



สำนักวิจัย ซูเปอร์โพล มุลนิธิ สถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ

เปิดเผยผลสำรวจ เรื่อง ประชาชนคิดอย่างไรต่อความไม่ปลอดภัยใน เครื่องสำอาง อาหาร และยา

ดร.นพดล กรรณิกา ผู้อำนวยการ สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) มุลนิธิ สถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ เปิดเผยผลสำรวจ เรื่อง ประชาชนคิดอย่างไรต่อความไม่ปลอดภัยใน เครื่องสำอาง อาหาร และยา กรณีศึกษาตัวอย่างประชาชนทุกสาขาอาชีพ จำนวนทั้งสิ้น 1,037 ตัวอย่าง โดยดำเนินโครงการระหว่าง วันที่ 2 - 9 มิถุนายน พ.ศ. 2561 ที่ผ่านมา พบว่า

น่าเป็นห่วงคือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 63.3 ไม่ทราบว่า สามารถตรวจสอบเลข อย. ได้ด้วยตนเอง ในขณะที่ ร้อยละ 36.7 ทราบ โดยตรวจสอบผ่าน เว็บ อย. สายด่วน อย. เว็บบ้านหาทั่วไป และ แอปพลิเคชัน นอกจากนี้ ยังน่าเป็นห่วง คือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 73.9 ไม่ทราบว่า สามารถตรวจสอบเลข จดแจ้ง เครื่องสำอางได้ ด้วยตนเอง ในขณะที่ร้อยละ 26.1 ทราบ โดยตรวจสอบผ่าน เว็บ อย. ฉลาก สายด่วน อย. แอปพลิเคชัน และเว็บไซต์ค้นหาทั่วไป อย่างไรก็ตาม ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 91.9 พอใจการทำงานของตำรวจที่จับกุมดำเนินคดี ขบวนการ สวมเลซ อย. ได้ ในขณะที่ร้อยละ 8.1 ไม่พอใจ

เมื่อถามถึง ช่องทางที่เคยพบเห็นโฆษณา เครื่องสำอางผ่านสื่อต่าง ๆ พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 83.6 พบเห็นผ่านทาง เฟสบุ๊ค รองลงมาคือร้อยละ 51.6 พบเห็นผ่านทาง ทวี ร้อยละ 33.8 พบเห็นผ่านทาง ไลน์ ในขณะที่ร้อยละ 26.4 พบเห็นผ่านทางสิ่งพิมพ์ ร้อยละ 20.9 ผ่านทางการบอกต่อ และร้อยละ 7.8 ผ่านช่องทางอื่นๆ เช่น เว็บไซต์ทั่วไป ทวิตเตอร์ ยูทูป และอินสตาแกรม

เมื่อถามถึง แหล่งที่เชื่อมั่นในการซื้อ สินค้า เครื่องสำอาง พบว่า เกินครึ่งหรือร้อยละ 55.9 เชื่อมั่นเชื่อถือ บริษัท ชื่อสินค้า รองลงมาคือ ร้อยละ 36.2 เชื่อคนรู้จักแนะนำ ร้อยละ 22.0 เชื่อ คำโฆษณา ร้อยละ 15.5 เชื่อดาราคอนดั่ง และร้อยละ 11.6 เชื่ออื่นๆ เช่น จากผู้เชี่ยวชาญ ดู คอมเมนต์ต่างๆ หาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า สารประกอบที่ใช้ในการผลิตและส่วนผสม ดูจากมาตรฐานการรับรอง และคนรู้จักที่ใช้ผลิตภัณฑ์จริง

ที่น่าพิจารณาคือ หน่วยงานที่ ประชาชนต้องการให้เร่งแก้ไข ปัญหาความไม่ปลอดภัยของประชาชนในการซื้อ เครื่องสำอาง อาหาร และ ยา พบว่า อันดับแรก ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 78.3 ได้แก่ องค์การอาหารและยา (อย.) รองลงมาคือ ร้อยละ 72.4 ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) และส่วนใหญ่เช่นกัน หรือร้อยละ 63.5 ได้แก่ กระทรวงสาธารณสุข ในขณะที่ร้อยละ 35.2 ระบุตำรวจ และร้อยละ 2.5 ระบุอื่นๆ เช่น สื่อมวลชน โรงเรียน สถาบันการศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 1 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การรับรู้ การตรวจสอบเลข อย. ได้ด้วยตนเอง

ลำดับที่	การรับรู้	ร้อยละ
1	ทราบ ตรวจสอบได้ด้วยตนเอง โดย เว็บ อย. สายด่วน อย. เว็บบ้านหาทั่วไปและ แอปพลิเคชัน	36.7
2	ไม่ทราบ	63.3
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ตารางที่ 2 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การรับรู้ การตรวจสอบเลข จดแจ้ง เครื่องสำอางได้ ด้วยตนเอง

ลำดับที่	การรับรู้	ร้อยละ
1	ทราบ ตรวจสอบได้ด้วยตนเองผ่าน เว็บ สายด่วน อย. แอปพลิเคชัน และเว็บไซต์ค้นหา ทั่วไป	26.1
2	ไม่ทราบ	73.9
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ตารางที่ 3 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ พอใจต่อการทำงานของตำรวจที่ดำเนินคดี ขบวนการ สวมเลข อย.

ลำดับที่	ความพึงพอใจ	ร้อยละ
1	พอใจ	91.9
2	ไม่พอใจ	8.1
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ตารางที่ 4 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ช่องทางที่เคยพบเห็น โฆษณา เครื่องสำอาง ผ่านสื่อ

ลำดับที่	ช่องทางการโฆษณา	ร้อยละ
1	เฟสบุ๊ก (Facebook)	83.6
2	ทีวี	51.6
3	ไลน์ LINE	33.8
4	สิ่งพิมพ์	26.4
5	บอกต่อ	20.9
6	อื่น ๆ เช่น เว็บไซต์ทั่วไป ทวิตเตอร์ ยูทูป และอินสตาแกรม	7.8

ตารางที่ 5 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ แหล่งที่เชื่อมั่นในการซื้อ สินค้า เครื่องสำอาง

ลำดับที่	แหล่งที่ เชื่อมั่น	ร้อยละ
1	เชื่อมั่น เชื่อถือบริษัท ซื้อสินค้า	55.9
2	เชื่อคนรู้จักแนะนำ	36.2
3	เชื่อ คำโฆษณา	22.0
4	เชื่อดาราคงคนดัง	15.5
5	อื่น ๆ เช่น จากผู้เชี่ยวชาญ ดู คอมเมนต์ต่าง ๆ หาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และส่วนผสม	11.6

ตารางที่ 6 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ หน่วยงานที่ต้องเร่งแก้ไขความไม่ปลอดภัยของประชาชน ในการซื้อ เครื่องสำอาง อาหาร และ ยา

ลำดับที่	หน่วยงานที่ต้องเร่งแก้ไขความไม่ปลอดภัยของประชาชน	ร้อยละ
1	องค์การ อาหารและ ยา (อย.)	78.3
2	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)	72.4
3	กระทรวงสาธารณสุข	63.5
4	ตำรวจ	35.2
5	อื่น ๆ เช่น สื่อมวลชน โรงเรียน สถาบันการศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	2.5