

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประชาชน

บ้านหนองบัวศาลา จังหวัดนครราชสีมา

Factors Associated with Herbal Medicinal Products Use Behavior among
People in Nong Bua Sala Village, Nakhon Ratchasima Province

กษิณี วิจันท์ก, วท.ม. (สาธารณสุขศาสตร์) ¹

Pitsanee Wichantuk, M.Sc. (Public Health) ¹

Received: February 12, 2019 Revised: April 28, 2020 Accepted: May 23, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาแบบหาความสัมพันธ์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประชาชน กลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนบ้านหนองบัวศาลา อำเภอเมืองนครราชสีมา จำนวน 324 คน เครื่องมือการวิจัยประกอบด้วย แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล แบบทดสอบความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีค่าความเชื่อมั่น .66 แบบสอบถามทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีค่าความเชื่อมั่น .75 และแบบสอบถามพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีค่าความเชื่อมั่น .79 เก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนกรกฎาคม 2560 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Fisher's exact test และสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ อาชีพ ($\chi^2 = 15.755, p < .05$) ทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ($r = .133, p < .05$) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ($r = .222, p < .001$)

จากการวิจัยครั้งนี้มีข้อเสนอแนะว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้แก่ประชาชน เพื่อช่วยส่งเสริมให้ประชาชนตระหนักถึงความเสี่ยงทางสุขภาพจากการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ปลอดภัย

คำสำคัญ: พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

¹ อาจารย์ คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

¹ Lecturer, Faculty of Public Health, Nakhon Ratchasima Rajabhat University, E-mail: pitsanee@hotmail.com

Abstract

This descriptive correlational research aimed to study the factors associated with herbal medicinal products use behavior among people. The samples consisted of 324 people living in Nong Bua Sala Village, Mueang Nakhon Ratchasima District. The research instruments comprised the demographic questionnaire, the knowledge of herbal medicinal products use test with the reliability of .66, the attitude toward herbal medicinal products use questionnaire with the reliability of .75, and the herbal medicinal products use behavior questionnaire with the reliability of .79. Data were collected in July, 2017. Statistics used for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, Fisher's exact test, and Pearson's product moment correlation coefficient.

The research results revealed that the factors statistically significant associated with herbal medicinal products use behavior included occupation ($\chi^2 = 15.755, p < .05$), attitude toward herbal medicinal products use ($r = .133, p < .05$) and average income per month ($r = .222, p < .001$).

This research suggests that the related agencies should distribute accurate information about the herbal medicinal products to people in order to increase their awareness of health risks from unsafe herbal medicinal products using.

Keywords: Herbal medicinal products use behavior, Herbal medicinal products

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบัน กระแสสุขภาพกำลังได้รับความนิยมอย่างสูง ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเป็นทางเลือกหนึ่งที่ประชาชนเลือกใช้ในการดูแลสุขภาพรวมถึงการเสริมความงาม ซึ่งมีการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรในท้องตลาดเป็นจำนวนมากในรูปแบบที่หลากหลาย รวมทั้งมีการโฆษณาในสื่อต่างๆ อย่างแพร่หลาย กระแสนิยมดังกล่าวสอดคล้องกับนโยบายจากภาครัฐ ดังเช่น แผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564 ซึ่งเน้นการส่งเสริมการพัฒนาสมุนไพรไทยให้มีกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ ได้รับการรับรองมาตรฐาน และสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางตลาดทั้งในและต่างประเทศ โดยมีเป้าประสงค์คือ ภายในปี พ.ศ. 2564 ประเทศไทยจะส่งออกวัตถุดิบสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพรเป็นประเทศชั้นนำของอาเซียน ซึ่งจะส่งผลต่อความยั่งยืนของสมุนไพรไทยและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของประเทศ (กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข, 2560) จากข้อมูลดังกล่าวจึงทำให้ประชาชนเข้าถึงแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้หลากหลายช่องทาง เอื้อให้เกิดการซื้อขายผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อการอุปโภคและบริโภคได้ง่าย อย่างไรก็ตาม ยังพบการโฆษณาผลิตภัณฑ์ที่

อวดอ้างสรรพคุณเกินจริง (พินดา โนนทิ, สุวิชา เจริญพร, นื่องเล็ก คุณวรดิษฐ์, แสง วัชรชนกิจ, และอนุวัฒน์ วัฒนพิชญากุล, 2556) ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดผลข้างเคียงต่อสุขภาพของประชาชน หากไม่ได้รับคำแนะนำและข้อควรระวังในการใช้ที่เหมาะสม (ชัยวัฒน์ สิงห์หิรัญสุรณ และอรุณรัตน์ อรุณเมือง, 2556)

บ้านหนองบัวศาลา อำเภอเมืองนครราชสีมา มีพื้นที่ติดต่อกับเขตอุตสาหกรรมสุรนารี ตั้งอยู่ไม่ห่างจากตัวเมืองมากนัก ทำให้มีความเจริญเช่นเดียวกับในตัวเมือง อีกทั้งบ้านหนองบัวศาลายังมีผลิตภัณฑ์สมุนไพรเป็นสินค้าโอท็อป โดยมีสินค้าหลัก คือ ครีมอาบน้ำสมุนไพรธรรมชาติหลายสูตร เช่น ขมิ้น มะละกอมะขาม และผลิตภัณฑ์ประเภทแชมพูและครีมนวดผสมสมุนไพรธรรมชาติ ซึ่งมีการจำหน่ายหลายชนิดตามสภาพภูมิ (ไทยด้าบลดอทคอม, 2558) นอกจากนี้ จากการสังเกตของผู้วิจัยพบว่าพื้นที่ดังกล่าวมีแหล่งค้าขายหลายแห่งที่มีการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรหลากหลายประเภท นอกจากนี้ ด้วยบริบทพื้นที่ซึ่งมีความเป็นสังคมเมือง จึงได้รับอิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ ซึ่งเป็นช่องทางที่นิยมใช้ในการประชาสัมพันธ์สินค้า รวมทั้งการโฆษณาผลิตภัณฑ์สมุนไพร ปัจจัยดังกล่าวจึงเอื้อให้เกิดโอกาสในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น แม้ว่าพื้นที่บ้านหนองบัวศาลาจะมีผลิตภัณฑ์

สมุนไพรเป็นสินค้าโอท็อป และผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้หลากหลายช่องทาง แต่ยังไม่พบรายงานการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เช่น ความรู้ ทักษะ ทักษะการตัดสินใจ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรทั้งในพื้นที่และจากแหล่งจำหน่ายต่าง ๆ

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยตระหนักถึงปัญหาที่อาจเกิดขึ้นกับประชาชนหากเลือกใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีการเจือปนสารอันตราย หรือมีการผลิตที่ไม่มีคุณภาพ จึงสนใจศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประชาชนบ้านหนองบัวศาลา โดยนำแนวคิด PRECEDE Model ของ Green and Kreuter (1991) มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรทั้ง 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยนำ (predisposing factors) ปัจจัยเอื้อ (enabling factors) และปัจจัยเสริม (reinforcing factors) เนื่องจากพฤติกรรมหรือการกระทำต่าง ๆ ของบุคคลเป็นผลมาจากอิทธิพลร่วมกันของทั้ง 3 ปัจจัย โดยปัจจัยนำเป็นปัจจัยพื้นฐานที่เกิดจากประสบการณ์และการเรียนรู้ของแต่ละบุคคล ประกอบด้วย คุณลักษณะส่วนบุคคล ความรู้ ทักษะ และความพอใจของบุคคลจากประสบการณ์การเรียนรู้ ซึ่งมีผลในการสนับสนุนหรือยับยั้งการแสดงออกของพฤติกรรม ปัจจัยนำจึงก่อให้เกิดแรงจูงใจในการแสดงออกของพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประชาชน ส่วนปัจจัยเอื้อเป็นปัจจัยที่ช่วยเอื้อให้บุคคลสามารถแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ เช่น ค่าใช้จ่าย รวมถึงความสามารถและความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพร ปัจจัยเอื้อจึงส่งผลให้ประชาชนเข้าถึงแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้แตกต่างกัน สำหรับปัจจัยเสริม เป็นสิ่งที่บุคคลได้รับหรือคาดว่าจะได้รับจากบุคคลอื่น รวมถึงการสนับสนุน การแนะนำ การชักชวนหรือยับยั้งการแสดงพฤติกรรมนั้น ๆ โดยจะส่งผลให้ประชาชนมีพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแตกต่างกัน ทั้งนี้ ผลการวิจัยที่ได้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและดำเนินการจัดกิจกรรมให้ความรู้ด้านสมุนไพร และการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรในการอุปโภคและบริโภคด้วยความปลอดภัย เพื่อให้ประชาชนตระหนักถึงอันตรายที่อาจเกิดจากการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่เหมาะสมและสิทธิของผู้บริโภค อันจะนำไปสู่การส่งเสริมให้ประชาชนบ้านหนองบัวศาลามีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

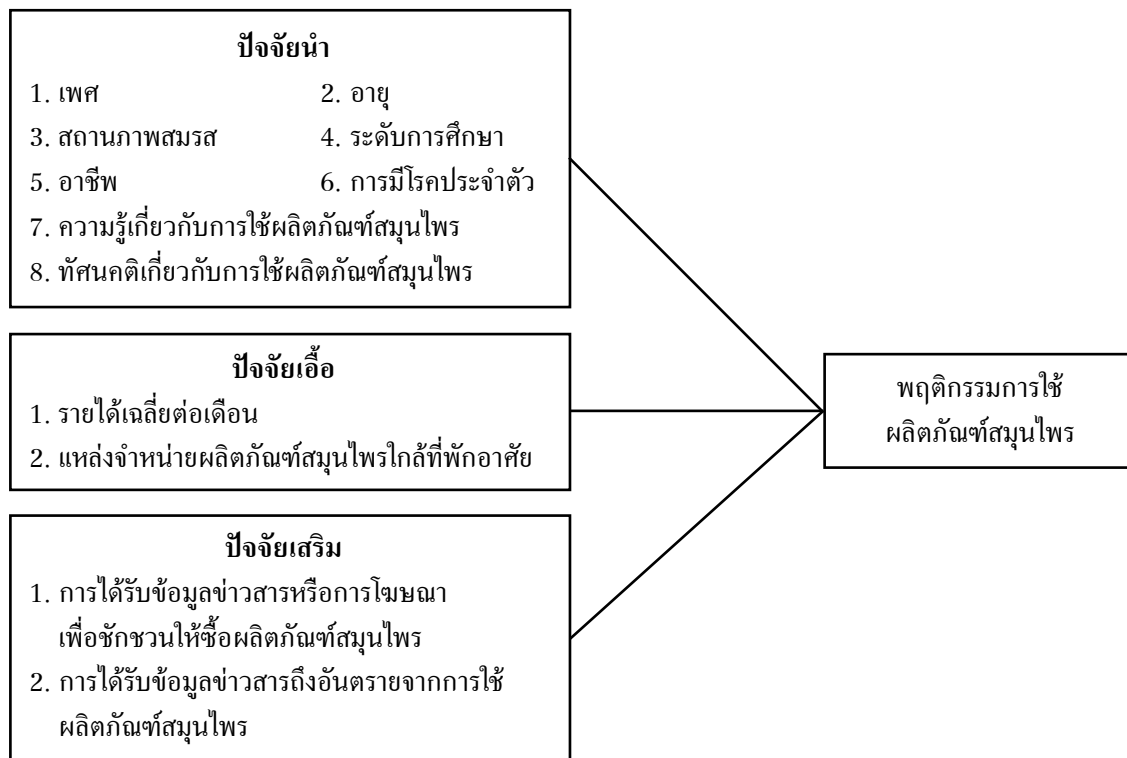
1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประชาชนบ้านหนองบัวศาลา จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประชาชนบ้านหนองบัวศาลา จังหวัดนครราชสีมา

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยนำ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ การมีโรคประจำตัว ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประชาชนบ้านหนองบัวศาลา จังหวัดนครราชสีมา
2. ปัจจัยเอื้อ ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรใกล้ที่พักอาศัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประชาชนบ้านหนองบัวศาลา จังหวัดนครราชสีมา
3. ปัจจัยเสริม ได้แก่ การได้รับข้อมูลข่าวสารหรือการโฆษณาเพื่อชักชวนให้ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร และการได้รับข้อมูลข่าวสารถึงอันตรายจากการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประชาชนบ้านหนองบัวศาลา จังหวัดนครราชสีมา

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำแนวคิด PRECEDE Model ของ Green and Kreuter (1991) มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยเกิดพฤติกรรมสุขภาพนั้นเป็นผลมาจากปัจจัยทั้ง 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยนำ ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานของการเกิดพฤติกรรมของแต่ละบุคคล ปัจจัยเอื้อ ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนหรือยับยั้งการเกิดพฤติกรรมของบุคคล และปัจจัยเสริม ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ช่วยสนับสนุนหรือกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมของบุคคล สรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาแบบหาความสัมพันธ์ (descriptive correlational research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรเป็นประชาชนบ้านหนองบัวศาลา หมู่ที่ 4 ตำบลหนองบัวศาลา อำเภอเมืองนครราชสีมา ณ เดือนกรกฎาคม 2560 จำนวน 2,099 คน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ มีอายุอยู่ในช่วง 20-60 ปี และยินยอมเข้าร่วมการวิจัย กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Krejcie and Morgan (1970) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .05 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 324 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกแบบบังเอิญ

เครื่องมือการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น มี 4 ชุด ดังนี้

ชุดที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย ข้อคำถามเกี่ยวกับเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การมีโรคประจำตัว แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรใกล้ที่พักอาศัย การได้รับข้อมูลข่าวสารหรือการโฆษณาเพื่อชักชวนให้ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร และการได้รับข้อมูลข่าวสารถึงอันตรายจากการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร จำนวนทั้งสิ้น 10 ข้อ มีลักษณะคำตอบเป็นแบบเลือกตอบและแบบเติมคำ

ชุดที่ 2 แบบทดสอบความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร จำนวนทั้งสิ้น 10 ข้อ มีลักษณะคำตอบเป็นแบบให้เลือกตอบว่าถูกหรือผิด เกณฑ์การให้คะแนน คือ หากตอบถูกให้ 1 คะแนน และหากตอบผิด ให้ 0 คะแนน ส่วนเกณฑ์การแปลผลคะแนน แบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ มีความรู้ในระดับต่ำ (0-5.99 คะแนน) ในระดับปานกลาง (6-7.99 คะแนน) และในระดับสูง (8-10 คะแนน)

ชุดที่ 3 แบบสอบถามทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร จำนวนทั้งสิ้น 12 ข้อ ประกอบด้วยข้อคำถามทางบวก และข้อคำถามทางลบ มีลักษณะคำตอบเป็นแบบมาตราประมาณค่า 3 ระดับ จากคะแนน 1-3 ของข้อคำถามทางบวก ได้แก่ ไม่เห็นด้วย ไม่แน่ใจ และเห็นด้วย ส่วนข้อคำถามทางลบให้คะแนนในลักษณะตรงกันข้าม ส่วนเกณฑ์การแปลผลคะแนน แบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ มีทัศนคติในระดับไม่ดี (12-19.99 คะแนน) ในระดับปานกลาง (20-27.99 คะแนน) และในระดับดี (28-36 คะแนน)

ชุดที่ 4 แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร จำนวนทั้งสิ้น 10 ข้อ ประกอบด้วยข้อคำถามทางบวก และข้อคำถามทางลบ มีลักษณะคำตอบเป็นแบบมาตราประมาณค่า 3 ระดับ จากคะแนน 1-3 ของข้อคำถามทางบวก ได้แก่

ไม่เคยปฏิบัติ ปฏิบัติเป็นบางครั้ง (1-3 ครั้งต่อเดือน) และปฏิบัติเป็นประจำ (อย่างน้อย 1 ครั้งต่อสัปดาห์) ส่วนข้อคำถามทางลบให้คะแนนในลักษณะตรงกันข้าม ส่วนเกณฑ์การแปลผลคะแนน แบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ มีพฤติกรรมในระดับไม่ดี (10-16.99 คะแนน) ในระดับปานกลาง (17-23.99 คะแนน) และในระดับดี (24-30 คะแนน)

สำหรับการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือนี้ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามและแบบทดสอบไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิเป็นอาจารย์มหาวิทยาลัย ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ในช่วง .67-1 ดำเนินการแก้ไขตามคำแนะนำ จากนั้นนำแบบทดสอบความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร แบบสอบถามทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ไปทดลองใช้กับประชาชนบ้านหนองปลิง ตำบลหนองบัวศาลา ที่มีคุณสมบัติคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน หาค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบความรู้ด้วยวิธีการของคูเดอร์-ริชาร์ดสัน สูตรที่ 20 (KR-20) ได้ค่าเท่ากับ .66 ส่วนแบบสอบถามทัศนคติ และแบบสอบถามพฤติกรรมฯ หาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีการของครอนบาช ได้ค่าเท่ากับ .75 และ .79 ตามลำดับ

การพิทักษ์สิทธิกลุ่มตัวอย่าง มีดังนี้ 1) หลังจากโครงร่างวิจัยได้รับการพิจารณาเห็นชอบจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา (เอกสารรับรอง เลขที่ HE-011-2560 วันที่ 27 มิถุนายน 2560) ผู้วิจัยจึงเริ่มเก็บรวบรวมข้อมูล และ 2) ผู้วิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัย ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล และสิทธิในการถอนตัวจากการวิจัย รวมทั้งแจ้งว่าข้อมูลจะได้รับการเก็บรักษาเป็นความลับและนำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่านั้น โดยจะนำเสนอข้อมูลในภาพรวม

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยพบกลุ่มตัวอย่าง แนะนำตัว ดำเนินการพิทักษ์สิทธิกลุ่มตัวอย่าง (ข้อ 2) และให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามและแบบทดสอบ โดยใช้เวลาประมาณ 20 นาที ทั้งนี้ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนกรกฎาคม 2560

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลส่วนบุคคล และข้อมูลพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร วิเคราะห์ด้วยสถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และข้อมูลทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร วิเคราะห์ด้วยสถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเรื่องเพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และการมีโรคประจำตัว

ปัจจัยเอื้อเรื่องแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรใกล้ที่พักอาศัย และปัจจัยเสริม (การได้รับข้อมูลข่าวสารหรือการโฆษณาเพื่อชักชวนให้ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร และการได้รับข้อมูลข่าวสารถึงอันตรายจากการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร) กับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร วิเคราะห์ด้วยสถิติ Fisher's exact test ส่วนการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเรื่องอายุ ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และปัจจัยเอื้อเรื่องรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร วิเคราะห์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของประชาชน พบว่า เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.23 มีอายุเฉลี่ย 37.46 ปี ($SD = 11.55$) มีสถานภาพสมรสคู่ คิดเป็นร้อยละ 58.64 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.10 ประกอบอาชีพปลูกข้าว/รับจ้างทั่วไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.17 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเฉลี่ย 10,558.64 บาท ($SD = 6,770.88$) ส่วนใหญ่ไม่มีโรคประจำตัว คิดเป็นร้อยละ 88.58 ไม่มีแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรใกล้ที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 91.36 ส่วนใหญ่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารหรือการโฆษณาเพื่อชักชวนให้ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 64.82 และไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารถึงอันตรายจากการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 57.72

2. ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประชาชน พบว่า ประชาชนมีคะแนนเฉลี่ยความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรโดยรวมในระดับปานกลาง ($M = 6.91, SD = 1.41$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ “ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน มี 3 รูปแบบ ดังนี้ (1) ผลิตภัณฑ์อาหาร (2) ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง (3) ผลิตภัณฑ์ยา” ($M = .95, SD = .21$) รองลงมา คือ “ผู้ใช้ต้องอ่านฉลากก่อนใช้ และระมัดระวังในเรื่องความสะอาดของสมุนไพร เช่น เชื้อโรคปนเปื้อน สารเคมีเจือปน เป็นต้น” ($M = .92, SD = .27$) และที่ต่ำสุดคือ “ผลิตภัณฑ์สมุนไพรทุกชนิดก่อให้เกิดประโยชน์แก่ร่างกายของผู้ใช้” ($M = .30, SD = .46$)

3. ทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประชาชน พบว่า ประชาชนมีคะแนนเฉลี่ยทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรโดยรวมในระดับปานกลาง ($M = 25.51, SD = 2.32$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ “การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรทุกชนิด ควรพิจารณา

รายละเอียดของฉลาก วิธีใช้ เลขทะเบียน ชื่อผู้ผลิต วันเดือนปีที่ผลิต ทุกครั้ง” ($M = 2.93, SD = .27$) รองลงมา คือ “ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ผ่านการควบคุมคุณภาพการผลิตและได้เครื่องหมายอย. เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัย” ($M = 2.63, SD = .50$) และที่ต่ำสุด คือ “การซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรทำให้สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายโดยไม่จำเป็น” ($M = 1.65, SD = .74$)

4. พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประชาชนพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 90.74 โดยมีคะแนนเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรโดยรวมในระดับปานกลาง ($M = 20.65, SD = 1.89$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ “เมื่อผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรชักชวนให้ท่านทดลองใช้โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายในระยะแรก ท่านจะทดลองใช้ผลิตภัณฑ์นั้นโดยไม่ศึกษาข้อมูลก่อน” ($M = 2.38, SD = .61$) รองลงมา คือ “ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรโดยพิจารณาจากความสะดวกในการซื้อและราคาเป็นสำคัญ” ($M = 2.33, SD = .67$) และ “หากท่านใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรชนิดหนึ่งแล้วได้ผลดีอย่างรวดเร็ว ท่านจะใช้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นประจำและต่อเนื่องโดยไม่ปรึกษาบุคลากรทางการแพทย์” ($M = 2.33, SD = .70$) และที่ต่ำสุด คือ “หากท่านมีโรคประจำตัว

หรืออยู่ในภาวะที่ร่างกายไม่ปกติ ท่านปรึกษาแพทย์ก่อนเลือกใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรทุกชนิด” ($M = 1.77, SD = .78$)

5. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำ ปัจจัยเอื้อ และปัจจัยเสริม กับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประชาชน

5.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเรื่องเพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และการมีโรคประจำตัว ปัจจัยเอื้อเรื่องแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรใกล้ที่พักอาศัย และปัจจัยเสริม (การได้รับข้อมูลข่าวสารหรือการโฆษณาเพื่อชักชวนให้ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร และการได้รับข้อมูลข่าวสารถึงอันตรายจากการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร) กับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร พบว่า ปัจจัยนำเรื่องอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2 = 15.755, p < .05$) ส่วนปัจจัยนำเรื่องเพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และการมีโรคประจำตัว ปัจจัยเอื้อเรื่องแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรใกล้ที่พักอาศัย และปัจจัยเสริม (การได้รับข้อมูลข่าวสารหรือการโฆษณาเพื่อชักชวนให้ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร และการได้รับข้อมูลข่าวสารถึงอันตรายจากการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร) พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำ ปัจจัยเอื้อ และปัจจัยเสริม กับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประชาชน ($n = 324$)

ตัวแปร	ระดับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร			χ^2	p
	ไม่ดี จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	ดี จำนวน (ร้อยละ)		
ปัจจัยนำ					
เพศ				2.299	.299
ชาย	1 (.31)	147 (45.37)	10 (3.09)		
หญิง	1 (.31)	147 (45.37)	18 (5.55)		
สถานภาพสมรส				4.336	.354
โสด	1 (.31)	115 (35.49)	8 (2.47)		
คู่	1 (.31)	171 (52.78)	18 (5.55)		
ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	- (-)	8 (2.47)	2 (.62)		
ระดับการศึกษา				3.593	.764
ประถมศึกษา	- (-)	81 (25.00)	5 (1.54)		
มัธยมศึกษาตอนต้น	- (-)	65 (20.06)	7 (2.16)		
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	1 (.31)	93 (28.70)	10 (3.09)		
สูงกว่าอนุปริญญา/ปวส.	1 (.31)	55 (16.98)	6 (1.85)		

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำ ปัจจัยเอื้อ และปัจจัยเสริม กับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประชาชน (n = 324) (ต่อ)

ตัวแปร	ระดับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร			χ^2	p
	ไม่ดี จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	ดี จำนวน (ร้อยละ)		
อาชีพ				15.755	.022
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	- (-)	38 (11.73)	- (-)		
ลูกจ้าง/รับจ้างทั่วไป	2 (.62)	157 (48.46)	10 (3.09)		
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	- (-)	13 (4.01)	3 (.92)		
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	- (-)	76 (23.45)	13 (4.01)		
เกษตรกรรวม	- (-)	10 (3.09)	2 (.62)		
การมีโรคประจำตัว				1.844	.392
ไม่มี	2 (.62)	258 (79.63)	27 (8.33)		
มี	- (-)	36 (11.11)	1 (.31)		
ปัจจัยเอื้อ					
แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพร				3.245	.835
ใกล้ที่พักอาศัย					
มี	- (-)	25 (7.72)	3 (.92)		
ไม่มี	2 (.62)	269 (83.02)	25 (7.72)		
ปัจจัยเสริม					
การได้รับข้อมูลข่าวสารหรือการโฆษณา				1.388	.438
เพื่อชักชวนให้ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร					
เคย	1 (.31)	193 (59.57)	16 (4.94)		
ไม่เคย	1 (.31)	101 (31.17)	12 (3.70)		
การได้รับข้อมูลข่าวสารถึงอันตรายจาก				2.625	.255
การใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร					
เคย	- (-)	122 (37.65)	15 (4.63)		
ไม่เคย	2 (.62)	172 (53.09)	13 (4.01)		

5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเรื่องอายุ ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และปัจจัยเอื้อเรื่องรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร พบว่า ปัจจัยนำเรื่องทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และปัจจัยเอื้อเรื่อง

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = .133, p < .05$ และ $r = .222, p < .001$ ตามลำดับ) ส่วนอายุ และความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำ และปัจจัยเอื้อ กับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประชาชน (n = 324)

ตัวแปร	พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	
	r	p
ปัจจัยนำ		
อายุ	.062	.263
ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	.003	.952
ทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	.133	.017
ปัจจัยเอื้อ		
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	.222	< .001

การอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนมีคะแนนเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรโดยรวมในระดับปานกลาง ทั้งนี้เนื่องจากประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและมีทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรในระดับปานกลางเช่นกัน สอดคล้องกับแนวคิดแบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP model) ของ Schwartz (1975) ซึ่งกล่าวว่า พฤติกรรมที่แสดงออกจะเป็นไปตามทัศนคติและความรู้ของบุคคล โดยทัศนคติเกิดจากความรู้ที่ได้รับและจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมขึ้น ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของจารุวรรณ ศรีสว้อย, พิไลวรรณ ลิ้มพล, และกาญจนา วงษ์สวัสดิ์ (2553) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคยาต้มสมุนไพรของประชาชน พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรและเจตคติต่อสมุนไพรในระดับปานกลาง

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยนำเรื่องอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยประชาชนที่ประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวมีพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรในระดับดี มากกว่าประชาชนที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ ทั้งนี้เนื่องจากประชาชนที่ประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรประเภทต่าง ๆ ในร้านค้าของตนเอง จึงจำเป็นต้องค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรแต่ละประเภทเพื่ออธิบายให้ลูกค้าทราบ และอาจมีการนำผลิตภัณฑ์สมุนไพรมาทดลองใช้ได้ง่ายยิ่งขึ้น ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของบุญญพัฒน์ ไชยเมธ, ตั้ม บุญรอด, และวิชชาดา

ลิมา (2555) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพเบื้องต้น พบว่า อาชีพมีผลต่อการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพเบื้องต้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้ที่ประกอบอาชีพค้าขาย/รับจ้างมีโอกาสนำสมุนไพรในการดูแลสุขภาพเบื้องต้น คิดเป็น 5 เท่า ของผู้ที่รับราชการบำนาญ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยนำเรื่องทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิด PRECEDE Model ของ Green and Kreuter (1991) ซึ่งกล่าวว่า ทัศนคติเป็นปัจจัยภายในที่เป็นแรงกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรม หากประชาชนมีทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ดีย่อมส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของสุกิจ ไชยชมภู, พูนสุข ช่วยทอง, วิราสิริ วีสิริวิ, และสุนันท์ ศลโกสม (2555) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรรักษาโรคของประชาชน พบว่า ทัศนคติต่อการใช้สมุนไพรรักษาโรคมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรรักษาโรคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับการศึกษาของสมเกียรติยศ สรเดช, บุญญพัฒน์ ไชยเมธ, เรณู สะแหละ, และยุวดี กองมี (2558) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในการดูแลตนเองของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน พบว่า เจตคติเกี่ยวกับการใช้สมุนไพรมีผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในการดูแลตนเองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของวิริยญา เมืองช้าง (2559) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเองของประชาชน พบว่า ทัศนคติต่อการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพ

ตนเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยเอื้อเรื่องรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิด PRECEDE Model ของ Green and Kreuter (1991) ซึ่งกล่าวว่า ปัจจัยเอื้อเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลให้เกิดพฤติกรรมโดยตรง โดยการมีรายได้ย่อมเอื้อให้ประชาชนมีการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้ง่ายยิ่งขึ้น ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของสายพิน วิศัลยากร และอิทธิกร จำเริญ (2554) ที่ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของคนวัยทำงาน พบว่า รายได้ต่อเดือนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพเนื่องจากฐานะทางเศรษฐกิจเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อการมีศักยภาพของบุคคลในการดูแลตนเอง (Pender, Murdaugh, & Parsons, 2006)

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยนำเรื่องความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ทั้งนี้อาจเนื่องจากพื้นที่บ้านหนองบัวศาลา ยังไม่มีการประชาสัมพันธ์ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างแพร่หลายเหมือนความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรทั่วไป อีกทั้งประชาชนมีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มากที่สุด (ร้อยละ 32.10) และประกอบอาชีพลูกจ้าง/รับจ้างทั่วไป มากที่สุด (ร้อยละ 52.17) จึงอาจไม่มีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรแต่ละประเภท อันนำไปสู่ความเสี่ยงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์จากการหลงเชื่อคำอวดอ้างสรรพคุณของผู้ประกอบการ ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของคันสนีย์ ฤทธิ์ทองพิทักษ์ (2546) ที่ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และ การใช้สมุนไพรไทยของคนกรุงเทพมหานคร พบว่า ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้สมุนไพรไทย แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสมเกียรติยศ วรเดช และคณะ (2558) ที่พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพเบื้องต้นมีผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในการดูแลตนเองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของวิริญญา เมืองช้าง (2559) ที่พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยเสริม (การได้รับข้อมูลข่าวสารหรือการโฆษณาเพื่อชักชวนให้ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร และการได้รับ

ข้อมูลข่าวสารถึงอันตรายจากการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร) ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ทั้งนี้ อาจเนื่องจากบริบทพื้นที่ของบ้านหนองบัวศาลาเป็นลักษณะชุมชนเมือง ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารจากช่องทางที่หลากหลาย เช่น สื่อสังคมออนไลน์ โทรศัพท์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ทำให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารเพื่อชักชวนให้ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของวิริญญา เมืองช้าง (2559) ที่พบว่า การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเองจากสื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสมเกียรติยศ วรเดช และคณะ (2558) ที่พบว่า การได้รับสื่อต่าง ๆ ด้านสมุนไพร มีผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในการดูแลตนเองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้แก่ประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องอันตรายจากการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น ทักษะเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรโดยตรง เพื่อช่วยส่งเสริมให้ประชาชนตระหนักถึงความเสี่ยงทางสุขภาพจากการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ปลอดภัย

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาในลักษณะเดียวกับการวิจัยครั้งนี้ในกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มผู้ป่วยโรคเรื้อรัง เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่หลากหลาย ซึ่งจะสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาโปรแกรมสุขภาพเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมที่ดีให้แก่ประชาชนต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ที่ให้ทุนอุดหนุนการวิจัย ขอขอบคุณผู้ใหญ่บ้านบ้านหนองปลิง และบ้านหนองบัวศาลา ที่อนุเคราะห์ข้อมูลทางประชากร ประสานการทดลองใช้เครื่องมือการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล และขอขอบคุณประชาชนบ้านหนองบัวศาลาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข. (2560). *แผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564*. สืบค้นจาก <https://www.dtam.moph.go.th/images/download/dl0021/MasterPlan-Thaiherb.pdf>
- จารุวรรณ ศรีสร้อย, พิไลวรรณ ถีพล, และกาญจนา วงษ์สวัสดิ์. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคยาต้มสมุนไพรของประชาชนบ้านโคกลาย ตำบลม่วงลาย อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- ชัยวัฒน์ สิงห์หิรัญสรณ์, และอรุณรัตน์ อรุณเมือง. (2556). พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนในเขตตรวจราชการที่ 2 กระทรวงสาธารณสุข. *วารสารอาหารและยา*, 20(1), 38-47.
- ไทยตำบลดอกท่อม. (2558). *สินค้าโอท็อป ตำบลหนองบัวศาลา อำเภอเมืองนครราชสีมา*. สืบค้นจาก <http://www.thaitambon.com/tambon/300119>
- บุญญพัฒน์ ไชยเมธ, ต้ม บุญรอด, และวิชาดา ลิ้มลา. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพเบื้องต้น. *วารสารสาธารณสุขมหาวิทยาลัยบูรพา*, 7(2), 25-37.
- พนิดา โนนทิง, สุวิชา เจริญพร, นื่องเล็ก คุณวรดิษฐ์, แสงวัชรชนกิจ, และอนุวัฒน์ วัฒนพิชญากุล. (2556). สถานการณ์และปัญหาอุปสรรคการใช้ยาสมุนไพรในโรงพยาบาลของรัฐ. *วารสารเภสัชศาสตร์อีสาน*, 9(1), 28-38.
- วิริญา เมืองช้าง. (2559). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเองของประชาชนในอำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- คันสนีย์ ฤทธิ์ทองพิทักษ์. (2546). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ทัศนคติ และการใช้สมุนไพรไทยของคนกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมเกียรติยศ วรเดช, บุญญพัฒน์ ไชยเมธ, เรณู สะแหละ, และยุวดี กองมี. (2558). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในการดูแลตนเองของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอกงหรา จังหวัดพัทลุง. *วารสารวิชาการสาธารณสุข*, 24(1), 50-59.
- สายพิน วิศัลยางกูร, และอิทธิกร ขำเดช. (2554). พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร. *วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ*, 1(2), 113-130.
- สุกิจ ไชยชมภู, พูนสุข ช่วยทอง, วิราสิริ วลีวีร์, และสุนันท์ ศลโกสม. (2555). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรรักษาโรคของประชาชน ในเขต 11 กระทรวงสาธารณสุข. *วารสารเกื้อการุณย์*, 19(2), 60-74.
- Green, L. W., & Kreuter, M. W. (1991). *Health promotion planning: An educational and environmental Approach* (2nd ed.). Mountain View, CA: Mayfield.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Pender, N. J., Murdaugh, C. L., & Parsons, M. A. (2006). *Health promotion in nursing practice* (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Schwartz, N. E. (1975). Nutritional knowledge, attitudes, and practices of high school graduates. *Journal of the American Dietetic Association*, 66(1), 28-31.