

การสำรวจความเข้าใจของผู้บริโภคเกี่ยวกับการแสดงประสิทธิภาพการไถ่ถอนบนฉลากผลิตภัณฑ์น้ำมันตะไคร้หอมไถ่ถอนสำหรับเด็ก

วรวัลย์ ตั้งจิตต์พิมล

บทคัดย่อ

นับแต่ผลิตภัณฑ์ไถ่ถอนที่มีน้ำมันตะไคร้หอมเป็นสารออกฤทธิ์ตัวเดียวในผลิตภัณฑ์ลดระดับจากวัตถุอันตรายชนิดที่ 2 เป็นวัตถุอันตรายชนิดที่ 1 ซึ่งเป็นการจดแจ้งข้อเท็จจริงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และไม่ต้องส่งฉลากและผลทดสอบประสิทธิภาพไถ่ถอนประกอบการจดแจ้ง จึงมีผลิตภัณฑ์จำนวนมากในท้องตลาดและพบว่า หลายผลิตภัณฑ์ไม่มีประสิทธิภาพในการไถ่ถอนตามที่ได้กล่าวอ้างบนฉลาก อีกทั้ง 6 ปีที่ผ่านมาพบผู้ป่วยไข้เลือดออก 86,000 คนต่อปี และมีผู้เสียชีวิต 81 คนต่อปี โดยเฉพาะกลุ่มเด็กเล็กที่มีอายุน้อยกว่า 1 ปี ดังนั้นการศึกษานี้จึงมีวัตถุประสงค์ 2 ข้อ : (1) เพื่อสำรวจความเข้าใจฉลากผลิตภัณฑ์น้ำมันตะไคร้หอมไถ่ถอนในเด็ก ชนิดสติ๊กเกอร์และสายรัดข้อมือ ของผู้บริโภคด้านประสิทธิภาพไถ่ถอน และ (2) เพื่อสอบถามความเห็นการจัดการปัญหาฉลากที่อาจทำให้เข้าใจผิดว่าไถ่ถอนได้ กลุ่มตัวอย่างคือแม่ที่มีลูกอยู่ศูนย์เด็กและอนุบาลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 436 คน (จาก 5,242 คน) โดยใช้แบบสอบถาม มีผู้ตอบครบถ้วน 315 คน (ร้อยละ 72.2) เป็นผู้ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ให้ลูกใช้ 101 คน (ร้อยละ 32.1) และไม่เคยซื้อ 214 คน (ร้อยละ 67.9)

ผลการสำรวจพบว่าการแสดงฉลาก “ไถ่ถอน” ทำให้ผู้บริโภค ร้อยละ 69.8 (ผู้เคยซื้อร้อยละ 35.9 ผู้ไม่เคยซื้อร้อยละ 64.1) เข้าใจว่า “ไถ่ถอนได้” และทำให้ผู้เคยซื้อร้อยละ 47.5 กับผู้ไม่เคยซื้อร้อยละ 36.9 เข้าใจผิดว่า “หากลูกใช้ผลิตภัณฑ์แล้วจะช่วยลดโอกาสเป็นไข้เลือดออก” ขณะที่ผู้เคยซื้อร้อยละ 47.5 กับผู้ไม่เคยซื้อร้อยละ 55.2 ตอบว่า “ไม่แน่ใจ” มีเพียงผู้เคยซื้อร้อยละ 5 กับผู้ไม่เคยซื้อร้อยละ 7.9 เท่านั้น ตอบว่า “ไม่ลดโอกาสเป็นไข้เลือดออก” ส่วนการจัดการปัญหาฉลากที่อาจทำให้เข้าใจผิดว่าไถ่ถอนได้ ผู้บริโภค ร้อยละ 34.6 (ผู้เคยซื้อร้อยละ 37.6 ผู้ไม่เคยซื้อร้อยละ 62.4) คิดว่าควรเพิ่มคำเตือนให้ผู้บริโภคเข้าใจ เช่น “การใช้ผลิตภัณฑ์นี้ไม่ได้ป้องกันโรคติดต่อจากยุง” หรือ “การใช้ผลิตภัณฑ์นี้ต้องใช้วิธีอื่นร่วมกันในการป้องกันยุงกัด” และร้อยละ 24.1 (ผู้เคยซื้อร้อยละ 30.3 ผู้ไม่เคยซื้อร้อยละ 69.7) คิดว่าต้องระบุไถ่ถอนตามผลทดสอบประสิทธิภาพไถ่ถอนชนิดนั้น

สรุปผลการแสดงฉลากว่า “โล่ยุ่ง” ในผลิตภัณฑ์น้ำมันตะไคร้หอมโล่ยุ่งในเด็กชนิดสติ๊กเกอร์และสายรัดข้อมือที่จัดเป็นวัตถุอันตรายชนิดที่ 1 ทำให้ผู้บริโภคซึ่งเป็นแม่ที่มีลูกอยู่ศูนย์เด็กและอนุบาลอำเภอเมืองจังหวัดนนทบุรี เข้าใจผิดว่า “โล่ยุ่งลายได้” และผู้บริโภคเห็นว่าฉลากต้องให้ข้อมูลที่ตรงกับข้อเท็จจริง โดยเพิ่มคำเตือนเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจ หรือระบุโล่ยุ่งตามผลทดสอบประสิทธิภาพโล่ยุ่งชนิดนั้น ดังนั้น จึงมีข้อเสนอแนะให้สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาในฐานะหน่วยงานผู้รับผิดชอบในการกำกับดูแลออกข้อกำหนดเฉพาะสำหรับการแสดงฉลากผลิตภัณฑ์น้ำมันตะไคร้หอมโล่ยุ่งที่เป็นวัตถุอันตรายชนิดที่ 1 โดยหากแสดงข้อความ “โล่ยุ่ง” ต้องมีผลทดสอบประสิทธิภาพ “โล่ยุ่งลาย” หรือแสดงข้อความตามชนิดยุงที่มีผลทดสอบประสิทธิภาพเพื่อเป็นข้อบังคับทางกฎหมายให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตาม

คำสำคัญ : ฉลากวัตถุอันตรายชนิดที่ 1 น้ำมันตะไคร้หอมกันยุง น้ำมันตะไคร้หอมโล่ยุ่ง ประสิทธิภาพการโล่ยุ่ง

Survey on Consumer Perceptions to Repellent Efficiency of Mosquito Repellent Citronella Oil for Children Based on Label Information

Woravalun Tungjitpimol

Bureau of Cosmetics and Hazardous Substances Control Food and Drug Administration

Abstract

Since citronella oil for repelling mosquito product group as be a single active ingredient in the products was decreased a degree of regulatory control from Hazardous Substance Type 2 to Hazardous Substance Type 1, in which product labels and efficacy testing reports were not required for product notification. It was found that many products did not provide repellency effect for Aedes as claimed on the labels. However, in the past six years, it was found that there were patients over 86,000 people a year who got a dengue fever and died about 81 people a year, especially, in among babies who were under one year. Therefore, this study had two objectives: (1) to survey understanding of consumers to mosquito repellent citronella oil product labels on stickers and wristbands, efficiency as well and (2) to ask for consumer's opinions on the management of labelling issues that might cause misunderstanding of Aedes repelling capability. The subjects were 436 mothers (from 5,242) who children were nurtured at nurseries and kindergartens in Mueang District,

Nonthaburi. Questionnaires were used for data collection. According to the survey results, 315 respondents (72.2%) completed the questionnaires. Among the respondents, 101 of them (32.1%) used to buy the products for their children whereas 214 of them (67.9%) never bought the products.

The resulted of this study found that the label claim with the words “repel mosquitos” made 69.8% of the respondents (35.9% of former buyers and 64.1% of non-buyers) understood that the products could “repel Aedes”. Besides, it made 47.5% of former buyers and 36.9% of non-buyers misunderstood that “If children use the products, it can help reduce the risk of dengue infection”. Whereas, 47.5% of former buyers and 55.2% of non-buyers answered they were not sure. Merely 5% of former buyers and 7.9% of non-buyers answered “not reduce the risk of dengue infection”. With respect to the management of labelling issues that it might cause misunderstanding of Aedes repelling capability, 34.6% of the respondents (37.6% of former buyers and 62.4% of non-buyers) thought that it should increase warning statements on labels to understanding of consumers such as using this product cannot prevent communicable diseases from mosquitos, this product must use with other methods to prevent mosquito biting. Moreover, 24.1% of the respondents (30.3% of former buyers and 69.7% of non-buyers) thought that the products should claim the mosquito repellency efficiency in accordance to the testing results of products.

In conclude, the labels that claimed as “repel mosquitoes” on citronella oil for repelling mosquito products for children were classified as the Hazardous Substance Type 1, they made mothers who having children were nurtured at nurseries and kindergartens in Mueang District, Nonthaburi misunderstood that the products can repel Aedes. In addition, the consumers thought that the labels must have information as fact by increasing information warning to create understanding of consumers or they should claim the testing result of the product. Thus, it is recommended that Thai Food and Drug Administration as the competent authority should enact specific regulatory requirements for mosquito repellent citronella oil label as be the Hazardous Substance Type 1 such as whether it demonstrates “repel mosquitoes”, it will provide the efficacy test against Aedes, or it indicates the target mosquito species according to the test results.

Keywords : Labelling of Hazardous Substance Type 1, Citronella oil for preventing mosquitos, Citronella oil for repelling mosquitos, Efficacy of mosquito repellents,

บทนำ

ประเทศไทยมีผู้ป่วยเป็นโรคไข้เลือดออกเฉลี่ยย้อนหลัง 6 ปี ประมาณ 86,000 คนต่อปี และมีผู้เสียชีวิตเฉลี่ยประมาณ 81 คนต่อปี (ปี พ.ศ. 2555 - พ.ศ. 2560)⁽¹⁾ กลุ่มเด็กเล็กที่มีอายุน้อยกว่า 1 ปีเป็นกลุ่มเสี่ยงที่มีโอกาสเสียชีวิตสูงเมื่อป่วยเป็นโรคไข้เลือดออก

นับแต่วันที่ 13 ธันวาคม 2555 เป็นต้นมาได้มีการลดระดับการควบคุมผลิตภัณฑ์ไล่ยุงหรือแมลงที่มีน้ำมันตะไคร้หอม (citronella oil) เป็นสารออกฤทธิ์ตัวเดียวในผลิตภัณฑ์เป็นวัตถุอันตรายชนิดที่ 1⁽²⁾ ซึ่งในการแจ้งข้อเท็จจริงเกี่ยวกับวัตถุอันตรายชนิดที่ 1 ไม่ต้องยื่นฉลากและผลการทดสอบประสิทธิภาพไล่ยุงเพื่อประกอบการพิจารณา โดยผลจากการตรวจสอบข้อร้องเรียนผลิตภัณฑ์ดังกล่าวทั้งชนิดสติ๊กเกอร์และชนิดสายรัดข้อมือจำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ พบมีการแสดงฉลากไล่ยุงและใช้ในเด็กตั้งแต่แรกเกิด แต่ผลการทดสอบประสิทธิภาพทั้ง 5 ผลิตภัณฑ์ กลับพบว่าไม่สามารถไล่ยุงลายได้ต่างจากเดิมซึ่งจัดเป็นวัตถุอันตรายชนิดที่ 2 ที่ต้องขึ้นทะเบียน และฉลากผลิตภัณฑ์ต้องผ่านการพิจารณาของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) โดยจะต้องมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับประสิทธิภาพและความปลอดภัยตรงตามผลการทดสอบจริง โดยหากจะแสดงสรรพคุณบนฉลากว่า “ไล่ยุง” จะต้องมีการทดสอบ “ไล่ยุงลาย” หรือแสดงสรรพคุณ

ตามชนิดยุงที่ผ่านเกณฑ์การทดสอบเท่านั้น⁽³⁾ ดังเช่นข้อมูลเดิมที่เคยมีการรับการขึ้นทะเบียนวัตถุอันตรายของผลิตภัณฑ์ไล่ยุงที่มีน้ำมันตะไคร้หอมเป็นสารออกฤทธิ์เพียงตัวเดียว ชนิดสติ๊กเกอร์และชนิดสายรัดข้อมือจำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ พบว่า ได้รับอนุญาตให้แสดงฉลากว่าไล่ยุงรำคาญหรือยุงกลางคืนเท่านั้น เนื่องจากมีเพียงผลการทดสอบประสิทธิภาพไล่ยุงรำคาญซึ่งเป็นตัวแทนในการทดสอบประสิทธิภาพของยุงกลางคืน ดังนั้น การแสดงฉลากว่า “ไล่ยุงและใช้ในเด็กเล็กตั้งแต่แรกเกิด” จึงอาจทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดว่าไล่ยุงลายได้และอาจมีผลให้ผู้ใช้ซึ่งเป็นเด็กเล็กมีโอกาสเป็นไข้เลือดออกมากขึ้นเนื่องจากขาดความระมัดระวังในการป้องกันยุงกัด โดยเฉพาะเด็กที่มีอายุน้อยกว่า 1 ปี ที่เป็นกลุ่มเสี่ยงจะเสียชีวิตหากเป็นไข้เลือดออก

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสำรวจความเข้าใจของผู้บริโภคเกี่ยวกับการแสดงประสิทธิภาพการไล่ยุงบนฉลากผลิตภัณฑ์น้ำมันตะไคร้หอมไล่ยุงในเด็ก ชนิดสติ๊กเกอร์และชนิดสายรัดข้อมือ
2. เพื่อสอบถามความคิดเห็นผู้บริโภคถึงมาตรการจัดการปัญหาผลิตภัณฑ์น้ำมันตะไคร้หอมไล่ยุงที่มีการแสดงฉลากที่อาจส่งผลให้เกิดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการไล่ยุงลาย

ขอบเขตการศึกษา

ความเข้าใจของผู้บริโภคซึ่งเป็นแม่ที่มีลูกอยู่ในการดูแลของศูนย์เด็กเล็กและชั้นอนุบาลในอำเภอเมืองจังหวัดนนทบุรี เกี่ยวกับฉลากผลิตภัณฑ์น้ำมันตะไคร้หอมไล่ยุงในเด็ก ชนิดสติ๊กเกอร์และชนิดสายรัดข้อมือ ในด้านประสิทธิภาพว่า “ไล่ยุงลายได้” และสามารถ “ลดโอกาสการเป็นโรคไข้เลือดออก” ได้

นิยามคำศัพท์

ผลิตภัณฑ์ไล่ยุง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ไล่ยุงที่มีน้ำมันตะไคร้หอม (citronella oil) เป็นสารออกฤทธิ์เพียงตัวเดียวในผลิตภัณฑ์ ซึ่งจัดเป็นวัตถุอันตรายชนิดที่ 1 โดยในฉลากระบุว่าได้ตั้งแต่แรกเกิด

มีประสิทธิภาพในการไล่ยุง หมายถึง ผ่านเกณฑ์การทดสอบไล่ยุงลายตามเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา รับพิจารณาขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์ไล่ยุง

วิธีการศึกษา

การวิจัยเชิงสำรวจแบบตัดขวาง (Cross-sectional survey) ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบในแบบสอบถามเอง (Self-Administered Questionnaire)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาเป็นแม่ที่มีลูกอยู่ในการดูแลของศูนย์เด็กเล็กและชั้นอนุบาลในอำเภอเมืองนนทบุรี จำนวน 436 คน (จากทั้งหมด 5,242 คน) คำนวณกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Finite Population Proportion (Wayne W.D.) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากศูนย์เด็กเล็กและชั้นอนุบาลในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ดังนี้

- สถาบันพัฒนาอเนกมัยเด็กแห่งชาติ (ศูนย์เด็กเล็กวัดลวก ไทยเหนือและสถานอเนกมัยเด็กกลาง)
- ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กของ อบ.
- ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กและโรงเรียน ภายใต้สังกัดเทศบาลนครนนทบุรี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสอบถาม โดยเริ่มจากนำวัตถุประสงค์มาตั้งคำถามนำไปถามกับผู้ที่มีลักษณะคล้ายประชากรเพื่อนำความคิดเห็นที่ได้มาเป็นคำตอบ แบบสอบถามผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และทดสอบความเชื่อมั่นจากกลุ่มนำร่องแม่ที่มีลูกอยู่ในการดูแลของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กกรมพลศึกษาทหารบก 30 คน พบว่าค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.76

การเก็บข้อมูล

ขอความอนุเคราะห์ให้ศูนย์เด็กเล็กหรือโรงเรียนอนุบาลดำเนินการแจกแบบสอบถามให้แม่เด็กและรวบรวมแบบสอบถามที่ตอบกลับมา ซึ่งแบบสอบถามที่นำมาวิเคราะห์ต้องตอบคำถามได้ครบถ้วนสมบูรณ์ทุกข้อ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติเชิงบรรยาย (descriptive statistics) โดยการวิเคราะห์ค่าร้อยละ

ผลการศึกษา

มีผู้ตอบแบบสอบถามครบถ้วนสมบูรณ์จำนวน 315 คน จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยจำนวน 436 คน คิดเป็นร้อยละ 72.2

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 31-40 ปี (ร้อยละ 46.0) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 49.5) ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 30.8) หรืออาชีพอื่นๆ (ร้อยละ 30.8) มีรายได้ครอบครัวอยู่ที่ 15,001-30,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 41.0) และพักอาศัยหรือเคยพักอาศัยในพื้นที่มีชุมชน (ร้อยละ 58.7) โดยเป็นผู้ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์น้ำมันตะไคร้หอมใส่ถุงในเด็กเพื่อให้ลูกใช้ (ร้อยละ 32.1) (ดังตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะด้านประชากร (n = 315)	จำนวน	ร้อยละ
อายุ ไม่เกิน 20 ปี	10	3.2
21-30 ปี	90	28.6
31-40 ปี	145	46.0
มากกว่า 40 ปี	70	22.2
การศึกษา น้อยกว่าปริญญาตรี	132	41.9
ปริญญาตรี	156	49.5
ปริญญาโท	26	8.3
ปริญญาเอก	1	0.3
อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว	48	15.2
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	97	30.8
พนักงานเอกชน	73	23.2
อื่นๆ	97	30.8

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ลักษณะด้านประชากร (n = 315)	จำนวน	ร้อยละ
รายได้ของครอบครัวต่อเดือน		
ไม่เกิน 15,000 บาท	99	31.4
15,001-30,000 บาท	129	41.0
30,001-50,000 บาท	58	18.4
50,001-100,000 บาท	27	8.6
มากกว่า 100,000 บาท	2	0.6
อาศัยหรือเคยอาศัย ในพื้นที่มีมุงขุขุม		
ใช่	185	58.7
ไม่ใช่	130	41.3
เคยซื้อผลิตภัณฑ์โลยุงในเด็ก ชนิดสติ๊กเกอร์และชนิดสายรัดข้อมือให้ลูกใช้		
เคยซื้อ	101	32.1
ไม่เคยซื้อ	214	67.9

ผลการสำรวจความเข้าใจฉลากผลิตภัณฑ์น้ำมันตะไคร้หอมโลยุงในเด็ก ชนิดสติ๊กเกอร์และชนิดสายรัดข้อมือของผู้บริโภค ดังนี้

1. ส่วนใหญ่ของผู้ที่เคยซื้อและผู้ไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์น้ำมันตะไคร้หอมโลยุงในเด็กชนิดสติ๊กเกอร์และชนิดสายรัดข้อมือให้ลูกใช้เข้าใจว่า “โลยุงลาย” ได้คิดเป็นร้อยละ 69.8 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด แยกเป็นผู้ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์นี้ร้อยละ 78.2 และผู้ที่ไม่เคยซื้อร้อยละ 65.9

2. ส่วนใหญ่ของผู้ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์นี้ให้ลูกใช้เข้าใจว่า “ช่วยลดโอกาสเป็นไข้เลือดออก” และ “ไม่แน่ใจว่าจะลดโอกาสเป็นไข้เลือดออก” เท่ากัน คือ ร้อยละ 47.5 ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยซื้อส่วนใหญ่ “ไม่แน่ใจว่าจะลดโอกาสเป็นไข้เลือดออก” ร้อยละ 55.2 รองลงมาคือ “จะช่วยลดโอกาสเป็นไข้เลือดออก” ร้อยละ 36.9

3. ส่วนใหญ่ของผู้ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์นี้ให้ลูกใช้คิดว่า ผลิตภัณฑ์น้ำมันตะไคร้หอมโลยุงชนิดสติ๊กเกอร์หรือชนิดสายรัดข้อมือเหมาะที่จะใช้ในเด็กช่วงอายุ 1-3 ปี ร้อยละ 34.6 รองลงมา คือ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี ร้อยละ 25.7 ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยซื้อส่วนใหญ่คิดว่าเหมาะที่จะใช้ในเด็กช่วงอายุ 1-3 ปี ร้อยละ 39.3 รองลงมา คือช่วงอายุ 3-5 ปี ร้อยละ 29.9

4. ส่วนใหญ่ของผู้ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์นี้ให้ลูกใช้มีเหตุผลหลักเพราะคิดว่าสะดวกในการใช้ ร้อยละ 53.5 ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยซื้อส่วนใหญ่คิดว่าเพราะความปลอดภัยในการใช้ ร้อยละ 57.0

5. ส่วนใหญ่ของผู้ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์นี้ให้ลูกใช้และผู้ไม่เคยซื้อคิดว่าเด็กควรใช้ผลิตภัณฑ์นี้ทั้งภายในและภายนอกอาคาร คิดเป็นร้อยละ 76.8 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด แยกเป็นผู้ที่เคยซื้อ ร้อยละ 31.8 และผู้ที่ไม่เคยซื้อ ร้อยละ 68.2 รองลงมา

คือ ควรใช้ภายในอาคาร คิดเป็นร้อยละ 16.2 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด แยกเป็นผู้ที่เคยซื้อร้อยละ 31.4 และผู้ที่ไม่เคยซื้อ ร้อยละ 68.6

6. ส่วนใหญ่ของผู้ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์นี้ให้ลูกใช้และผู้ไม่เคยซื้อคิดว่า แม้ใช้ผลิตภัณฑ์นี้แล้วยังจำเป็นต้องป้องกันยุงกัดด้วยวิธีอื่นร่วมด้วย คิดเป็นร้อยละ 60.6 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด แยกเป็นผู้ที่เคยซื้อร้อยละ 34.0 และผู้ที่ไม่เคยซื้อ ร้อยละ 66.0 รองลงมาคือไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 31.8 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด แยกเป็นผู้ที่เคยซื้อร้อยละ 30.0 และผู้ที่ไม่เคยซื้อ ร้อยละ 70.0

7. ส่วนใหญ่ของผู้ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์นี้ให้ลูกใช้และผู้ที่ไม่เคยซื้อกังวลว่าหากผลิตภัณฑ์นี้ไต่ลงลายไม่ได้ผลลูกจะมีโอกาสเป็นไข้เลือดออกมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 53.3 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด แยกเป็น

ผู้ที่เคยซื้อร้อยละ 32.7 และผู้ที่ไม่เคยซื้อ ร้อยละ 67.3

8. ส่วนใหญ่ของผู้ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์นี้ให้ลูกใช้และผู้ไม่เคยซื้อคิดว่าควรดำเนินการกับผลิตภัณฑ์ที่ฉลากทำให้เข้าใจผิดว่า “ไต่ลงลายได้” และอาจส่งผลกระทบต่อเด็กมีโอกาเป็นไข้เลือดออกมากขึ้น โดยการเพิ่มคำเตือนบนฉลากให้ผู้บริโภคเข้าใจ เช่น “การใช้ผลิตภัณฑ์นี้ไม่ได้ป้องกันโรคติดต่อจากยุง” หรือ “การใช้ผลิตภัณฑ์นี้ต้องใช้วิธีอื่นร่วมกันในการป้องกันยุงกัด” คิดเป็นร้อยละ 34.6 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด แยกเป็นผู้ที่เคยซื้อร้อยละ 37.6 และผู้ที่ไม่เคยซื้อ ร้อยละ 62.4 รองลงมาคือฉลากต้องระบุไต่ลงลายชนิดใดได้ตามผลทดสอบไต่ลงลายชนิดนั้น คิดเป็นร้อยละ 24.1 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด แยกเป็นผู้ที่เคยซื้อร้อยละ 30.3 และผู้ที่ไม่เคยซื้อ ร้อยละ 69.7 (ดังตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ความเข้าใจฉลากและความเห็นต่อมาตรการป้องกันความเข้าใจผิดในกลุ่มของผู้บริโภคที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ไต่ลงลายน้ำมันตะไคร้หอมในเด็กชนิดสติกเกอร์ และชนิดสายรัดข้อมือ

ความเข้าใจฉลาก ผลิตภัณฑ์ไต่ลงลายในเด็ก	ผู้เคยซื้อ จำนวน (ร้อยละ) 214 (67.9)	ผู้ไม่เคยซื้อ จำนวน (ร้อยละ) 214 (67.9)	รวม จำนวน (ร้อยละ) 315 (100)
คิดว่า “ผลิตภัณฑ์นี้ไต่ลงลาย” ได้หรือไม่			
ได้	79 (78.2)	141 (65.9)	220 (69.8)
ไม่ได้	22 (21.8)	73 (34.1)	95 (30.2)
คิดว่า “ช่วยลดโอกาสเป็นไข้เลือดออก”			
ลดโอกาส	48 (47.5)	79 (36.9)	127 (40.3)
ไม่ลดโอกาส	5 (5.0)	17 (7.9)	22 (7.0)
ไม่แน่ใจ	48 (47.5)	118 (55.2)	166 (52.7)
คิดว่าเหมาะที่จะใช้ในเด็ก			
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี	26 (25.7)	30 (14.0)	56 (17.8)
มากกว่า 1-3 ปี	35 (34.6)	84 (39.3)	119 (37.8)
มากกว่า 3-5 ปี	20 (19.8)	64 (29.9)	84 (26.7)
มากกว่า 5-7 ปี	14 (13.9)	30 (14.0)	44 (14.0)
มากกว่า 7 ปี	6 (6.0)	6 (2.8)	12 (3.7)

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ความเข้าใจฉลาก ผลิตภัณฑ์โลยุงในเด็ก	ผู้เคยซื้อ จำนวน (ร้อยละ) 214 (67.9)	ผู้ไม่เคยซื้อ จำนวน (ร้อยละ) 214 (67.9)	รวม จำนวน (ร้อยละ) 315 (100)
เหตุผลหลักที่ซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดนี้			
ความสะดวกในการใช้	54 (53.5)	92 (43.0)	146 (46.3)
ความปลอดภัยในการใช้	47 (46.5)	122 (57.0)	169 (53.7)
คิดว่าเด็กควรใช้ผลิตภัณฑ์นี้ภายในหรือนอกอาคาร			
ภายในอาคาร	16 (15.8)	35 (16.4)	51 (16.2)
ภายนอกอาคาร	8 (7.9)	14 (6.5)	22 (7.0)
ทั้งภายในและภายนอกอาคาร	77 (76.3)	165 (77.1)	242 (76.8)
คิดว่า “จำเป็นต้องป้องกันยุงกัดด้วยวิธีอื่นร่วมด้วย”			
จำเป็น	65 (64.4)	126 (58.9)	191 (60.6)
ไม่จำเป็น	6 (5.9)	18 (8.4)	24 (7.6)
ไม่แน่ใจ	30 (29.7)	70 (32.7)	100 (31.8)
คิดว่า “ลูกจะได้รับผลกระทบอย่างไร หากใช้ผลิตภัณฑ์ที่โลยุงลายไม่ได้”			
ลูกมีโอกาสเป็นไข้เลือดออกมากขึ้น	55 (54.5)	113 (52.8)	168 (53.3)
ลูกคันและเป็นแผลจากยุงกัด	46 (45.5)	101 (47.2)	147 (46.7)
ควรดำเนินการกับผลิตภัณฑ์ที่ฉลากอาจทำให้เข้าใจผิดว่า “โลยุงลายได้” และอาจส่งผลให้เด็กมีโอกาสเป็นไข้เลือดออกมากขึ้น			
ไม่ต้องดำเนินการ	8 (7.9)	30 (14.0)	38 (12.1)
ให้ตรารับรองและประชาสัมพันธ์ผู้ซื้อ (เช่น สัญลักษณ์ประหยัดไฟเบอร์ 5)	20 (19.8)	48 (22.4)	68 (21.6)
เพิ่มคำเตือนบนฉลากให้ผู้บริโภคเข้าใจ	41 (40.6)	68 (31.8)	109 (34.6)
ฉลากต้องระบุโลยุงตามผลทดสอบ โลยุงชนิดนั้น	23 (22.8)	53 (24.8)	76 (24.1)
ยกเลิกผลิตภัณฑ์	9 (8.9)	15 (7.0)	24 (7.6)

อภิปรายผล

จากการสำรวจความเข้าใจฉลากผลิตภัณฑ์น้ำมันตะไคร้หอมไฉ่ยู่ในเด็ก ชนิดสติ๊กเกอร์และชนิดสายรัดข้อมือของผู้บริโภคซึ่งเป็นแม่ที่มีลูกอยู่ในการดูแลของศูนย์เด็กเล็กและชั้นอนุบาลในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี พบว่า การแสดงฉลากว่า “ไฉ่ยู่” ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าผลิตภัณฑ์นั้นสามารถ “ไฉ่ยู่ลายได้” ซึ่งขัดแย้งกับผลการทดสอบประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์จากกรณีร้องเรียนที่ผ่านมาที่ยังไม่พบว่าผลิตภัณฑ์น้ำมันตะไคร้หอมชนิดสติ๊กเกอร์หรือชนิดสายรัดข้อมือใดที่สามารถไฉ่ยู่ลายได้

นอกจากนี้ ผู้บริโภคเห็นว่า ควรมีการจัดการปัญหาผลิตภัณฑ์น้ำมันตะไคร้หอมไฉ่ยู่ที่มีการแสดงฉลากที่อาจส่งผลให้เกิดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการไฉ่ยู่ลายนั้น โดยควรเพิ่มคำเตือนบนฉลากให้ผู้บริโภคเข้าใจ เช่น “การใช้ผลิตภัณฑ์นี้ไม่ได้ป้องกันโรคติดต่อจากยุง” หรือ “การใช้ผลิตภัณฑ์นี้ต้องใช้วิธีอื่นร่วมกันในการป้องกันยุงกัด” รองลงมา คือ ฉลากต้องระบุว่าไฉ่ยู่ชนิดใดได้ตามผลทดสอบไฉ่ยู่ชนิดนั้น ซึ่งสอดคล้องกับหลักเกณฑ์การแสดงฉลากของผลิตภัณฑ์วัตถุอันตรายที่ต้องขึ้นทะเบียน ที่ระบุว่า “การอ้างสรรพคุณในการป้องกันยุงบนฉลากผลิตภัณฑ์ไฉ่ยู่ลายนั้น หากผลการทดสอบไฉ่ยู่ลายในการทดสอบสามารถอ้างสรรพคุณในการไฉ่ยู่ได้ แต่หากผลการทดสอบ

ไฉ่ยู่ชนิดอื่นที่ไม่ใช่ยู่ลาย เช่น ยู่ราคาญหรือยู่กันปล่องให้ระบุชนิดยู่ที่ใช้ทดสอบ”

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการลดระดับการควบคุมผลิตภัณฑ์ไฉ่ยู่หรือแมลงที่มีน้ำมันตะไคร้หอม (citronella oil) เป็นสารออกฤทธิ์ตัวเดียวในผลิตภัณฑ์เป็นวัตถุอันตรายชนิดที่ 1 ซึ่งกฎหมายกำหนดให้เป็นการแจ้งข้อเท็จจริงโดยไม่ต้องส่งตัวอย่างฉลากและผลการทดสอบประสิทธิภาพประกอบการแจ้ง และเน้นการกำกับดูแลไปที่การกำกับดูแลผลิตภัณฑ์หลังออกสู่ตลาด ผลปรากฏว่า มีผลิตภัณฑ์น้ำมันตะไคร้หอมไฉ่ยู่หรือแมลงที่ได้แจ้งข้อเท็จจริงแล้วเป็นจำนวนมากและมีหลากหลายชนิดในท้องตลาดแล้ว แต่จะแสดงสรรพคุณเช่นใดบนฉลาก จากสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นแสดงให้เห็นว่าที่ผ่านมาถึงแม้จะมีแนวทางสำหรับผู้ประกอบการในการจัดทำฉลากสำหรับผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ตามประกาศของ อย. เกี่ยวกับ การแสดงฉลากผลิตภัณฑ์ไฉ่แมลงประเภทผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปชนิดแผ่นหรือแถบใช้ติด หรือสวมบนร่างกาย ที่ประกอบด้วย citronella oil ซึ่งประกาศตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ให้เป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการ โดยฉลากต้องระบุประเภทแมลงและระยะเวลาในการป้องกันตามผลการทดสอบประสิทธิภาพ นั้นยังไม่มีผลบังคับเพียงพอที่จะให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตาม อีกทั้งการเฝ้าระวังหลังผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดแล้วอาจไม่ทันทั่วถึง และอาจส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคให้เข้าใจผิดและอาจส่งผลต่อการป้องกันพาหะนำโรคได้

สรุปผล

นับแต่ได้มีการลดระดับผลิตภัณฑ์ไล่ยุงหรือแมลงที่มีน้ำมันตะไคร้หอมเป็นสารออกฤทธิ์ตัวเดียวเป็นวัตถุดิบตรายชนิดที่ 1 ปรากฏว่า มีผลิตภัณฑ์ไล่ยุงหรือแมลงดังกล่าวได้แจ้งข้อเท็จจริงแล้วเป็นจำนวนมากและมีหลากหลายชนิดในท้องตลาดแล้ว แต่ว่าจะแสดงสรรพคุณเช่นใดบนฉลาก เนื่องจากไม่ต้องยื่นฉลากและผลการทดสอบประสิทธิภาพให้พิจารณา โดยจากผลการตรวจสอบเรื่องร้องเรียนผลิตภัณฑ์ไล่ยุงดังกล่าวชนิดสติกเกอร์และสายรัดข้อมือ ที่แสดงฉลากไล่ยุงและใช้ในเด็กตั้งแต่แรกเกิดจำนวน 5 ผลิตภัณฑ์พบว่าไม่มีประสิทธิภาพในการไล่ยุงลายได้

ผลการสำรวจความเข้าใจฉลากผลิตภัณฑ์น้ำมันตะไคร้หอมไล่ยุงในเด็ก ชนิดสติกเกอร์และชนิดสายรัดข้อมือของผู้บริโภคซึ่งเป็นแม่ที่มีลูกอยู่ในการดูแลของศูนย์เด็กเล็กและชั้นอนุบาลในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี พบว่า การแสดงฉลากว่า “ไล่ยุง” ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าผลิตภัณฑ์นั้นสามารถ “ไล่ยุงลายได้” และผู้บริโภคเห็นว่าควรมีมาตรการจัดการปัญหาผลิตภัณฑ์น้ำมันตะไคร้หอมไล่ยุงที่มีการแสดงฉลากที่อาจส่งผลให้เกิดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการไล่ยุงลายนั้น โดยควรเพิ่มคำเตือนบนฉลากให้ผู้บริโภคเข้าใจ เช่น “การใช้ผลิตภัณฑ์นี้ไม่ได้ป้องกันโรคติดต่อจากยุง” หรือ “การใช้ผลิตภัณฑ์นี้ต้องใช้วิธีอื่นร่วมกันในการป้องกัน

ยุงกัด” รองลงมาคือฉลากต้องระบุไล่ยุงชนิดใดได้ตามผลทดสอบไล่ยุงชนิดนั้น

ดังนั้น ควรมีการออกประกาศหลักเกณฑ์เฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์ไล่ยุงหรือแมลงที่เป็นแนวทางเดียวกับผลิตภัณฑ์วัตถุดิบตรายที่ต้องขึ้นทะเบียนเพื่อบังคับให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตาม เนื่องจากปัจจุบันแม้ว่าจะมีแนวทางการแสดงฉลากตามประกาศของ อย. เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไล่แมลงประเภทผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปชนิดแผ่นหรือแถบใช้ติด หรือสวมบนร่างกาย ที่ประกอบด้วย citronella oil ที่ฉลากต้องแสดงประเภทแมลงและระยะเวลาในการป้องกันได้ตามผลการทดสอบประสิทธิภาพแล้วก็ตาม แต่ผู้ประกอบการยังไม่ปฏิบัติตาม ประกอบกับการดำเนินการกับผลิตภัณฑ์ดังกล่าวหลังออกสู่ตลาดแล้วอาจไม่ทันทั่วถึง และอาจส่งผลกระทบให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดและอาจส่งผลต่อการควบคุมโรคที่มียุงเป็นพาหะ

ข้อเสนอแนะ

อย. ควรดำเนินการให้ผลิตภัณฑ์ไล่ยุงที่มีน้ำมันตะไคร้หอมเป็นสารออกฤทธิ์เพียงตัวเดียวในผลิตภัณฑ์ซึ่งจัดเป็นวัตถุดิบตรายชนิดที่ 1 มีข้อกำหนดเกี่ยวกับการแสดงฉลากด้านประสิทธิภาพในการไล่ยุงเช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์วัตถุดิบตรายที่ต้องขึ้นทะเบียน โดยออกประกาศกระทรวงสาธารณสุขเกี่ยวกับหลักเกณฑ์การแสดงสรรพคุณไล่ยุงบนฉลาก

ที่เป็นแนวทางเดียวกับเกณฑ์การพิจารณาผลิตภัณฑ์
ไถ่ล้างที่ต้องขึ้นทะเบียนวัตถุอันตราย กล่าวคือ
หากผลการทดสอบสามารถไถ่ล้างได้ สามารถ
อ้างสรรพคุณ “ไถ่ล้างหรือไถ่ล้างลาย” แต่หาก
ผลการทดสอบพบว่า ใช้ได้กับยุงชนิดอื่นที่ไม่ใช่ยุงลาย
เช่น ยุงรำคาญหรือยุงก้นปล่อง ก็ให้ระบุบนฉลาก
ตามชนิดยุงที่ใช้ทดสอบ และการแสดงระยะเวลา
การไถ่ล้างให้เป็นไปตามระยะเวลาที่ใช้ทดสอบ และ
เพิ่มคำเตือนบนฉลากเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจมากขึ้น
เช่น “การใช้ผลิตภัณฑ์นี้ไม่ได้ป้องกันโรคติดต่อ
จากยุง” หรือ “การใช้ผลิตภัณฑ์นี้ต้องใช้วิธีอื่นร่วมกัน
ในการป้องกันยุงกัด” เนื่องจากการเข้าใจผิดว่า
ผลิตภัณฑ์ไถ่ล้างนั้นมีผลต่อการป้องกันยุงที่เป็นพาหะ
นำโรคได้ เช่น ยุงลาย จึงอาจทำให้มีการป้องกัน
ที่ไม่ถูกต้องจนอาจนำไปสู่การเพิ่มจำนวนผู้ป่วย
ไข้เลือดออกและการเสียชีวิตได้

เอกสารอ้างอิง

1. สำนักโรคติดต่อฯ โดยแมลง กรมควบคุมโรค.
สถานการณ์ไข้เลือดออก ประจำปี สัปดาห์ที่ 49
ปี 2560 [อินเทอร์เน็ต]. 2560 [เข้าถึงเมื่อวันที่ 1 ธ.ค.
2561 เข้าถึงได้จาก: <http://www.thaivbd.org/n/histories/view/2799>
2. กระทรวงอุตสาหกรรม. ประกาศกระทรวง
อุตสาหกรรม เรื่อง บัญชีรายชื่อวัตถุอันตราย
(ฉบับที่ 8) พ.ศ. 2555 ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่
129, ตอนพิเศษ 186 ง (ลงวันที่ 12 ธันวาคม
2555).
3. กลุ่มกำกับดูแลวัตถุอันตรายก่อนออกสู่ตลาด
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา.(2560).
แนวทางการพิจารณารับขึ้นทะเบียนวัตถุอันตราย
[อินเทอร์เน็ต]. 2560 [เข้าถึงเมื่อวันที่ 1 ธ.ค.
2561] เข้าถึงได้จาก: http://www.fda.moph.go.th/sites/Hazardous/Download_Handbook/23.%20แนวทางการพิจารณารับขึ้นทะเบียนวัตถุอันตราย.pdf