

บทที่ 1

บทนำ

จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอุตสาหกรรมการผลิต ประกอบกับการค้นคว้าวิจัยและพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ของภาคธุรกิจเอกชนต่างๆ ทำให้มีการผลิตสินค้าใหม่ๆ ออกมาจำหน่ายกันอย่างมากมาย ทั้งสินค้าอุปโภค บริโภค สินค้าฟุ่มเฟือยต่างๆ ส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางธุรกิจดำเนินไปอย่างเข้มข้น พยายามหาวิธีการที่จะขายสินค้าที่ผลิตขึ้นมาให้ได้มากที่สุด ด้วยกลยุทธ์วิธีการที่หลากหลาย ทั้งการโฆษณา การส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม และรูปแบบอื่นๆ เพื่อดึงดูดใจผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในตัวสินค้า

และในชีวิตประจำวันของแต่ละคนมีโอกาสได้รับรู้การโฆษณาสินค้าต่างๆ ทางสื่อมวลชนอยู่ตลอดเวลา ทั้งทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ซึ่งจากการวิจัยในต่างประเทศ พบว่าการโฆษณามีบทบาทและอิทธิพลสำคัญต่อมนุษย์ในสังคมปัจจุบัน เพราะเป็นการสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่มุ่งหวังหรือชักจูงให้คนเกิดความเชื่อ หรือปฏิบัติตามในสิ่งที่ผู้ทำการสื่อสารต้องการ เช่น เกิดความนิยมในสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง จนต้องการซื้อสินค้านั้น และตัดสินใจซื้อสินค้านั้นมาใช้ และบริษัทผู้ผลิตสินค้าออกจำหน่ายจึงมักใช้กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจผู้บริโภคซื้อสินค้าของตนให้มากที่สุด เพื่อให้ได้ผลกำไรสูงสุด และจากการมุ่งหวังผลกำไรมาก จึงไม่ได้คำนึงถึงความจริงของข่าวสารข้อมูล มีการอำพรางความจริงบางส่วนไว้ที่อาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด และเกิดความเสียหายได้

ในฐานะประชาชนผู้บริโภคจึงต้องใช้วิจารณญาณในการพิจารณาซื้อสินค้าแต่ละชนิด ประเภทอย่างรอบคอบ ว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ปลอดภัย ได้มาตรฐาน โดยการสังเกต หรือ การอ่านข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าที่ปรากฏอยู่บนฉลากสินค้าทุกครั้งก่อนที่ซื้อสินค้า เนื่องจาก ฉลากสินค้าเป็นแหล่งข้อมูลที่จะบอกถึงรายละเอียดต่างๆ ที่สำคัญและจำเป็นที่ผู้บริโภคจะต้อง ทราบ

โดยทั่วไปสินค้าประเภทอาหาร ยา เครื่องสำอาง และวัตถุอันตรายที่จำหน่ายโดยตรงต่อ ผู้บริโภคจะต้องมีการแสดงข้อความเป็นภาษาไทย และมีข้อมูล รูปภาพ ดังนี้ คือ

1. ชื่อการค้า
2. เครื่องหมายการค้า
3. เลขทะเบียนตำรับ
4. ประเภทของผลิตภัณฑ์
5. ส่วนประกอบ
6. สรรพคุณ หรือประโยชน์
7. ขนาดบรรจุ
8. วิธีใช้
9. คำเตือน
10. วิธีเก็บรักษา
11. วิธีการแก้พิษ
12. รหัสเลขที่ หรือครั้งที่ผลิต
13. ชื่อ ที่ตั้ง ผู้ผลิต ผู้แทนจำหน่าย
14. วันที่ผลิต วันหมดอายุ วันที่ผลิตภัณฑ์คงมีคุณภาพ
15. ราคา

ในปัจจุบันมีผู้บริโภคจำนวนมากที่ละเลยการอ่านฉลากก่อนซื้อ ด้วยหลายสาเหตุ เช่น เป็นผลิตภัณฑ์/สินค้าที่ใช้เป็นประจำ เพื่อนแนะนำให้ใช้ จึงไม่เห็นความจำเป็นที่จะต้องอ่านฉลาก ซึ่งอาจทำให้ประชาชนผู้บริโภคไม่ได้รับความปลอดภัยกับชีวิตและสุขภาพ ไม่ได้รับความเป็นธรรม หรือถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ เจ้าของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ เช่น การผลิตที่ไม่มาตรฐาน การใช้สารเคมีในปริมาณมาก เช่นการตรวจพบสารเคมีกำจัดแมลง ปนเปื้อนในเครื่องดื่มธัญญาหารสำเร็จรูป ยี่ห้อวัน อะ มิล ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดอาการคลื่นไส้ อาเจียนอย่างรุนแรง หรือการตรวจพบเชื้อโรคอาหารเป็นพิษในมะขามแก้ว จากโรงงานแม่ส้มแป้น ที่ทำให้เกิดอาการอุจจาระร่วง ท้องเดิน และคลื่นไส้

ทั้งนี้ การอ่านฉลากก่อนซื้อจะช่วยให้ผู้บริโภคได้ทราบข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับสินค้านั้น วัน เดือน ปี ที่ผลิต สถานที่ผลิต ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ตลอดจนส่วนผสมองค์ประกอบต่างๆ ที่มีอยู่ในตัวสินค้า ได้อย่างละเอียดถูกต้อง และชัดเจนเป็นอย่างดี ถ้าไม่มีก็ไม่ควรเสี่ยงซื้อหามาใช้ เพราะจากการออกตรวจของทางการพบว่า อาหารสำเร็จรูปที่บรรจุใส่โฟมพลาสติกอย่างดี ที่เห็นวางขายอยู่ตามซูเปอร์มาร์เกตที่ดูดี สะอาด ก็ยังมีส่วนที่ด้อยคุณภาพอยู่บ้าง ".....หรือแม้แต่น้ำดื่มที่บรรจุภาชนะปิดสนิทก็ต้องมีตรา ที่อย. รับรอง เนื่องจากการตรวจวิเคราะห์น้ำบริโภคบรรจุภาชนะปิดสนิทซึ่งวางจำหน่ายอยู่ตามร้านค้าทั่วไปจำนวน 1168 ตัวอย่าง ก็พบว่า 951 ตัวอย่างได้มาตรฐาน แต่อีก 217 ตัวอย่างไม่ได้มาตรฐาน โดยพบว่ามีสาร "ไนเตรท" ซึ่งเป็นสารที่ก่อให้เกิดมะเร็งได้ เกินมาตรฐาน.....(สยามโพสต์ 13 พฤษภาคม 2540)"

การอ่านฉลากจะช่วยป้องกันความเข้าใจผิดที่อาจเกิดจากการได้รับโฆษณาที่โอ้อวดสรรพคุณของสินค้าเกินความจริง ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ จึงมักพบปัญหาผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายในท้องตลาดบางส่วนไม่ได้คุณภาพมาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด หรือมิได้ขออนุญาตจากทางราชการ และการอ่านฉลากสินค้าจะทำให้ได้ทราบข้อเท็จจริงของตัวสินค้าได้

อย่าง ละเอียด และ ถูกต้องกว่าการได้รับชมจากสื่อโฆษณาต่างๆ เนื่องจากฉลากสินค้านั้นจะต้องได้รับการตรวจสอบจากหน่วยงานที่รับผิดชอบคือ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งมีหน้าที่ความรับผิดชอบในการตรวจสอบความถูกต้องของฉลากที่ปรากฏอยู่บนตัวสินค้า ให้เป็นไปตามข้อเท็จจริงของตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์

ดังนั้นข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่อยู่บนฉลากจึงเป็นแหล่งข้อมูลที่ประชาชนผู้บริโภคน่าจะได้รับการทราบก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้านั้น นอกจากนี้ อาจมีข้อความ รูปภาพ สัญลักษณ์อื่นประกอบอยู่บนฉลากด้วย อาทิ เครื่องหมาย “อ.ย.” มอก.” เครื่องหมายแสดงประเภทของวัตถุอันตราย ภาพประกอบ ตารางแสดงคุณค่าทางโภชนาการซึ่งข้อมูลบนฉลากจะเป็นประโยชน์ต่อประชาชนผู้บริโภคในแต่ละส่วนที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้

1. เครื่องหมาย “อ.ย.” เป็นสัญลักษณ์ที่กำหนดให้แสดงบนฉลากผลิตภัณฑ์บางประเภท ได้แก่ อาหารส่วนใหญ่ เครื่องมือแพทย์ วัตถุอันตราย โดยเครื่องหมาย อ.ย. ที่ถูกต้องจะต้องมีเลขทะเบียนตำรับอยู่ภายในเครื่องหมายนั้น
2. เลขทะเบียนตำรับ เป็นหลักประกันว่าผลิตภัณฑ์นั้นได้ผ่านการตรวจสอบความเหมาะสมของสถานที่ผลิต กรรมวิธีการผลิต คุณภาพ มาตรฐานความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ก่อนที่จะอนุญาตให้ผลิตออกจำหน่ายได้
3. วันที่ผลิต ช่วยให้ทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นผลิตมานานแล้วหรือยัง สมควรที่จะบริโภคหรือไม่
4. วันที่หมดอายุ หรือวันที่ควรบริโภคก่อน จะช่วยให้ผู้บริโภคได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ หรือสามารถหลีกเลี่ยงอันตรายที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพของผลิตภัณฑ์ เช่น อันตรายจากยาที่หมดอายุ

5. ชื่อผู้ผลิต หรือผู้แทนจำหน่าย ช่วยให้ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตที่น่าเชื่อถือ และสามารถร้องเรียนหากพบความบกพร่อง หรือไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการบริโภคผลิตภัณฑ์นั้น

แต่จากการสำรวจของบริษัท Next and Triplet Advertising Co' Ltd. จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน ระหว่างวันที่ 9-23 เมษายน 2540 ก็พบว่า มีประชาชนเพียง 35.0 % เท่านั้นที่มีพฤติกรรมอ่านฉลากก่อนซื้อสินค้าทุกครั้ง 35.0 % อ่านเป็นบางครั้ง น้อยครั้งที่อ่าน 2.5 % และอีก 27.5 % ไม่เคยอ่านฉลากก่อนสินค้าซื้อเลย ซึ่งเหตุผลที่คนส่วนใหญ่ไม่อ่านฉลากก่อนซื้อก็คือ เคยใช้เป็นประจำอยู่แล้ว เพื่อนแนะนำให้ใช้ ดูโฆษณา และการขอคำแนะนำจากร้าน

จากสถานการณ์ดังกล่าว สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งมีหน้าที่ความรับผิดชอบในด้านการควบคุมคุณภาพ และมาตรฐานการผลิต การนำเข้าหรือสั่งเข้ามาในราชอาณาจักร การจำหน่าย ซึ่งอาหาร ยา เครื่องสำอาง วัตถุอันตราย วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท ยาเสพติดให้โทษ เครื่องมือแพทย์ และสารระเหย ซึ่งในการดำเนินการควบคุมนั้น ครอบคลุมถึงการพิจารณาอนุญาตให้ผู้ประกอบการดำเนินการประกอบธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และวัตถุดิบของสารสำคัญที่ใช้ในการผลิต โดยเป็นผู้พิจารณาอนุญาตและควบคุมให้เป็นไปตามขบวนการของกฎหมายที่รองรับ

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จึงกำหนดแนวทางที่จะส่งเสริมความปลอดภัยในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยกระตุ้นให้ผู้บริโภคตื่นตัวในการแสวงหาความรู้เพื่อการเลือกซื้อ และบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย มุ่งเน้นไปที่ “ฉลาก” เพราะเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่จะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม ปลอดภัย เป็น

ธรรมและประหยัด หากผู้บริโภคมีพฤติกรรมอ่านฉลากก่อนซื้อ ก่อนบริโภค ก็จะเป็นจุดเริ่มต้นที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมแสวงหาข่าวสารความรู้ และพฤติกรรมบริโภคอื่นๆ ที่ถูกต้องเหมาะสมมากยิ่งขึ้น ซึ่งในปีงบประมาณ 2540 คณะกรรมการสำนักงานอาหารและยาได้ใช้สื่อมวลชนเป็นหลักในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์รณรงค์ให้ผู้บริโภคเห็นความสำคัญกับฉลาก ด้านสุขภาพ และมีพฤติกรรมอ่านฉลากก่อน

โดยที่ผ่านมา ได้มีการจัดทำสื่อในรูปแบบต่างที่จะให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการต่างๆ ให้เกิดความปลอดภัยในการบริโภค เช่น สื่อจุลสาร แผ่นพับ การแจกข่าวประชาสัมพันธ์โปสเตอร์ หรือหนังสือโฆษณา อาทิในสื่อโปสเตอร์ที่ทางสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้จัดทำออกไปนั้นจะออกมาในลักษณะการแจกแจงรายละเอียดที่น่าสนใจ ความรู้และข้อมูลสำหรับผู้บริโภคควรตระหนัก ซึ่งมีความน่าสนใจหลากหลายประเด็น แต่ขาดการสื่อถึงภาพรวมในประเด็นหลักในเรื่อง "การอ่านฉลากก่อนซื้อ"

ในสื่อหนังสือโฆษณา ก็มีลักษณะการนำเสนอในแนวทางเดียวกับโปสเตอร์ เช่นการพูดถึงวิธีการเลือกบริโภคน้ำดื่ม แหนม หมูยอ การเลือกซื้อยา โดนเน้นไปที่รายละเอียดของวิธีการบริโภคสินค้าแต่ละประเภทมากเกินไป ขาดการสื่อถึงภาพรวมในประเด็นหลักในเรื่อง "การอ่านฉลากก่อนซื้อ"

ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าทุกสื่อที่ได้จัดทำออกไปในอดีต มักเน้นไปที่รายละเอียดปลีกย่อยของสินค้าแต่ละชนิด ไม่ได้มุ่งประเด็นที่ "การอ่านฉลากก่อนซื้อ" ซึ่งในโครงการรณรงค์ "อ่านฉลากก่อนซื้อ" ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาในปีงบประมาณ 2540 นี้ ได้มีการนำเอาข้อบกพร่องดังกล่าวมาแก้ไขปรับปรุง เพื่อมุ่งให้ประชาชนทั่วไป เกิดความตระหนัก เห็น

ความสำคัญของการอ่านฉลากก่อนซื้อ และมีพฤติกรรมการอ่านฉลากก่อนซื้อ โดยการมุ่งเน้นประเด็น “การอ่านฉลากก่อนซื้อ”

ผู้วิจัยเห็นว่าโครงการฯ เป็นโครงการที่น่าสนใจ ได้มีการนำเอาจุดบกพร่องจากการดำเนินงานในช่วงที่ผ่านมา มาปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการคือความตระหนักต่อการอ่านฉลากก่อนซื้อ และพฤติกรรมการอ่านฉลากก่อนซื้อ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องและมีผลกระทบโดยตรงต่อตัวประชาชนผู้บริโภคทุกๆ คน ประกอบกับในปัจจุบัน มีโครงการรณรงค์ออกมาหลายโครงการ มีทั้งที่สำเร็จและล้มเหลว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษากลยุทธ์กระบวนการสื่อสารโครงการรณรงค์การอ่านฉลากก่อนซื้อ และประสิทธิผลในด้านการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอ่านฉลากก่อนซื้อ ความตระหนัก และพฤติกรรมการอ่านฉลากก่อนซื้อ ของประชาชนทั่วไปซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของโครงการ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การใช้เนื้อหาสารของโครงการรณรงค์ “อ่านฉลากก่อนซื้อ” ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การใช้สื่อในการนำเสนอเนื้อหาสารของโครงการรณรงค์ “อ่านฉลากก่อนซื้อ” ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรม的开รับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการรณรงค์ “อ่านฉลากก่อนซื้อ” ของประชาชน
4. เพื่อศึกษาความตระหนักของประชาชนในการ “อ่านฉลากก่อนซื้อ”
5. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการอ่านฉลากก่อนซื้อของประชาชน

6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการรณรงค์ ความตระหนัก และพฤติกรรมการอ่านฉลากก่อนซื้อของประชาชน

สมมติฐาน

1. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการรณรงค์ มีความสัมพันธ์กับความตระหนักของประชาชนในการอ่านฉลากก่อนซื้อ
2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการรณรงค์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านฉลากก่อนซื้อของประชาชน
3. ความตระหนัก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านฉลากก่อนซื้อของประชาชน

ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้ จะทำการศึกษาเฉพาะการรณรงค์โครงการ “อ่านฉลากก่อนซื้อ” ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ในปีงบประมาณ 2540 โดยมีกำหนดระยะเวลา ตั้งแต่วันที่ 2 มกราคม 2540 ถึงวันที่ 7 ธันวาคม 2540
2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้จะทำการศึกษากับประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป เนื่องจากเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเป้าหมายของโครงการรณรงค์

คำนิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การวางแผนการประชาสัมพันธ์ และการดำเนินการรณรงค์เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ อย่างมีประสิทธิภาพ โดยพิจารณาจากองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร คือ เนื้อหาสาร ช่องทางการนำเสนอ สื่อที่ใช้ในการรณรงค์โครงการ

โครงการรณรงค์ หมายถึง โครงการรณรงค์เพื่อให้ประชาชนเกิดความตระหนัก เห็นความสำคัญของการอ่านฉลากก่อนซื้อ และมีพฤติกรรมการอ่านฉลากก่อนซื้อ ตามโครงการ “อ่านฉลากก่อนซื้อ” ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ปีงบประมาณ 2540

การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง ความบ่อยครั้งในการติดตามข่าวสารจากสื่อต่างๆ ที่ใช้ในโครงการรณรงค์

ความตระหนัก หมายถึง การมีความสำนึก เห็นถึงความสำคัญ และความจำเป็นของการอ่านฉลากก่อนซื้อสินค้า

พฤติกรรมการอ่านฉลาก หมายถึง สิ่งที่แสดงออกหรือการปฏิบัติเกี่ยวกับการอ่านฉลากก่อนซื้อสินค้า

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบกลยุทธ์ของกระบวนการสื่อสารโครงการรณรงค์ และสามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผนโครงการรณรงค์อื่นๆ ต่อไปได้
2. สามารถนำผลการวิจัยใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลที่ดียิ่งขึ้นในโครงการรณรงค์ที่จะมีขึ้นในอนาคต