

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากสภาพสังคมและเศรษฐกิจของประเทศไทยที่เปลี่ยนแปลงไป ก่อให้เกิดผลกระทบต่อวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคลในสังคมอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะการบริโภค ซึ่งปัจจุบันผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจและเอาใจใส่การบริโภคเพื่อสุขภาพมากขึ้น จึงทำให้มีการผลิตผลิตภัณฑ์สุขภาพออกมาจำหน่ายมากมาย พร้อมกับการโฆษณาในทุกรูปแบบ โดยอาศัยช่องทางโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ หรืออินเทอร์เน็ต ผลิตภัณฑ์สุขภาพเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสุขภาพ แต่ก็ยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสุขภาพหรือโดยอ้อมต่อสุขภาพของผู้บริโภค มีสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาทำหน้าที่รับผิดชอบและสนับสนุนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค และส่งเสริมการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน โดยการควบคุม กำกับ กำหนดมาตรฐาน และเฝ้าระวังความปลอดภัยด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ 8 ประเภท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์อาหาร ผลิตภัณฑ์ยา ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์วัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน ผลิตภัณฑ์ยาเสพติด ผลิตภัณฑ์วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท ผลิตภัณฑ์สารระเหย และผลิตภัณฑ์เครื่องมือแพทย์ (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2551)

ภาวะโลกไร้พรมแดน ผลิตภัณฑ์สุขภาพทั้งในและนอกประเทศ สามารถเข้าถึงผู้บริโภคทุกระดับได้ง่าย ทั้งชุมชนเมืองไปจนถึงเขตชนบท นอกจากนี้การที่สื่อมวลชนเข้ามามีบทบาทในกระบวนการตลาดยิ่งส่งเสริมการบริโภคอย่างมากหรือที่เรียกว่าเกิดลัทธิบริโภคนิยมขึ้น ทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการที่จะบริโภคเกินกว่าความต้องการที่แท้จริง ก่อให้เกิดการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างฟุ่มเฟือย จนบางครั้งเกิดโรคร้ายไข้เจ็บจากผลิตภัณฑ์ที่ตนบริโภคเข้าไป และก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจทั้งระดับครอบครัวและประเทศชาติ นอกจากนี้ในระยะยาว ยังก่อให้เกิดผลกระทบต่อสมดุลด้านต่าง ๆ ในโลก เพราะยังมีการบริโภคมกเท่าไรก็ยังมีการทำลายทรัพยากรธรรมชาติเพื่อเข้าสู่กระบวนการผลิตมากขึ้น (สำนักประสานการพัฒนาโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล, 2553)

จากการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ระหว่างปี 2553-2555 พบประเด็นร้องเรียน ได้แก่ 1) การโฆษณาผลิตภัณฑ์อาหาร ยา และผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง โดยไม่ได้รับอนุญาต และโอ้อวดเกินจริง 2) ผลิตภัณฑ์อาหารไม่มี เครื่องหมาย อย. และแสดงฉลากไม่ครบถ้วน 3) ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางไม่มีฉลากภาษาไทย และ 4) พบสเตียรอยด์ ในยาแผนโบราณและสารห้ามใช้ในเครื่องสำอาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค ซึ่งพบปัญหาผลิตภัณฑ์สุขภาพไม่ได้มาตรฐาน เช่น พบการผสมยาลดน้ำหนักในกาแฟ พบยาแผนปัจจุบันไซบูทรามินในผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร พบสารห้ามใช้ ได้แก่ ปรอต ไฮโดรควิโนน และกรควิตามินเอในเครื่องสำอาง พบสารสเตียรอยด์และการปนเปื้อนจุลินทรีย์ในยาแผนโบราณ อีกทั้งจากการตรวจสอบฉลากพบผลิตภัณฑ์สุขภาพไม่แสดงฉลากหรือแสดงฉลากไม่ครบถ้วน (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2553ก, 2554ก, 2555ก)

จังหวัดสงขลาซึ่งเป็นศูนย์กลางทางการค้าและเศรษฐกิจของภาคใต้ มีสถานประกอบการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพเป็นจำนวนมาก โดยมีสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสงขลา เป็นหน่วยงานในส่วนภูมิภาคทำหน้าที่ควบคุม กำกับ ดูแลผู้ประกอบการที่ผลิต นำเข้า และจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพ ให้ปฏิบัติตามกฎหมาย ตรวจสอบเฝ้าระวังให้ผลิตภัณฑ์สุขภาพมีคุณภาพมาตรฐาน และพัฒนาศักยภาพของผู้บริโภค ให้มีความรู้ ความเข้าใจ สามารถเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสงขลา, 2554) ซึ่งผลจากการตรวจสอบเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสงขลา ระหว่างปี พ.ศ.2553-2555 ด้านคุณภาพมาตรฐาน การตรวจสอบฉลาก และการตรวจสอบโฆษณา พบว่ามีการผสมสารสเตียรอยด์ในยาแผนโบราณ คิดเป็นร้อยละ 40.00, 9.09 และ 16.13 มีสารห้ามใช้ในเครื่องสำอาง คิดเป็นร้อยละ 14.81, 14.49 และ 10.00 และการตรวจสอบฉลากของผลิตภัณฑ์สุขภาพพบว่าการแสดงฉลากไม่ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 1.28, 0.06 และ 0.43 (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสงขลา, 2553, 2554, 2555)

การแพร่กระจายของข้อมูล ข่าวสารเป็นไปอย่างไร้พรมแดน มีทั้งข้อมูลความรู้ที่มีประโยชน์ และข้อมูลที่ไม่มีความรู้หรือไม่ถูกต้องแอบแฝงปะปนกันอยู่ ขึ้นอยู่กับวิจารณญาณและความรู้ของผู้บริโภค คนที่มีค่านิยมและทัศนคติที่ผิด มักจะถูกหลอกลวงได้ง่าย ปัญหาที่พบส่วนใหญ่เป็นปัญหาการโฆษณาโดยไม่ได้รับอนุญาต ข้อมูลที่ให้นั้นเกินจริงเป็นเท็จหรือหลอกลวงผู้บริโภค ให้หลงเชื่อคำโฆษณา (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2555ข) จากการตรวจสอบการโฆษณาทางสื่อวิทยุ พบว่ามีการโฆษณาผลิตภัณฑ์อาหาร โดยเฉพาะเครื่องดื่มสมุนไพร กาแฟ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ไอ้ฮวดสรรพคุณเกินจริง ระหว่างปี 2554-2555 คิดเป็นร้อยละ 75.65 และ 47.57 (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสงขลา, 2554, 2555)

อันตรายอันเกิดจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ได้มาตรฐาน เช่น ยาลูกกลอนที่มีการผสมสารสเตียรอยด์ หากใช้ติดต่อกันเป็นเวลานาน จะทำให้กระดูกผุ แผลหายช้า มีจ้ำเขียวขึ้นตามผิวหนัง เป็นต่อกระดูก ความดันโลหิตสูง หน้าบวม และต่อมหมวกไตฝ่อ อาจช็อกและถึงตายได้ ครีมกันแดด ครีมทาผิว ครีมหน้าขาวที่มีสารที่ห้ามใช้ผสมอยู่ เช่น ไฮโดรควิโนน โปรทแอมโมเนีย กรดวิตามินเอ เมื่อใช้แล้วจะทำให้เกิดจุดด่างดำบนใบหน้า ผิวหน้าดำโดยถาวร เกิดผื่นแดง หน้าแดง แสบร้อนรุนแรง และอาจทำให้ทางเดินปัสสาวะอักเสบ (กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์, 2552) อันตรายจากการหลงเชื่อโฆษณา เช่น โฆษณาผลิตภัณฑ์อาหารที่อวดอ้างรักษาโรค ซึ่งมักกล่อมบอใส่ยาหรือสารที่เป็นอันตรายลงไป นอกจากเสียเงินโดยไม่จำเป็นแล้ว อาจทำให้เจ็บป่วยมากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ สิ้นเปลืองเงินทองโดยเปล่าประโยชน์ ทำให้เสียโอกาสในการรักษาโรคอย่างถูกวิธี หากท่านมีโรคประจำตัว อาจได้รับผลข้างเคียงที่เป็นอันตรายต่อร่างกายโดยคาดไม่ถึง และอาจได้รับอันตรายถึงแก่ชีวิต (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2554ข)

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสงขลาได้ดำเนินการตรวจสอบเฝ้าระวังคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ ตรวจสอบการโฆษณา และการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ การอบรมให้ความรู้แก่เจ้าหน้าที่ ครู นักเรียน อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน เพื่อเป็นแกนนำในการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพสู่ประชาชนในชุมชน และการรณรงค์ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อให้ประชาชนสามารถเลือกซื้อ เลือกใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างถูกต้อง และมีพฤติกรรมการบริโภคที่เหมาะสม

ดังนั้น ผู้วิจัยในฐานะเจ้าหน้าที่ของกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสงขลา จึงสนใจที่จะศึกษาการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชนจังหวัดสงขลา โดยใช้แนวคิดพฤติกรรมสุขภาพ 3 ด้าน ได้แก่ ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Attitude) และการปฏิบัติ (Practice) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้บริโภค ให้สามารถเลือกซื้อ เลือกบริโภค ผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม ส่งผลให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมสุขภาพด้านการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชนในจังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมสุขภาพด้านความรู้และด้านทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชนในจังหวัดสงขลา
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล (ยกเว้นการรับรู้ข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ) กับพฤติกรรมสุขภาพด้านการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชนในจังหวัดสงขลา
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมสุขภาพด้านความรู้และด้านทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชนในจังหวัดสงขลา
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมสุขภาพด้านความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพกับพฤติกรรมสุขภาพด้านการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ และความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมสุขภาพด้านทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพกับพฤติกรรมสุขภาพด้านการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ

### สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมสุขภาพด้านการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชนในจังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
2. ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมสุขภาพด้านความรู้และด้านทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชนในจังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
3. พฤติกรรมสุขภาพด้านความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมสุขภาพด้านการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชนในจังหวัดสงขลา และพฤติกรรมสุขภาพด้านทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมสุขภาพด้านการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชนในจังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) เพื่อศึกษาพฤติกรรมสุขภาพด้านการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชนในจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยดังต่อไปนี้

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### ประชากร

ประชากร ได้แก่ ประชาชนทั้งชายและหญิงในจังหวัดสงขลา ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 1,060,787 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556)

#### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนในจังหวัดสงขลา ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน ซึ่งได้มาจากสูตรการคำนวณของทาโร ยามาเน (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95% และมีความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้  $\pm 5\%$  (ชาญชัย เรื่องขจร, 2550)

### ขอบเขตตัวแปร

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ศาสนา สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการรับรู้ข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
2. พฤติกรรมสุขภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ 2 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ และด้านทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ พฤติกรรมสุขภาพด้านการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ

### ขอบเขตเนื้อหา

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมสุขภาพด้านความรู้ ด้านทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ และด้านการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ
2. ผลิตภัณฑ์สุขภาพ หมายถึง ผลิตภัณฑ์อาหาร ผลิตภัณฑ์ยา และผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

### ขอบเขตระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาระหว่างเดือนพฤษภาคม – ตุลาคม 2556

## กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ผลิตภัณฑ์สุขภาพ หมายถึง ผลิตภัณฑ์อาหาร ยา เครื่องสำอาง
2. ผลิตภัณฑ์อาหาร หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าสู่ร่างกาย ด้วยการกิน ดื่ม อม หรือวิธีใด ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้ำจุนชีวิต
3. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้รับประทานนอกเหนือจากอาหารตามปกติ มีจุดมุ่งหมายสำหรับบุคคลทั่วไปที่มีสุขภาพปกติ ไม่ใช่ผู้ป่วย
4. เครื่องดื่มสมุนไพร หมายถึง เครื่องดื่มที่ได้จากพืชผัก หรือผลไม้ต่าง ๆ
5. กาแฟสำเร็จรูป หมายถึง กาแฟที่ปรุงแต่งรสด้วยน้ำตาล ครีมเทียม หรือวัตถุอื่น ในลักษณะพร้อมรับประทาน
6. ผลิตภัณฑ์ยา หมายถึง วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับการวินิจฉัย บำบัด บรรเทา รักษา โรค
7. ผลิตภัณฑ์ยาแผนโบราณ หมายถึง ยาที่แปรรูปจากพืชชาติ สัตว์ หรือแร่ และขึ้นทะเบียนเป็นยาแผนโบราณ

8. ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง หมายถึง วัตถุที่ใช้กับร่างกายภายนอก มีจุดมุ่งหมายเพื่อความสะอาด หรือส่งเสริมให้เกิดความสวยงาม

9. การรับรู้ข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ หมายถึง การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหาร ยา และเครื่องสำอาง จากเจ้าหน้าที่สาธารณสุข อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ โปสเตอร์ สื่ออินเทอร์เน็ต หรือกิจกรรมรณรงค์

10. พฤติกรรมสุขภาพ หมายถึง ความรู้ ความเชื่อ หรือการปฏิบัติที่แสดงออกในสิ่งที่มีผลต่อสุขภาพ หรือที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพ

11. ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหาร ยา และเครื่องสำอาง

12. ทศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ หมายถึง ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหาร ยา และเครื่องสำอาง ทั้งในทางถูกต้องและไม่ถูกต้อง

13. การบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ หมายถึง การซื้อ รับประทาน หรือการใช้ผลิตภัณฑ์อาหาร ยา และเครื่องสำอาง

### **ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

เพื่อเป็นข้อมูลให้หน่วยงานและส่วนราชการที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้บริโภค เพื่อลดปัญหาสุขภาพจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ