

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารบางประเภทที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. สืบหาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารของผู้บริโภค
2. ศึกษาถึงเหตุผลการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร
3. ศึกษาถึงสาเหตุที่ผู้บริโภคไม่ได้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร
4. ศึกษาวิธีการและช่องทางการรับทราบข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหาร
5. รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาขึ้นต้นทั้งหมดมาวิเคราะห์เพื่อเสนอแนวทางในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้าน

สาขารณสุข

ประชากรในการศึกษานี้ได้แก่ผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อการบริโภคในครัวเรือน ผู้ศึกษาได้เลือกกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค จำนวน 300 คน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยวิธีเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้บริโภคขณะกำลังเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร และเพื่อให้ข้อมูลกระจายมากขึ้นจึงเก็บข้อมูลจาก 3 แหล่ง ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าและสหกรณ์ผู้บริโภค ร้านค้าปลีกทั่วไป และตลาดสด โดยเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคแหล่งละ

100 คน

สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารที่ศึกษาในครั้งนี้ได้แก่ น้ำปลา น้ำส้มสายชู อาหารกระป๋อง น้ำหวานใส่สีบรรจุในภาชนะปิดสนิท และผลิตภัณฑ์นม

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลได้แก่ แบบสอบถามซึ่งผู้ศึกษาได้จัดทำขึ้น การสัมภาษณ์ที่ไม่กำหนดรูปแบบและการศึกษาข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการทางสถิติ ได้แก่ ความถี่และค่าร้อยละ การทดสอบความเป็นอิสระโดยใช้สถิติทดสอบค่าไคสแควร์ และการทดสอบความแตกต่างของสัดส่วนโดยใช้สถิติทดสอบค่าไคสแควร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังนี้

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นเพศหญิงร้อยละ 63.7 ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างถึงร้อยละ 52.9 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ร้อยละ 63.7 มีสถานภาพเป็นโสด จำนวนสมาชิกในครอบครัวขนาด 1-4 คน, 5-6 คน และ 7 คนขึ้นไป ร้อยละ 47.3, 37.9 และ 14.8 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ ค้าขาย และลูกจ้างหน่วยงานเอกชน ร้อยละ 17.3, 17.3, และ 16.3 ตามลำดับ โดยมีกลุ่มอื่นๆ เช่น นักศึกษา เป็นกลุ่มมากที่สุดถึงร้อยละ 37.1

กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา อาชีวศึกษา และอุดมศึกษา ร้อยละ 9.2, 25.8, 21.5 และ 39.3 ตามลำดับ โดยมีรายได้ต่อเดือน ระดับต่ำกว่า 3,000 บาท, 3,000-6,000 บาท, 6,001-9,000 บาท และมากกว่า 9,000 บาท ร้อยละ 39.0, 35.6,

13.6 และ 11.8 ตามลำดับ

พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร

ในการศึกษากลุ่มตัวอย่างพบว่า ร้อยละ 64.1 ของผู้ซื้อเป็นผู้ทำหน้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับใช้ในครอบครัว แหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ นิยมซื้อที่แผนกซูเปอร์มาเก็ตในห้างสรรพสินค้ามากที่สุดถึง ร้อยละ 54.4 เนื่องจากมีสินค้าให้เลือกมากและราคาถูกกว่าที่อื่น รองลงมานิยมซื้อที่ร้านขายของชำในตลาดสดร้อยละ 21.6 เพราะสะดวกในการซื้อหาและมีสินค้าให้เลือกมาก ส่วนที่ซื้อจากร้านค้าปลีกใกล้บ้านร้อยละ 17.9 ด้วยเหตุผลที่สะดวกในการซื้อหา สำหรับความถี่ในการซื้อนั้นผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ว่าขนาดของครอบครัวขนาดใดก็ตามนิยมซื้อผลิตภัณฑ์เมื่อใกล้จะหมดมากที่สุดถึงร้อยละ 40.7 รองลงมาได้แก่ซื้อตามความสะดวกร้อยละ 21.5

ในการซื้อพบว่าร้อยละ 93.0 ของผู้บริโภคจะอ่านฉลากของผลิตภัณฑ์ก่อนตัดสินใจซื้อ โดยสัดส่วนของการอ่านฉลากผลิตภัณฑ์อาหารก่อนตัดสินใจซื้อ ในแต่ละระดับการศึกษาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ส่วนปัจจัยสำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อคือคุณภาพของผลิตภัณฑ์

พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารบางประเภทที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร

จากผลการศึกษา ผู้บริโภคได้ให้ลำดับความสำคัญของคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารบางประเภทตามลำดับ ดังนี้คือ ผลิตภัณฑ์นม น้ำปลา อาหารกระป๋อง น้ำหวานใส่สีสรรจุในภาชนะที่ปิดสนิท และน้ำส้มสายชู

ด้านการให้ลำดับความสำคัญของบุคคล หรือหน่วยงาน ต่อการ
 รับผิดชอบความปลอดภัยในการบริโภค พบว่า ลำดับที่ 1 ได้แก่ผู้ผลิต ลำดับที่
 2 ได้แก่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ลำดับที่ 3 ได้แก่หน่วยงาน
 สาธารณสุขในจังหวัด ลำดับที่ 4 ได้แก่องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน
 ลำดับที่ 5 ได้แก่ผู้บริโภคเอง และลำดับที่ 6 ได้แก่ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์

ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 86.7 เลือกซื้อ
 ผลิตภัณฑ์อาหารที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร มีเพียงร้อยละ 13.7
 ที่ไม่ได้เลือกซื้อหรือไม่ได้คำนึงว่าเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่แสดงเครื่องหมายเลข
 ทะเบียนอาหาร

สัดส่วนของการเลือกซื้อ และไม่ได้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่แสดง
 เครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร ในแต่ละระดับการศึกษา และในแต่ละอาชีพ
 หลัก พบว่ามีความแตกต่างกันทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.05$) ที่ระดับ
 ความเชื่อมั่น 95% กล่าวคือ สัดส่วนของกลุ่มที่ไม่ได้เลือกซื้อเป็นกลุ่มผู้บริโภค
 ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษามากที่สุด ด้านสัดส่วนของกลุ่มอาชีพหลักที่
 ไม่ได้เลือกซื้อมากที่สุด ได้แก่ กลุ่มรับจ้างทั่วไป แม่บ้าน และเกษตรกร
 ส่วนการเลือกซื้อและไม่ได้เลือกซื้อในแต่ละระดับรายได้ ไม่แตกต่างกันอย่าง
 มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ในกลุ่มของผู้บริโภค ที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่แสดงเครื่องหมายเลข
 ทะเบียนอาหาร ส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 71.5 เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ
 ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร คือ
 การมีความมั่นใจในคุณภาพ รองลงมาร้อยละ 20.1 เห็นว่าฉลากอาหาร
 แสดงข้อมูลที่ต้องการเพียงพอ และผู้บริโภคส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 70.4 มี
 ความพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์ ที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร
 ร้อยละ 25.3 มีความพอใจมาก แต่ยังมีผู้บริโภคร้อยละ 4.3 ที่ยังไม่ค่อย
 พอใจ

สำหรับกลุ่มของผู้บริโภคที่ไม่ได้เลือกซื้อ หรือ ไม่ได้คำนึงว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร ส่วนใหญ่มีรายได้ ต่อเดือนต่ำกว่า 6,000 บาท สาเหตุสำคัญที่ไม่ได้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร เนื่องจากคำนึงถึงชื่อเสียงของตรายี่ห้อเป็นหลักอยู่แล้ว รองลงมา ได้แก่ ไม่รู้จักเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมีราคาถูกกว่าผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร และไม่ทราบความสำคัญของเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร ตามลำดับ โดยมีผู้ที่ไม่รู้จักเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหารเพียง 6 รายเท่านั้น และถึงแม้จะได้รับการข่าวสารเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหารเพิ่มขึ้น ส่วนใหญ่ของกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่ได้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร จะยังไม่เปลี่ยนแปลงการซื้อหรือยังไม่ค่อยแน่ใจถึงร้อยละ 35.9 และ 48.7 ตามลำดับ

การรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร

ศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ รู้จักเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหารพบว่า ส่วนใหญ่รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหารจากการเผยแพร่ผ่านสื่อโฆษณาต่างๆ โดยเจ้าของสินค้า จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และจากหน่วยงานสาธารณสุขในจังหวัด ร้อยละ 57.7, 16.7 และ 8.2 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างนี้ถึงร้อยละ 92.1 มีความเห็นว่าการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับคุณภาพ และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์อาหารของกระทรวงสาธารณสุขในขณะนี้ยังไม่เพียงพอ โดยร้อยละ 70.4 ของกลุ่มนี้ต้องการให้เผยแพร่ให้มากขึ้นโดยผ่านสื่อทางโทรทัศน์ และร้อยละ 67.7 มีความเห็นให้

เผยแพร่ข่าวสาร ให้ประชาชนได้ตระหนักถึงความสำคัญของเครื่องหมายเลข
ทะเบียนอาหารเพิ่มขึ้น

ต่อกรณีผู้บริโภคหากเห็นว่ามีผลิตภัณฑ์อาหารไม่ได้คุณภาพมาตรฐาน
ที่เพียงพอวางจำหน่ายอยู่ ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า จะแจ้งหน่วยงานสังกัด
กระทรวงสาธารณสุข โดยเฉพาะหน่วยงานสาธารณสุขที่ตั้งอยู่ในจังหวัดมาก
ที่สุดถึงร้อยละ 36.1 รองลงมาได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
ร้อยละ 13.9 อย่างไรก็ตาม มีผู้บริโภคที่ไม่ทราบจะแจ้งที่ใดร้อยละ 11.3
และไม่ประสงค์จะแจ้งร้อยละ 2.7

อภิปรายผลการศึกษา

พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารบางประเภท
ที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร ในการศึกษาครั้งนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่าง
ถึงร้อยละ 86.7 เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร
ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ด้วยเหตุผล
ส่วนใหญ่ คือ ความมั่นใจในคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กฤษณา
รัตนพฤกษ์ (2531) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 65.7 เลือกซื้อผลิตภัณฑ์
อาหารที่มีเครื่องหมายมาตรฐานของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
กระทรวงอุตสาหกรรม ด้วยปัจจัยสำคัญคือ มั่นใจในคุณภาพเช่นกัน แต่ผล
การศึกษาแตกต่างกับการศึกษาของ จีรพรรณ ชีรานนท์ และคณะ (2520) ที่
พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อสินค้าจากความเคยชิน ไม่ได้คำนึงถึงเครื่องหมาย
มาตรฐาน และไม่เชื่อว่าสินค้าที่มีเครื่องหมายรับรองจะมีคุณภาพดีจริง แสดง
ว่าการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารของผู้บริโภคมีแนวโน้มในการยอมรับผลิตภัณฑ์ที่
ผ่านการตรวจสอบจากหน่วยงานของรัฐมากขึ้น

จากผลการศึกษา การอ่านฉลากผลิตภัณฑ์อาหารก่อนตัดสินใจซื้อในแต่ละระดับการศึกษาไม่พบความแตกต่างกันทางสถิติ (ตาราง 5) ในประเด็นนี้มีสิ่งที่จะต้องคำนึงอยู่ คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละระดับการศึกษา โดยเฉพาะระดับประถมศึกษาที่มีน้อยกว่ากลุ่มอื่นๆ ค่อนข้างมากของการศึกษาในครั้งนี้ จะทำให้การแปลผลมีโอกาสผิดพลาดสูง

ทางด้านการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร ที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหารของผู้บริโภค พบว่าขึ้นอยู่กับระดับการศึกษา และอาชีพหลัก (ตาราง 10, 11) แต่ไม่ขึ้นกับระดับรายได้ต่อเดือน (ตาราง 12) นั้น มีส่วนที่สอดคล้องกับที่ Philip Kotler (1980) ได้กล่าวถึงการศึกษาว่าเป็นส่วนหนึ่งที่ถูกนำมากำหนดเป็นชั้นทางสังคม (social class) ที่เป็นองค์ประกอบหนึ่งของคุณลักษณะทางวัฒนธรรม ที่เป็นตัวกำหนดพื้นฐานสำคัญของความต้องการและพฤติกรรม ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ เช่นเดียวกับที่อาชีพ (occupation) เป็นส่วนหนึ่งทางคุณลักษณะส่วนบุคคลที่เป็นปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเช่นกัน

หากพิจารณาในรายละเอียดของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้เลือกซื้อ หรือไม่ได้คำนึงว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร ส่วนใหญ่จะมีการศึกษาระดับประถมศึกษา และมีอาชีพหลักเป็น รับจ้างทั่วไป แม่บ้าน และเกษตรกร รวมทั้งส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 6,000 บาทต่อเดือน ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายที่ควรจะคำนึงถึง ในการรณรงค์ให้ความรู้ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจึงควรให้ความสำคัญแก่กลุ่มเหล่านี้เป็นอันดับแรก ด้วยเหตุผลที่ส่วนใหญ่ของกลุ่มนี้เป็นผู้ที่ด้อยโอกาสและเสียเปรียบในสังคมอยู่แล้ว จึงเป็นหน้าที่ของรัฐที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ ซึ่งผลการศึกษาที่มีทั้งที่สอดคล้อง และที่แตกต่างจากการศึกษาของ กฤษณา รัตนนฤกษ์ (2531) ที่พบว่าการศึกษาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่แสดงเครื่องหมายมาตรฐาน ขึ้นอยู่กับระดับการศึกษา และระดับรายได้ อย่างไรก็ตามประเด็นดังกล่าวเป็นเรื่องที่ต้องคำนึงถึงขนาด

และลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา รวมทั้งความเที่ยงตรงของข้อมูลที่ได้รับ จากกลุ่มตัวอย่างด้วย โดยเฉพาะในการศึกษารั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างเพียง 300 ราย ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี และเป็นนักศึกษา ที่มีระดับการศึกษาดี แต่ยังไม่มียาขายได้ หรือ มีขายได้น้อยอยู่ เนื่องจากอายุการทำงาน ยังไม่มาก ก็เป็นสิ่งสำคัญที่มีผลต่อการแปลผลอย่างมากด้วย

จากการที่ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างที่รู้จักเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร ได้รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเลขทะเบียนอาหาร จากการเผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ โดยเจ้าของสินค้ามากที่สุดถึง ร้อยละ 57.7 ในขณะที่ได้รับข่าวสารจากภาครัฐคือ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และหน่วยงานสาธารณสุขในจังหวัด เพียงร้อยละ 16.7 และ 8.2 ซึ่งสอดคล้องกับที่ Philip Kotler (1983) กล่าวว่า ผู้บริโภค รับข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์จากแหล่งการค้ามากที่สุด ดังนั้น คุณภาพของข้อมูล ข่าวสารดังกล่าวจึงควรได้มีการตรวจสอบดูแลจากผู้เกี่ยวข้องเป็นอย่างดีด้วย นอกจากนี้ ร้อยละ 92.1 ของกลุ่มตัวอย่างนี้ มีความเห็นว่าการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับคุณภาพ และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์อาหารในส่วนของ กระทรวงสาธารณสุขในขณะนี้ยังไม่เพียงพอ ข้อมสะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของเจ้าของสินค้าที่แม้แต่ผู้บริโภคเองก็ยังตระหนักถึงความเสียหายเปรียบที่ตนเองต้องประสบอยู่ โดยการเรียกร้องให้องค์กรของรัฐ อาทิ กระทรวงสาธารณสุขให้เผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์อาหารเพิ่มมากขึ้น เพื่อจะได้มีโอกาสตรวจสอบเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับในที่วัดประจำวัน

การที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มีนโยบายที่จะดำเนินการให้ความรู้และข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนอย่างแพร่หลายนั้น หากพิจารณาถึงข้อจำกัดด้านทรัพยากรของภาครัฐ และความมีอิสระในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร โดยเฉพาะการโฆษณาด้านดีเพียงด้านเดียวของเจ้าของสินค้านั้น

ยอมเป็นสิ่งที่ทำทลายความสามารถของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาที่จะต้องดำเนินให้เป็นรูปธรรมชัดเจนที่สามารถเข้าถึง และตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค ดังนั้น การทบทวนการอนุญาตให้โฆษณาด้วยข้อความที่อาจเป็นการให้ข้อมูลข่าวสารเพียงด้านเดียวของเจ้าของสินค้า ซึ่งเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค โดยเฉพาะในส่วนที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเองโดยตรงอยู่แล้วนั้น เพื่อความเป็นธรรมในสังคมแล้ว สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจึงควรเลือกบทบาทที่จะยืนอยู่ข้างฝ่ายผู้บริโภค เพื่อปกป้องผลประโยชน์ของผู้บริโภคที่เป็นฝ่ายที่ตกอยู่ในฐานะเสียเปรียบทางสังคมการบริโภคที่ซับซ้อนในปัจจุบันอยู่แล้ว ตลอดจนการกระตุ้นประชาชนผู้บริโภค ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการช่วยตรวจสอบการโฆษณาที่ไม่เหมาะสมเพื่อร่วมดำเนินการแก้ไขอย่างจริงจังด้วย

การที่ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง ต้องการให้เผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหารเพิ่มขึ้น เพื่อให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญและมีความเชื่อมั่นถึงเครื่องหมายนี้เป็นการแสดงถึงประโยชน์และความสำเร็จของการมีเครื่องหมายนี้ ที่ใช้เป็นเครื่องบอกความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์อาหารของผู้บริโภคได้ในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคส่วนหนึ่งก็ยังมีความไม่แน่ใจ เกี่ยวกับคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหารว่ามีความน่าเชื่อถือได้เพียงใด ดังนั้น หากกระทรวงสาธารณสุขได้ตระหนักถึงความสำคัญของเครื่องหมายนี้ ก็เป็นสิ่งจำเป็นต้องสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นในประชาชนผู้บริโภคอย่างที่เป็น "ความเชื่อต่อบรรทัดฐาน" (normative beliefs) ในทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลของ Martin Fishbein และ Icek Ajzen (1975, อ้างใน ประภาเพ็ญ สุวรรณ และสวิง สุวรรณ 2534) ที่ผู้บริโภคเชื่อถือเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหารและถือเป็นบรรทัดฐานในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร ซึ่งหากละเลยในจุดนี้ไป ย่อมทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสปฏิเสธไม่ยอมรับเครื่องหมายเลข

ทะเบียนอาหาร และจะส่งผลถึงความข้องใจในบทบาทการปฏิบัติงานคุ้มครองผู้บริโภคของกระทรวงสาธารณสุขได้ ในการปฏิบัติดังกล่าวอย่างน้อยก็ด้วยการตรวจสอบผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายนี้ให้ครอบคลุม และต้องมีการประกาศผลการตรวจสอบให้สาธารณชนได้ทราบอย่างทั่วถึงเป็นระยะ ๆ ด้วยตลอดจน ควรมีการขยายขอบเขตการสนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีฉลากทุกประเภทให้มีการขออนุญาต เพื่อให้มีเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหารดังกล่าว ซึ่งน่าจะสอดคล้องกับข้อเสนอของผู้บริโภค ที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ขยายการมอบอำนาจ ในการอนุญาต ทะเบียนตำรับอาหาร หรือ เลขที่อนุญาตฉลากอาหารให้จังหวัดเป็นผู้ดำเนินการเองได้ ทำให้จังหวัดสามารถขยายบทบาทในการตรวจสอบ และการดำเนินการขออนุญาตในระดับท้องถิ่นมีประสิทธิภาพมากขึ้น อย่างไรก็ตาม หากต้องการมุ่งเน้นให้เกิดความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์อาหาร เป็นสิ่งสำคัญของการพัฒนาคุณภาพของชีวิตแล้ว ก็ควรมีผลิตภัณฑ์จะเป็นอุปสรรคในการดำเนินการ อาทิ ค่าธรรมเนียมการอนุญาต ก็เป็นประเด็นที่ควรนำมาพิจารณาด้วย

ในด้านความสำคัญของบุคคลหรือหน่วยงาน ต่อการรับผิดชอบความปลอดภัยในการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารกลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญตามลำดับจากมากมาน้อย ดังนี้

- 1) ผู้ผลิต
- 2) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
- 3) หน่วยงานสาธารณสุขในจังหวัด
- 4) องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน
- 5) ผู้บริโภคเอง
- และ 6) ผู้จำหน่าย

เป็นการชี้ให้เห็นถึง ความคาดหวังของผู้บริโภคที่มีต่อผู้ผลิตที่ควรเป็นบุคคลแรกที่มีความรับผิดชอบต่อความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ที่ตนเองผลิตขึ้น

จำหน่าย ดังนั้นจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่ต้องมีการสร้างพื้นฐานทางจริยธรรมของสังคม ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการหรือผู้คนในสังคมให้มีความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกที่จะไม่ทำในสิ่งที่ไม่ถูกต้อง โดยเฉพาะการกระทำที่เป็นการเบียดเบียนคนอื่นอย่างไม่เป็นธรรมด้วย รองลงมาได้แก่ในส่วนของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และหน่วยงานสาธารณสุขในจังหวัดที่ต้องปรับบทบาท ให้สามารถคุ้มครองความปลอดภัยแก่ผู้บริโภคให้ได้มากขึ้น ตลอดจนองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชนก็ได้รับความสำคัญ และความคาดหวังว่า น่าจะเป็นองค์กรที่ทำหน้าที่ปกป้องผลประโยชน์ของผู้บริโภคได้ดีเหนือกว่าตัวผู้บริโภค และผู้จำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอ แนวทางการแก้ไขปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค ตามที่ ประเวศ วะสี (ประเวศ วะสี อ้างในจดหมายข่าว คปออส. 2535:16) ได้เสนอแนะไว้

องค์กรที่มีผลิตภัณฑ์อาหารที่ไม่ได้คุณภาพ และมาตรฐานเพียงพอวางจำหน่ายอยู่ ในการแจ้งให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ ส่วนใหญ่ของผู้บริโภคจะแจ้งให้หน่วยงานในสังกัดกระทรวงสาธารณสุขทราบ โดยร้อยละ 36.1 แจ้งที่หน่วยงานสาธารณสุขในจังหวัด รองลงมาคือที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ร้อยละ 13.9 การที่ผู้บริโภคประสงค์จะแจ้งหน่วยงานสาธารณสุขในจังหวัดซึ่งเป็นหน่วยงานที่อยู่ใกล้ชิด ให้ดำเนินการแก้ไขข้อบกพร่องของผลิตภัณฑ์นั้น จึงเป็นเรื่องสำคัญที่หน่วยงานสาธารณสุขในจังหวัดเองจะต้องให้ความสำคัญ และสนใจที่จะพัฒนาศักยภาพในการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความสามารถและเพียงพอต่อภารกิจนี้ที่ไม่สร้างคามผิดหวังแก่ผู้แจ้งด้วย

อย่างไรก็ตาม การที่มีผู้บริโภคร้อยละ 11.3 ไม่ทราบจะแจ้งที่ใด ร้อยละ 2.7 จะไม่แจ้งที่ใด และร้อยละ 18.7 ไม่ตอบ เป็นสิ่งที่ผู้ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคต้องให้ความสนใจ ดังที่องค์กรเอกชน เช่น คณะกรรมการประสานงานองค์กรเอกชนเพื่อการสาธารณสุขมูลฐาน (จดหมายข่าว คปออส. 2535:1, 16) ได้แสดงทัศนะว่า การคุ้มครองผู้บริโภคจะสามารถ

ดำเนินการไปได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น นอกจากรัฐจะต้องมีนโยบายที่ถูกต้องแล้ว ผู้บริโภคเองก็ต้องพิทักษ์สิทธิของตนเองอย่างเต็มที่ โดยควรเปลี่ยนความเคยชินแบบไทย ๆ ที่ "สุระไม่ไซ้" หรือ "เกรงใจ" ให้เป็นสุระที่จะต้องปกป้องสิทธิอันพึงมีพึงได้ของตนเอง เพื่อให้บรรลุถึงการมีคุณภาพชีวิตที่ดีด้วยการพึ่งตนเองด้วย

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาคั้งนี้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หน่วยงานสาธารณสุขในจังหวัดควรให้ความสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร โดยเฉพาะจะต้องสร้างความมั่นใจให้กับประชาชนผู้บริโภคกับความเชื่อถือได้ของเครื่องหมายนี้
2. การกำหนดกลวิธีดำเนินงาน คัดกรองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขควรมีการตรวจสอบถึงความต้องการ และการสื่อสารที่เข้าถึง รวมทั้งเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ตลอดจนต้องมีการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์
3. การดำเนินงานคัดกรองผู้บริโภค ด้านสาธารณสุขที่มีประสิทธิภาพ ต้องคำนึงถึงความเป็นสหวิทยาการ ภายใต้งานประสานร่วมมือกันทั้งทางภาครัฐและเอกชน ไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภค ผู้ประกอบการ หรือองค์กรที่ทำหน้าที่คัดกรองผู้บริโภคก็ตาม รวมทั้งการสร้างบรรทัดฐานทางจริยธรรมให้เกิดขึ้นในสังคมก็เป็นสิ่งที่ไม่ควรละเลย

ข้อเสนอแนะในการศึกษารั้งต่อไป

สำหรับการศึกษารั้งต่อไป ควรจะได้มีการศึกษาในมิติอื่นให้มากขึ้น เช่น

1. การศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อขายผลิตภัณฑ์อาหารของผู้บริโภคที่ครอบคลุมถึงสังคมชนบท โดยเฉพาะกลุ่มที่ด้อยโอกาสทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อจะได้ขนาดตัวอย่างมากพอที่สะท้อนถึงภาพรวมของปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุข
2. ควรศึกษาที่มุ่งเน้นด้านคุณภาพให้มากขึ้น เช่น การศึกษาถึงบทบาทและผลกระทบของข้อมูลข่าวสาร จากการโฆษณาของเจ้าของสินค้า และหน่วยงานที่ทำหน้าที่การคุ้มครองผู้บริโภค
3. ศึกษารูปแบบวิถีการใหม่ ๆ ในการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค โดยองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน เป็นต้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved