีกเลี่ยงไม่ซื้อ ไม่กิน ไม่ใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่แน่ใจในความปลอดภัย และกลุ่มตัวอย่างส่วนน้อย ร้อยละ 36.0 มีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพไม่ถูกต้อง (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพในภาพรวม (N= 500)

พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
พฤติกรรมที่ถูกต้อง	320	64.0
พฤติกรรมที่ไม่ถูกต้อง	180	36.0
รวม	500	100.0

3. เมื่อทำการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ได้แก่ สื่อที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข่าวสารการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ การรับรู้ข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีการเผยแพร่ ระดับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ และระดับความรู้เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคและช่องทางการร้องเรียน กับพฤติกรรมการเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ พบว่า

3.1 ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข่าวสารการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพกับพฤติกรรมการเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้รับข่าวสารการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โปสเตอร์ แผ่นพับ มีพฤติกรรมการเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ถูกต้อง เป็น 2.16 เท่าของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้รับรู้ข่าวสารการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ (OR = 2.16 , 95% CI = 1.44-3.26) (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข่าวสารการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพกับพฤติกรรม การเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ

สื่อที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้ ข่าวสารการเผยแพร่ความรู้ ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ	รวม	พฤติกรรมการเลือกซื้อและบริโภค ผลิตภัณฑ์สุขภาพ				OR	95% CI	P-value
		ถูกต้อง		ไม่ถูกต้อง				
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเคยได้รับข้อมูลข่าวสารการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ ผ่านสื่อใด								
สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โปสเตอร์ แผ่นพับ								
ไม่เคย	129	65	50.4	64	49.6	1.00		
เคย	371	255	68.7	116	31.3	2.16	1.44-3.26	0.000

3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีการเผยแพร่กับพฤติกรรมการเลือกซื้อ และบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ พบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีการเผยแพร่ที่มีความสัมพันธ์อย่างมี นัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้แก่ การรับรู้ข้อมูล ข่าวสารที่มีการเผยแพร่เกี่ยวกับ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สุขภาพ (OR = 1.86 , 95% CI = 1.24-2.78) อย่างหลงเชื่อ โฆษณาขายตรง ที่โอ้อวดเกินจริง (OR = 2.42 , 95% CI = 1.63-3.59) การยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารให้ได้ GMP/ Primary GMP (OR = 1.90 , 95% CI = 1.31-2.75) การเลือก หรือเครื่องหมายต่างๆ ของกระทรวงสาธารณสุข (OR = 2.05 , 95% CI = 1.40-3.01) การอ่านฉลากก่อนซื้อยา อาหาร เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์สุขภาพอื่นๆ (OR = 1.94 , 95% CI = 1.29-2.90) การระมัดระวังอาหารปนเปื้อน เช่น สารเร่งเนื้อแดง สารบอแรกซ์ สารกันรา สารฟอกขาว สารฟอร์มาลิน ยาฆ่าแมลงปราบศัตรูพืช (OR = 1.98 , 95% CI = 1.34-2.91) สิทธิผู้บริโภคในการร้องเรียน เมื่อประสบปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ (OR = 2.40 , 95% CI = 1.63-3.54) และช่องทางการร้องเรียนเมื่อประสบปัญหา เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ (OR = 2.04 , 95% CI = 1.40-2.99) (ตารางที่ 5)

ซื้ออาหารอย่างปลอดภัยโดยสังเกตการป้ายสัญลักษณ์

ตารางที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีการเผยแพร่ กับพฤติกรรมการเลือกซื้อ และบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ

สื่อที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้ ข่าวสารการเผยแพร่ความรู้ ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ	รวม	พฤติกรรมการเลือกซื้อและบริโภค ผลิตภัณฑ์สุขภาพ				OR	95% CI	P-value
		ถูกต้อง		ไม่ถูกต้อง				
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเคยได้รับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีการเผยแพร่ในเรื่องใด								
1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ								
ไม่เคย	135	72	53.3	63	46.7	1.00		
เคย	365	248	67.9	117	32.1	1.86	1.24-2.78	0.003
2. อย่างหลงเชื่อโฆษณาขายตรง ที่โอ้อวดเกินจริง								
ไม่เคย	148	73	49.3	75	50.7	1.00		
เคย	352	247	70.2	105	29.8	2.42	1.63-3.59	0.000

ตารางที่ 5 (ต่อ)

สื่อที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้ ข่าวสารการเผยแพร่ความรู้ ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ	รวม	พฤติกรรมทางเลือกซื้อและบริโภค ผลิตภัณฑ์สุขภาพ				OR	95% CI	P-value
		ถูกต้อง		ไม่ถูกต้อง				
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
3. การยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารให้ได้ GMP/Primary GMP								
ไม่เคย	203	112	55.2	91	44.8	1.00		
เคย	297	208	70.0	89	30.0	1.90	1.31-2.75	0.001
4. การเลือกซื้ออาหารอย่างปลอดภัยโดยสังเกตป้ายสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายต่างๆ ของกระทรวงสาธารณสุข								
ไม่เคย	165	87	52.7	78	47.3	1.00		
เคย	335	233	69.6	102	30.4	2.05	1.40-3.01	0.000
5. การอ่านฉลากก่อนซื้อยา อาหาร เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์สุขภาพอื่นๆ								
ไม่เคย	135	71	52.6	64	47.4	1.00		
เคย	365	249	68.2	116	61.8	1.94	1.29-2.90	0.001
6. การระมัดระวังอาหารปนเปื้อน เช่น สารเร่งเนื้อแดง สารบอแรกซ์ สารกันรา สารฟอกขาว สารฟอร์มาลีน ยาฆ่าแมลงปราบศัตรูพืช								
ไม่เคย	160	85	53.1	75	46.9	1.00		
เคย	340	235	69.1	105	30.9	1.98	1.34-2.91	0.001
7. สิทธิผู้บริโภคในการร้องเรียน เมื่อประสบปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ								
ไม่เคย	160	80	50.0	80	50.0	1.00		
เคย	340	240	70.6	100	29.4	2.40	1.63-3.54	0.000
8. ช่องทางการร้องเรียนเมื่อประสบปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ								
ไม่เคย	175	93	53.1	82	46.9	1.00		
เคย	325	227	69.8	98	30.2	2.04	1.40-2.99	0.000

3.3 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพกับพฤติกรรมทางเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ในระดับสูง มีพฤติกรรมทางเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพถูกต้อง เป็น 2.01 เท่าของกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ในระดับต่ำ (OR = 2.01 , 95% CI = 1.07-3.77) (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพของกลุ่มตัวอย่างกับพฤติกรรมทางเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ระดับความรู้เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์สุขภาพ	รวม	พฤติกรรมทางเลือกซื้อและบริโภค ผลิตภัณฑ์สุขภาพ				OR	95% CI	P-value
		ถูกต้อง		ไม่ถูกต้อง				
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ต่ำ	44	22	50.0	22	50.0	1.00		
ปานกลาง	89	53	59.5	36	40.5	1.47	0.71-3.05	0.297
สูง	367	245	66.8	122	33.2	2.01	1.07-3.77	0.030

3.4 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรู้เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคและช่องทางร้องเรียน กับพฤติกรรมการเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคมีพฤติกรรมการเลือกซื้อและพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพถูกต้อง มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีความรู้ 2.08 เท่า (OR = 2.08 , 95% CI = 1.13-3.84) และ กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้เกี่ยวกับช่องทางร้องเรียน มีพฤติกรรมการเลือกซื้อและพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพถูกต้อง มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีความรู้ 2.57 เท่า (OR = 2.57 , 95% CI = 1.45-4.53) (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรู้เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคและช่องทางร้องเรียน กับพฤติกรรมการเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ระดับความรู้	รวม	พฤติกรรมการเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ				OR	95% CI	P-value
		ถูกต้อง		ไม่ถูกต้อง				
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ความรู้เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภค								
ไม่รู้	46	22	47.8	24	52.2	1.00		
รู้	454	298	65.4	156	34.6	2.08	1.13-3.84	0.016
ความรู้เกี่ยวกับช่องทางร้องเรียน								
ไม่รู้	55	24	43.6	31	56.4	1.00		
รู้	445	296	66.5	149	33.5	2.57	1.45-4.53	0.001

อภิปรายผล

1. กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีการเผยแพร่โดยสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดฉะเชิงเทราและสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด (ร้อยละ 79.8) ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวมีความสอดคล้องผลการวิจัยของ บรรเจิด เดชาศิลป์ชัยกุล (2551) นิภาภรณ์ จัยวัฒน์และคณะ (2547) และ ผุสดี เวชพิพัฒน์ และคณะ (2546) ที่พบว่าโทรทัศน์เป็นสื่อที่ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยามากที่สุด ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องจากโทรทัศน์นับว่าเป็นสื่อมวลชนที่เป็นที่นิยมอย่างกว้างขวางในหลายวงการทั้งทางธุรกิจและวิชาการ ในการใช้เป็นผู้เผยแพร่ความรู้ข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และเป็นสื่อที่ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ง่ายและกระจายไปได้อย่างกว้างขวางทั่วประเทศ ในทางตรงข้ามยังพบว่าสื่อที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้ได้น้อยที่สุดคือสื่อกิจกรรมที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเป็นผู้จัดทำ เช่น กิจกรรม อย.น้อย กิจกรรม อย. Quality Awards กิจกรรมอย่าหลงเชื่อง่าย ร้อยละ 37.4 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า เนื่องจากสื่อดังกล่าวมีการดำเนินการต่อประชาชนกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม อาจยังไม่เผยแพร่ในวงกว้าง ไม่ครอบคลุมและประชาชนทั่วไปไม่สามารถเข้าถึงได้ง่าย ทำให้การรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อกิจกรรมด้านนี้ยังมีการรับรู้ได้น้อยอยู่

2. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการดำเนินงานของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดฉะเชิงเทราและสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จากผลการวิจัยพบว่า ร้อยละ 61.4 ของกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากต่อการดำเนินงานของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดและสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ด้านการเผยแพร่รณรงค์ ประชาสัมพันธ์และด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับ ผลการวิจัยของนิภาภรณ์ จัยวัฒน์และคณะ (2547) ผุสดี เวชพิพัฒน์ และคณะ (2546) และทิพากร มีใจเย็นและคณะ (2545) ที่พบว่าในภาพรวมประชาชนมีความพึงพอใจมากต่อการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และเมื่อศึกษาความคิดเห็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุด พบว่า ความเหมาะสมของสื่อที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาใช้ในการเผยแพร่ข่าวสาร เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ มากที่สุด ร้อยละ 43.8 อาจเนื่องจากว่าประชาชนสามารถรับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพได้ง่าย มีความหลากหลายในการนำเสนอ การใช้ผู้นำเสนอที่อยู่ในความสนใจของประชาชน ความสะดวกในการรับข้อมูล ทำให้มีความพึงพอใจต่อการดำเนินการของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดฉะเชิงเทราและสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

3. ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่ผ่านการพิจารณาของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดฉะเชิงเทรา และสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ร้อยละ 78.2 ของกลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์สุขภาพดังกล่าว ในระดับปานกลางจนถึงมากที่สุด ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับ ผลการวิจัยของ บรรเจิด เดชาศิลป์ชัยกุล (2551) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับการรับรองจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดศรีสะเกษและสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ในระดับปานกลางถึงมากที่สุด (ร้อยละ 91.8) และสอดคล้องกับผลการวิจัยของนิภาภรณ์ จัยวัฒน์และคณะ (2547) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นในระดับมากต่อผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผ่านการพิจารณาของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ในหมวดผลิตภัณฑ์ยา อาหาร และเครื่องสำอาง ตามลำดับ ซึ่งจากการที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์สุขภาพดังกล่าวในระดับปานกลางจนถึงมากที่สุดนั้น อาจเนื่องมาจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาและสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเป็นหน่วยงานหลักที่มีหน้าที่ในการควบคุม กำกับ ดูแลความปลอดภัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ ซึ่งทำให้ประชาชนเชื่อว่าหน่วยงานนี้จะต้องมีการตรวจสอบมาตรฐานของผลิตภัณฑ์สุขภาพต่างๆ อย่างเข้มงวด รัดกุม ผ่านมาตรฐานต่างๆ ที่ได้กำหนดไว้ ทั้งด้านสถานที่และผลิตภัณฑ์เพื่อให้แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผ่านการพิจารณานั้นจะไม่ก่อให้เกิดอันตรายกับผู้บริโภค จึงอาจเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่ผ่านการรับรองจากหน่วยงานดังกล่าว

4. ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 73.4 มีความรู้ในระดับสูง เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยพบว่าประชาชน ร้อยละ 66.2 ตอบถูกมากที่สุดคือ ข้อความบนฉลากต่อไปนี้ “ควรบริโภคก่อน 01/10/15” หมายถึง ควรบริโภคผลิตภัณฑ์นี้ก่อนวันที่ 1 เดือนตุลาคม ค.ศ. 2015 (พ.ศ. 2558)” ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ บรรเจิด เดชาศิลป์ชัยกุล (2551) นิภาภรณ์ จัยวัฒน์และคณะ (2547) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 63.6 และ 75.2 ตามลำดับ มีความรู้ในระดับสูงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ การที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพในระดับสูง อาจเนื่องมาจากในปัจจุบันสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดและสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้มีการพัฒนากลยุทธ์ในการดำเนินงาน พัฒนาศักยภาพผู้บริโภค มีช่องทางการเข้าถึงความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพมากขึ้น รวมทั้งเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบมีประสบการณ์การทำงาน ใส่ใจดูแลดำเนินงานในเรื่องนี้อย่างต่อเนื่อง และมีการนำผลการวิจัยในอดีตมาถอดบทเรียน นำมาวิเคราะห์และใช้เป็น

ข้อมูลเพื่อการวางแผนพัฒนาการทำงาน รวมทั้งมีการประชุมระหว่างผู้เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอเพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคและสภาพปัญหาในสังคมปัจจุบัน เพื่อให้ประชาชนได้รับความรู้และนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ในเลือกซื้อเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดความปลอดภัยต่อประชาชน

5. ความรู้เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคและช่องทางการร้องเรียน จากผลการวิจัยพบว่า ร้อยละ 90.8 และ 89.0 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องสิทธิผู้บริโภคและช่องทางการร้องเรียน ซึ่งอยู่ในระดับสูง ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ บรรเจิด เดชาศิลป์ชัยกุล (2551) นิภาภรณ์ จัยวัฒน์และคณะ (2547) ทิพากร มีใจเย็นและคณะ (2545) และจินตนา เทียมทิพร และคณะ (2544) ที่พบว่าประชาชนส่วนใหญ่มีความรู้ในระดับสูงเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคและมีความรู้ในระดับสูงเกี่ยวกับช่องทางการร้องเรียนไปยังสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดและสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ผุสดี เวชชพิพัฒน์และคณะ (2546) ที่พบว่าประชาชนส่วนใหญ่สามารถตอบข้อคำถามในด้านความรู้เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคได้ถูกต้องทุกข้อและตอบข้อคำถามเกี่ยวกับช่องทางการร้องเรียนได้ถูกต้องเกินครึ่งหนึ่งของข้อคำถาม การที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคและช่องทางการร้องเรียนนั้น อาจเป็นผลมาจากการรณรงค์โครงการเสริมสร้างความตื่นตัวในการปกป้องสิทธิผู้บริโภคในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ ซึ่งได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และจากผลการวิจัยในครั้งนี้นพบว่า ร้อยละ 81.8 ของช่องทางการร้องเรียนที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้มากที่สุดคือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ซึ่งเป็นไปได้ว่า หน่วยงานราชการของกระทรวงสาธารณสุขที่อยู่ในส่วนภูมิภาคมีการรณรงค์ผ่านสื่อเคเบิลท้องถิ่น สื่อวิทยุชุมชน เสียงตามสาย และสื่อสิ่งพิมพ์อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการลงพื้นที่ประชาสัมพันธ์งานคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับจังหวัด เวลาออกหน่วยจังหวัดเคลื่อนที่ บำบัดทุกข์ บำรุงสุขประชาชน เป็นประจำทุกเดือนรวมทั้งการที่มีเครือข่ายอาสาสมัครสาธารณสุขดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยให้เกิดการรับรู้ช่องทางการร้องเรียนที่มากขึ้น



ที่มา : http://www.oknation.net/blog/home/blog_data/634/23634/images/News/FloodBangkok2011/Foodless/KanomKrob_resize.jpg



ที่มา : <http://www.marketingoops.com/wp-content/uploads/2015/08/supermarket01-highlight.jpg>

6. พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 64.0 มีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้องซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องและยืนยันข้อค้นพบของผลการวิจัยหลายเรื่องที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชน อาทิ ผลการวิจัยของบรรเจิด เดชาศิลปะชัยกุล (2551) นิภาภรณ์ จัยวัฒน์และคณะ (2547), ผุสดี เวชพิพัฒน์และคณะ (2546), ทิพากร มีใจเย็นและคณะ (2545) และจินตนา เทียมทิพร และคณะ (2544) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างถูกต้อง และเมื่อศึกษาในพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ พบว่า พฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างปฏิบัติตามที่สุทธ ร้อยละ 52.4 คือ ก่อนซื้อหรือก่อนบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ อ่านสารสำคัญบนฉลาก เช่น ชื่อผลิตภัณฑ์ประเภทหรือชนิด ชื่อส่วนประกอบสำคัญ ชื่อและที่ตั้งผู้ผลิต วันเดือนปีที่ผลิตหรือวันหมดอายุ วิธีใช้ การเก็บรักษา และปริมาณสุทธิ เป็นต้น ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิภาภรณ์ จัยวัฒน์และคณะ ที่ทำการศึกษาในระดับความรู้ พฤติกรรมการเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชนในปี 2547 ที่พบว่าพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่กลุ่มตัวอย่างมีการปฏิบัติมากที่สุด คือ ก่อนซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจะอ่านสารสำคัญบนฉลาก (ร้อยละ 97.1) ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดและสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ดำเนินโครงการณรงค์ เช่น “อ่านฉลากก่อนซื้อ” หรือ “ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพต่างๆ” อย่างต่อเนื่อง โดยใช้สื่อโทรทัศน์ สื่อเคเบิลทีวีท้องถิ่น รวมทั้งสื่อวิทยุชุมชนเป็นสื่อหลักในการเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ประชาชน เพื่อมุ่งให้ผู้บริโภคเกิดตระหนักในการใช้แหล่งข้อมูลจากฉลากสินค้าให้เกิดประโยชน์ ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งกลยุทธ์ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ตามโครงการดังกล่าวสามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคเห็นความสำคัญในการเลือกซื้อ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัยพบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยเฉพาะในการบังคับใช้กฎหมายเพียงร้อยละ 35.2 ซึ่งถือว่าค่อนข้างน้อย ดังนั้นหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมายด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ซึ่งได้แก่สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดฉะเชิงเทรา และสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ควรต้องมีการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง มีการอบรมฟื้นฟูการบังคับใช้กฎหมายต่อพนักงานเจ้าหน้าที่อย่างสม่ำเสมอ รวมถึงจัดทำแนวทางปฏิบัติตามกฎหมายที่ง่ายและสะดวกต่อผู้ปฏิบัติ และเสนอให้มีการปรับปรุงกฎหมายให้ทันสมัยและมีความเหมาะสมกับปัจจุบัน เนื่องจากกฎหมายที่อยู่ในความดูแลของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาออกมาบังคับใช้เป็นเวลานาน และโทษไม่รุนแรง ทำให้ผู้ประกอบการมีการฝ่าฝืนกฎหมายเป็นจำนวนมาก รวมทั้งควรถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวข้องให้กับบุคลากรผู้ปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ เพราะผู้ปฏิบัติงานซึ่งเป็นพนักงานเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายนั้นยังมีความรู้ในด้านการบังคับใช้กฎหมายไม่ชัดเจนเนื่องจากไม่ได้มีความรู้ทางด้านกฎหมายโดยตรง ทำให้ขาดความเข้าใจ และไม่มีความชำนาญในการบังคับใช้กฎหมาย กับผู้ประกอบการให้ปฏิบัติตามกฎหมาย จึงเป็นเหตุให้การดำเนินการตามกฎหมายไม่มีประสิทธิภาพเป็นที่พึงพอใจของประชาชน ดังนั้นเรื่องการบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัดนี้ จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องพัฒนาต่อไป

2. จากผลการวิจัยพบว่าประชาชนรับรู้ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดฉะเชิงเทราและสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรใช้สื่อโทรทัศน์เป็นช่องทางในการรณรงค์เพื่อสร้างความตระหนักในเรื่องเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในขณะเดียวกันก็ใช้สื่ออื่นๆ ในการรณรงค์ให้ความรู้แก่ประชาชน โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ เพราะเป็นอีกสื่อที่ประชาชนเข้าถึงได้ง่ายแพร่หลาย และต้นทุนค่าใช้จ่ายไม่สูงเมื่อเทียบกับสื่อโทรทัศน์ที่มีต้นทุนค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงและมีข้อจำกัดด้านเวลา

3. จากผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพของผู้บริโภคที่ปฏิบัติเป็นประจำ แต่ยังไม่สูงมาก แม้ว่าจะเกินร้อยละ 60 ซึ่งสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดฉะเชิงเทราและสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ควรต้องมิกิจกรรมในการรณรงค์ สร้างพฤติกรรมของผู้บริโภคให้มีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้องให้มากขึ้นและดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

4. เนื่องจากในปัจจุบันผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องดังกล่าวมีเป็นจำนวนมาก จึงควรมีการรวบรวมและสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคทั้งหมดเหล่านี้ ทั้งในส่วนที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ทำการศึกษาวินิจฉัยด้วยตนเองหรือมีการจัดจ้างให้ดำเนินการมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และในส่วนของนิสิต นักศึกษา ในระดับบัณฑิตศึกษาของสถาบันต่างๆ ตลอดจนผลงานของนักวิชาการทั่วไป ที่ให้ความสนใจทำการศึกษาระเบียบในเรื่องดังกล่าว ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการสังเคราะห์งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการวางแผนการดำเนินงานเพื่อให้ใช้ทรัพยากรของทางราชการที่มีอยู่จำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการคุ้มครองผู้บริโภค

5. ความมีงานวิจัยเชิงคุณภาพในบางประเด็นที่การวิจัยเชิงสำรวจไม่สามารถให้คำตอบในเชิงลึกได้ โดยเฉพาะประเด็นในเรื่อง การโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพเกินจริงผ่านสื่อต่างๆ เพราะเป็นประเด็นที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างมาก ซึ่งการค้นหาข้อมูลในแนวลึกถึงปัญหาดังกล่าวจะทำให้ทราบว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องนั้นมีอะไรบ้างและจะมีแนวทางแก้ไข หรือลดอุปสรรคดังกล่าวได้อย่างไร เพื่อเป็นการป้องปรามพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมในการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพเกินจริงของผู้ประกอบการและส่งเสริมให้ประชาชนรู้เท่าทันการโฆษณาที่เกินจริงและมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้องเหมาะสมต่อไป

บรรณานุกรม

1. นลินี ตันจิตต์วัฒน์. (2540) ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้บริโภคในการปกป้องสิทธิตนเองจากข้อความโฆษณาที่ไม่เป็นธรรม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. นิภาภรณ์ จัยวัฒน์ และคณะ. (2547). การศึกษาระดับความรู้ พฤติกรรมการเลือกซื้อและพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชน. กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
3. บรรเจิด เตชะศิลป์ชัยกุล. (2551). การศึกษาระดับความรู้ พฤติกรรมการเลือกซื้อและพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชน จังหวัดศรีสะเกษ ปี 2550. วารสารอาหารและยา. ฉบับที่ 1/2551 (มกราคม-เมษายน 2551) : 25-31.
4. มุสดี เวชพิพัฒน์ และคณะ. (2546). การศึกษาความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เมื่อประสบปัญหาเรื่องผลิตภัณฑ์สุขภาพ. กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
5. ศิริกุล อำพนธ์ และคณะ. (2548). การศึกษาระดับความรู้ พฤติกรรมการเลือกซื้อและพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชน ปี 2548. กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
6. สุกร เสรีรัตน์. (2540). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ดอกหญ้า

