

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องประสิทธิผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังนี้

1. เพื่อวิเคราะห์ถึงระดับประสิทธิผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิผลของการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่

ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย ผู้บริโภค จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งครอบคลุมจำนวนกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่กำหนดไว้ และเก็บข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจงจากเจ้าหน้าที่กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 10 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์

ซึ่งข้อมูลที่ได้ ผู้ศึกษาจะนำเสนอผลการศึกษาโดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่รัฐ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามประชาชนซึ่งเป็นผู้บริโภค

- 1) ลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค
- 2) พฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค
- 3) ประสิทธิผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

4.1 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่รัฐ

เจ้าหน้าที่กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 10 คน ประกอบด้วย เกษีกร 8 คน นักวิชาการสาธารณสุข 1 คนและเจ้าพนักงานสาธารณสุขชุมชน 1 คน การสัมภาษณ์เรื่องประสิทธิภาพการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ แบ่งออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ความชัดเจนของนโยบาย ความเข้าใจในนโยบาย โครงสร้างการดำเนินงาน มาตรการควบคุมผู้ประกอบการ การติดต่อประสานงาน ความเพียงพอของจำนวนบุคลากรและงบประมาณ จากผลการสัมภาษณ์พบว่า

1. ความชัดเจนของนโยบาย

นโยบายการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคเป็นไปตามกฎหมายซึ่งบัญญัติไว้ชัดเจนมาก ประกอบกับกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคได้เข้าร่วมโครงการพัฒนาระบบราชการ ดังนั้นจึงส่งผลให้การดำเนินงานสามารถกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) ภารกิจ (Mission) ค่านิยม เป้าหมายการดำเนินงานทั้งในระยะสั้นและระยะยาวได้อย่างชัดเจนตามแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ นอกจากนี้ยังส่งผลให้การดำเนินงานของกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคสามารถประเมินการดำเนินงานว่าสามารถบรรลุผลตามนโยบายที่กำหนดไว้มากน้อยเพียงใด

การประเมินผลการปฏิบัติงานของกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคจึงสามารถกำหนดตัวชี้วัดได้อย่างชัดเจน เช่น กรณีร้องเรียนต้องบรรลุผล 100% งานเฝ้าระวังตรวจสอบ ควบคุมกำกับผู้ประกอบการต้องบรรลุผล 100% เป็นต้น อย่างงานเก็บตัวอย่างผลิตภัณฑ์สุขภาพต้องพบว่าอาหารที่ปลอดภัยจำหน่ายเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งจากการเก็บข้อมูลของเจ้าหน้าที่กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคก็พบว่ามีความพอใจเพราะพบสารปนเปื้อนในอาหารหรืออาหารที่ไม่ปลอดภัยมีน้อยมาก

ด้านการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค เจ้าหน้าที่ที่มีความเห็นว่าการดำเนินงานมีนโยบายที่ชัดเจนตามแนวนโยบายการดำเนินงานที่กำหนดไว้ในส่วนของวาระแห่งชาติ นโยบายรัฐบาลและนโยบายท้องถิ่นที่กำหนดบทบาทอำนาจหน้าที่ในการปฏิบัติงานไว้อย่างชัดเจน แต่ทั้งนี้ในด้านการนำไปปฏิบัติไม่สามารถดำเนินการตามได้ทั้งหมด เนื่องจากต้องขึ้นอยู่กับสถานการณ์ในปัจจุบันด้วย

2. ความเข้าใจในนโยบาย

เจ้าหน้าที่กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคมีความเข้าใจในนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคอยู่ในระดับดี ทำให้สามารถกำหนดแผนปฏิบัติงานได้ตรงตามนโยบายและยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคเป็นอย่างดี การจัดสรรทรัพยากรด้านต่างๆจึงเป็นไปตามนโยบายและยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคและทำให้การดำเนินงานของกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคมีความสอดคล้องและดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นภายในกลุ่มงาน การดำเนินการแก้ไขปัญหาภายในกลุ่มงานจึงสามารถแก้ปัญหาได้อย่างสำเร็จลุล่วง นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ยังสามารถนำความรู้ความเข้าใจของนโยบายและยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคไปถ่ายทอดให้กับองค์กรอื่นๆ ได้

3. โครงสร้างการดำเนินงาน

เจ้าหน้าที่กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคมีความเห็นว่าการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในปัจจุบันเป็นการจัดโครงสร้างการดำเนินงานตามที่กฎหมายกำหนดซึ่งไม่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงและสถานการณ์ในปัจจุบัน ทำให้การดำเนินงานยังไม่ได้ผลดีเท่าที่ควร นอกจากนี้ยังมีปัจจัยภายนอกที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ได้แก่ ปัจจัยทางด้านการตลาด เช่น ภาวะการแข่งขันทางด้านราคา สื่อโฆษณาต่างๆ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ทำให้การตรวจสอบ ควบคุม กำกับผลิตภัณฑ์ได้ไม่ทั่วถึง

ในส่วนของการดำเนินงานแต่ละพื้นที่นั้นยังขาดการนำปัญหาเฉพาะพื้นที่มาวิเคราะห์เพิ่ม ซึ่งความแตกต่างกันของแต่ละพื้นที่ทำให้การดำเนินงานยังไม่ครอบคลุมและเข้าถึงปัญหาของแต่ละพื้นที่ได้มากเท่าที่ควร

4. มาตรการควบคุมผู้ประกอบการ

เจ้าหน้าที่กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคมีความเห็นว่ามีการใช้มาตรการทางกฎหมายและบทลงโทษที่เข้มงวดขึ้นมากกว่าในอดีต ตลอดจนมีการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการมากขึ้น รวมถึงการรณรงค์ต่างๆทำให้ผู้ประกอบการสนใจและให้ความร่วมมือมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายใหญ่ที่อยู่ในภาวะการแข่งขันสูงจำเป็นต้องควบคุมและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณภาพเป็นหลักเพื่อรักษากลุ่มลูกค้าเดิมและขยายตลาดเพิ่มมากขึ้น แต่สำหรับผู้ประกอบการรายย่อยยังขาดงบประมาณที่จะดำเนินการตามมาตรการได้ดีเท่าที่ควร

ในส่วนของการดำเนินงานนั้น เนื่องจากการแข่งขันทางด้านราคา การลงทุน การตลาดที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จึงไม่สามารถตรวจสอบ ควบคุม กำกับผู้ประกอบการธุรกิจได้ทุกราย เพราะผู้ประกอบการบางรายยังไม่เห็นด้วยที่จะปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนดเนื่องจากกฎหมายบางตัวไม่เอื้อต่อสภาพการณ์การแข่งขันด้านการค้าและการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในปัจจุบัน

5. การติดต่อประสานงาน

การติดต่อภายในหน่วยงานอยู่ในระดับดีพอสมควร มีการร่วมดำเนินงานกันระหว่างหน่วยย่อยในหน่วยงานดี แต่ยังขาดการวางแผนร่วมกัน เช่นเดียวกับการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเช่นสำนักงานสาธารณสุขอำเภอ กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ที่ยังขาดการวางแผน และประสานงานกันที่ดีร่วมกัน ตลอดจนการติดต่อประสานงานในองค์กรที่มีขนาดใหญ่จะมีระบบและขั้นตอนที่ยังยากทำให้เกิดความล่าช้าในการดำเนินงาน เนื่องจากส่วนใหญ่ยังเป็นรูปแบบการประสานงานในรูปแบบทางราชการมากกว่า

6. บุคลากรและงบประมาณ

ในด้านบุคลากรมีจำนวนบุคลากรไม่เพียงพอเนื่องจากมีงานที่ต้องดำเนินการหลายด้านและจำนวนสถานประกอบการที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นตามการแข่งขันของตลาดที่สูงขึ้น นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ในระดับอำเภอยังขาดสมรรถนะในการดำเนินงานได้ดีเท่าที่ควรจึงส่งผลให้การดำเนินงานไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ส่วนในด้านงบประมาณได้รับการจัดสรรที่เพียงพอแต่ไม่ตรงกับความต้องการที่จะใช้ เช่นบางกรณีต้องใช้ในการดูแลรักษาเครื่องมือก็ไม่สามารถนำมาใช้ได้เพราะเป็นงบประมาณในส่วนการดำเนินงานเท่านั้น และมีข้อจำกัดในการเบิกจ่ายเนื่องจากกฎระเบียบที่มากมายหลายขั้นตอน ทำให้การเบิกจ่ายงบประมาณมีความล่าช้า

4.2 ข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามประชาชนซึ่งเป็นผู้บริโภค

ข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามประชาชนซึ่งเป็นผู้บริโภค แบ่งได้ 3 ส่วน คือ

- 1) ลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค
- 2) พฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค
- 3) ประสิทธิภาพการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ข้อมูลดังกล่าวนำเสนอในรูปของตารางโดยการวิเคราะห์ค่าความถี่และร้อยละ โดยแยกเป็นตารางดังนี้

4.2.1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค

ข้อมูลส่วนบุคคลประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ ข้อมูลดังกล่าวนำเสนอในรูปของตารางโดยการวิเคราะห์ค่าความถี่และร้อยละ ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค (N = 400)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
- ชาย	176	44.0
- หญิง	224	56.0
อายุ		
- ต่ำกว่า 30 ปี	183	45.8
- ระหว่าง 31-40 ปี	156	39.0
- ระหว่าง 41-50 ปี	47	11.8
- 50 ปีขึ้นไป	14	3.5

ตารางที่ 4.1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
- ระดับประถมศึกษา	30	7.5
- ระดับมัธยมศึกษา	101	25.3
- ระดับอนุปริญญา	73	18.3
- ระดับปริญญาตรี	183	45.8
- สูงกว่าระดับปริญญาตรี	13	3.3
อาชีพ		
- นักเรียน/นักศึกษา	97	24.3
- ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	90	22.5
- รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	34	8.5
- ลูกจ้าง/พนักงานเอกชน	103	25.8
- รับจ้างทั่วไป	64	16.0
- อื่นๆเช่นเกษตรกร แม่บ้าน	12	3.0
รายได้		
- ต่ำกว่า 5,000 บาท	196	49.0
- 5,001-10,000 บาท	106	26.5
- 10,001-15,000 บาท	44	11.0
- 15,001-20,000 บาท	16	4.0
- 20,001-25,000 บาท	17	4.3
- 25,001-30,000 บาท	6	1.5
- มากกว่า 30,000 บาท	15	3.8

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้บริโภคเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.0 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 44.0 อายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุไม่ต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคืออายุระหว่าง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.0 อายุระหว่าง 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.8 และอายุ 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ระดับการศึกษาของผู้บริโภค ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 25.3 ระดับอนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 18.3 และระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ และน้อยที่สุดอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 3.3

อาชีพส่วนใหญ่ของผู้บริโภคเป็นลูกจ้างและพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 25.8 รองลงมาคือนักเรียนและนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 24.3 ค้าขายและธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 22.5 รับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 16.0 รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 8.5 ตามลำดับ และน้อยที่สุดประกอบอาชีพอื่นๆ เช่น เกษตรกร แม่บ้าน เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 3.0

รายได้โดยส่วนใหญ่ของผู้บริโภคต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 49.0 รายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.5 และรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.0 นอกจากนั้นก็จะอยู่ในส่วนที่ใกล้เคียงกัน โดยเรียงลำดับในส่วนที่เหลือจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้รายได้ระหว่าง 20,001 - 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.3 รายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.0 รายได้มากกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.8 และน้อยที่สุดรายได้ระหว่าง 25,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

4.2.2 พฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค

ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ

- 1) ความสนใจข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภค
- 2) การตระหนักถึงสิทธิของผู้บริโภค
- 3) ค่านิยมในการบริโภค
- 4) ความรู้ในการบริโภค

ข้อมูลดังกล่าวนำเสนอในรูปแบบของตารางโดยการวิเคราะห์ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานดังนี้

1) ความสนใจข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภค

ตารางที่ 4.2 ความสนใจข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภค (N = 400)

ข้อ	ความสนใจข้อมูลข่าวสาร	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	การได้รับข้อมูลข่าวสารของผลิตภัณฑ์ต่างๆ อยู่เป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย = 3.59 S.D. = 0.85)	54 (13.5)	164 (41.0)	155 (38.8)	19 (4.8)	8 (2.0)
2	การปรึกษากับบุคคลรอบข้างเรื่องการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุกครั้ง (ค่าเฉลี่ย = 3.43 S.D. = 0.94)	42 (10.5)	158 (39.5)	144 (36.0)	41 (10.3)	15 (3.8)
3	การหาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ก่อนการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่ง (ค่าเฉลี่ย = 3.65 S.D. = 0.86)	57 (14.3)	182 (45.5)	130 (32.5)	24 (6.0)	7 (1.8)
4	การโฆษณาผลิตภัณฑ์ตามสื่อต่างๆ มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อ (ค่าเฉลี่ย = 3.59 S.D. = 0.86)	50 (12.5)	177 (44.3)	140 (35.0)	25 (6.3)	8 (2.0)
5	ปัจจุบันการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของผลิตภัณฑ์มีเพียงพอและสมบูรณ์แล้ว (ค่าเฉลี่ย = 3.51 S.D. = 0.86)	50 (12.5)	146 (36.5)	167 (41.8)	32 (8.0)	5 (1.3)

ค่าเฉลี่ยรวม = 3.55 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.60

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้บริโภคให้ความสนใจข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.55) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสนใจในเรื่องการหาข้อมูลของสินค้าก่อนการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งเป็นลำดับแรกโดยให้ความสนใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ความสนใจรองลงมา ทั้งในด้านการโฆษณาผลิตภัณฑ์ตามสื่อต่างๆ ที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคและการที่ผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารของผลิตภัณฑ์ต่างๆ อยู่เป็นประจำ ผู้บริโภคให้ความสนใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) นอกจากนี้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันมีเพียงพอและสมบูรณ์แล้วอยู่ใน

ระดับความสนใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) และผู้บริโภครีเิกษากับบุคคลรอบข้างเรื่องการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุกครั้งอยู่ในระดับความสนใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.43)

2) การตระหนักถึงสิทธิของผู้บริโภค

ตารางที่ 4.3 การตระหนักถึงสิทธิของผู้บริโภค (N = 400)

ข้อ	การตระหนักถึงสิทธิของผู้บริโภค	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	การได้ซักถามรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ก่อนตัดสินใจซื้อทุกครั้ง (ค่าเฉลี่ย = 3.65 S.D. = 0.97)	82 (20.5)	146 (36.5)	128 (32.0)	36 (9.0)	8 (2.0)
2	การที่มักจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตามคำชักจูงของผู้จำหน่าย โดยไม่ได้ตัดสินใจเอง (ค่าเฉลี่ย = 2.87 S.D. = 1.78)	16 (4.0)	85 (21.3)	141 (35.3)	117 (29.3)	40 (10.0)
3	การที่ทราบว่าตนเองมีสิทธิร้องเรียนต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หากไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย = 3.43 S.D. = 1.07)	66 (16.5)	134 (33.5)	123 (30.8)	59 (14.8)	18 (4.5)
4	การจัดตั้งกลุ่มคุ้มครองผู้บริโภคในชุมชนจะช่วยคุ้มครองผู้บริโภคได้มากขึ้น (ค่าเฉลี่ย = 3.43 S.D. = 0.96)	53 (13.3)	137 (34.3)	146 (36.5)	56 (14.0)	8 (2.0)
5	การแจ้งเบาะแสการกระทำผิดจะช่วยคุ้มครองผู้บริโภค (ค่าเฉลี่ย = 3.45 S.D. = 1.10)	77 (19.3)	125 (31.3)	116 (29.0)	66 (16.5)	16 (4.0)

ค่าเฉลี่ยรวม = 3.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.63

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้บริโภคตระหนักถึงสิทธิอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.37) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องของการชักถามรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ต่างๆก่อนการตัดสินใจซื้อทุกครั้งอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) รองลงมาได้แก่ การที่ผู้บริโภคเห็นว่าการแจ้งเบาะแสการกระทำผิดจะช่วยในเรื่องการคุ้มครองบริโภคอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.45) ผู้บริโภคเห็นว่าการจัดตั้งกลุ่มคุ้มครองผู้บริโภคในชุมชนจะช่วยคุ้มครองผู้บริโภคได้มากขึ้นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.43) และผู้บริโภคทราบว่าตนเองมีสิทธิร้องเรียนต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหากไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.43) ในขณะที่การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตามคำชักจูงของผู้จำหน่ายโดยไม่ได้อัดสินใจเอง ผู้บริโภคให้ความตระหนักอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.87)

3) ค่านิยมในการบริโภค

ตารางที่ 4.4 ค่านิยมในการบริโภค (N = 400)

ข้อ	ค่านิยมในการบริโภค	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	ผลิตภัณฑ์ของต่างประเทศมีคุณภาพดีกว่าของในประเทศ (ค่าเฉลี่ย = 3.46 S.D. = 0.86)	35 (8.8)	163 (40.8)	164 (41.0)	26 (6.5)	12 (3.0)
2	การเลือกซื้อเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มียี่ห้อชื่อดังหรือมีราคาแพง เพราะเป็นของที่มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย = 3.12 S.D. = 0.99)	28 (7.0)	111 (27.8)	173 (43.3)	58 (14.5)	30 (7.5)
3	การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตามที่คนส่วนใหญ่นิยมซื้อกัน (ค่าเฉลี่ย = 3.34 S.D. = 0.97)	44 (11.0)	129 (32.3)	159 (39.8)	53 (13.3)	15 (3.8)
4	ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย = 3.30 S.D. = 1.64)	21 (5.3)	107 (26.8)	223 (55.8)	39 (9.8)	9 (2.3)

ค่าเฉลี่ยรวม = 3.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.75

จากตารางที่ 4.4 พบว่าค่านิยมในการบริโภคของผู้บริโภคอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.30) ผู้บริโภคเห็นว่าผลิตภัณฑ์ของต่างประเทศมีคุณภาพดีกว่าของไทยในประเทศอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.46) ผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตามที่คนส่วนใหญ่นิยมซื้อกันอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) ผู้บริโภคเห็นว่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ดีอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) และผู้บริโภคเลือกซื้อเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มียี่ห้อชื่อดังหรือมีราคาแพงเพราะเป็นของที่มีคุณภาพอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.12)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

4) ความรู้ในการบริโภค

ตารางที่ 4.5 ความรู้ในการบริโภค (N = 400)

ข้อ	ความรู้ในการบริโภค	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	ผลิตภัณฑ์ที่ดีควรมีเครื่องหมายรับรองคุณภาพจากหน่วยงานของรัฐที่ควบคุมดูแล (ค่าเฉลี่ย = 4.12 S.D. = 0.90)	164 (41.0)	141 (35.3)	78 (19.5)	13 (3.3)	4 (1.0)
2	การที่ทราบดีว่าหน่วยงานใดบ้างที่ดูแลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (ค่าเฉลี่ย = 3.45 S.D. = 0.90)	46 (11.5)	147 (36.8)	156 (39.0)	44 (11.0)	7 (1.8)
3	การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต้องได้รับข้อมูลข่าวสารของผลิตภัณฑ์นั้นอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย = 3.77 S.D. = 0.85)	78 (19.5)	179 (44.8)	119 (29.8)	20 (5.0)	4 (1.0)
4	การใช้ผลิตภัณฑ์ตรงตามวัตถุประสงค์ของผลิตภัณฑ์นั้น (ค่าเฉลี่ย = 3.77 S.D. = 0.85)	74 (18.5)	185 (46.3)	122 (30.5)	11 (2.8)	8 (2.0)
5	การที่ทราบดีว่าผลิตภัณฑ์ชนิดใดบ้างที่เหมาะสมกับตนเอง (ค่าเฉลี่ย = 3.69 S.D. = 0.92)	73 (18.3)	172 (43.0)	121 (30.3)	25 (6.3)	9 (2.3)
6	การไม่บริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีสภาพไม่สมบูรณ์หรือเปลี่ยนสภาพไปจากเดิม (ค่าเฉลี่ย = 4.00 S.D. = 1.06)	163 (40.8)	120 (30.0)	85 (21.3)	18 (4.5)	14 (3.5)
7	การตรวจวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ที่จะบริโภค (ค่าเฉลี่ย = 4.15 S.D. = 0.99)	187 (46.8)	122 (30.5)	64 (16.0)	19 (4.8)	8 (2.0)

ค่าเฉลี่ยรวม = 3.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.61

จากตารางที่ 4.5 พบว่าความรู้ในการบริโภคของผู้บริโภคอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.85) โดยที่ผู้บริโภคทราบว่าก่อนการบริโภคจะต้องพิจารณาตรวจสอบวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ที่จะบริโภคอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์ที่ดีควรมีเครื่องหมายรับรองคุณภาพจากหน่วยงานของรัฐที่ควบคุมดูแลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) ผู้บริโภคไม่บริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีสภาพไม่สมบูรณ์หรือเปลี่ยนสภาพไปจากเดิมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ผู้บริโภคทราบว่าทางเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต้องได้รับข้อมูลข่าวสารของผลิตภัณฑ์นั้นอย่างเพียงพออยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ผู้บริโภคใช้ผลิตภัณฑ์ตรงตามวัตถุประสงค์ของผลิตภัณฑ์นั้นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์ใดที่เหมาะสมกับตนเองอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) และผู้บริโภคทราบว่ามีความรู้หน่วยงานใดที่ดูแลด้านการคุ้มครองผู้บริโภคอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.45)

4.2.3 ประสิทธิภาพการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ข้อมูลด้านประสิทธิภาพการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ซึ่งหมายถึง สิทธิที่ผู้บริโภคพึงได้รับการคุ้มครองตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ประกอบด้วย

- 1) สิทธิที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารและคำพรรณนาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้องเพียงพอ และครบถ้วน
- 2) สิทธิที่จะได้รับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัยต่อสุขภาพ
- 3) สิทธิที่จะได้รับการชดเชยความเสียหายหรืออันตรายจากการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ข้อมูลดังกล่าวนำเสนอในรูปแบบของตารางโดยการวิเคราะห์ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานดังนี้

ตารางที่ 4.6 สถิติที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารและคำพรรณนาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง
เพียงพอ และครบถ้วน (N = 400)

ข้อ	ประสิทธิผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ	ระดับความคิดเห็น				
		มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
1	ผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารและคำพรรณนา เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง เพียงพอ และครบถ้วน ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่มีฉลากติดอยู่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย = 3.82 S.D. = 0.77)	71 (17.8)	202 (50.5)	114 (28.5)	11 (2.8)	2 (0.5)
2	ฉลากของผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่บอกคุณสมบัติ ครบถ้วน ทั้งวันหมดอายุ วิธีการใช้ และ คำเตือนต่างๆ (ค่าเฉลี่ย = 3.79 S.D. = 0.78)	65 (16.3)	204 (51.0)	114 (28.5)	14 (3.5)	3 (0.8)
3	ฉลากของผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่มีตัวอักษร ขนาดใหญ่ อ่านง่าย และทำความเข้าใจ ได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย = 3.40 S.D. = 0.80)	30 (7.5)	147 (36.8)	181 (45.3)	38 (9.5)	4 (1.0)
4	เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์แล้วพบว่าคุณสมบัติของ ผลิตภัณฑ์ตรงตามที่ระบุไว้ในฉลาก (ค่าเฉลี่ย = 3.36 S.D. = 0.79)	28 (7.0)	136 (34.0)	193 (48.3)	39 (9.8)	4 (1.0)
5	ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่มีการโฆษณาตามความ เป็นจริง (ค่าเฉลี่ย = 2.96 S.D. = 0.88)	17 (4.3)	77 (19.3)	194 (48.5)	95 (23.8)	17 (4.3)
6	ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เสนอสรรพคุณทั้งผลดี และผลเสีย (ค่าเฉลี่ย = 2.81 S.D. = 1.03)	23 (5.8)	69 (17.3)	160 (40.0)	105 (26.3)	43 (10.8)

ค่าเฉลี่ยรวม = 3.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.60

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารและคำพรรณนาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง เพียงพอ และครบถ้วนอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.36) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคส่วนใหญ่พบว่าผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่มีฉลากติดอยู่ชัดเจนอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมาได้แก่ฉลากของผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่บอกคุณสมบัติครบถ้วน ทั้งวันหมดอายุ วิธีการใช้ และคำเตือนต่างๆอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) ฉลากของผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่มีตัวอักษรขนาดใหญ่ อ่านง่าย และทำความเข้าใจได้ง่ายอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์แล้วพบว่าคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ตรงตามที่ระบุไว้ในฉลากอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่มีการโฆษณาตามความเป็นจริงอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.96) ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เสนอสรรพคุณทั้งผลดีและผลเสียอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.81)

ตารางที่ 4.7 สิทธิที่จะได้รับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัยต่อสุขภาพ

ข้อ	ประสิทธิผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	ผู้บริโภคได้รับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัยต่อสุขภาพ มีผู้จำหน่ายนำเอาผลิตภัณฑ์ที่หมดอายุหรือมีสภาพไม่สมบูรณ์มาวางจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย = 2.86 S.D. = 1.01)	19 (4.8)	87 (21.8)	148 (37.0)	111 (27.8)	35 (8.8)
2	การตระหนักถึงอันตรายที่เกิดจากผลิตภัณฑ์ที่หมดอายุ (ค่าเฉลี่ย = 4.17 S.D. = 0.81)	157 (39.3)	165 (41.3)	71 (17.8)	4 (1.0)	3 (0.8)
3	การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่หมดอายุหรือมีสภาพไม่สมบูรณ์เล็กน้อย หากราคาถูกหรือลดราคา (ค่าเฉลี่ย = 2.36 S.D. = 1.27)	20 (5.0)	70 (17.5)	89 (22.3)	75 (18.8)	146 (36.5)
4	การไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีสภาพไม่สมบูรณ์แม้ว่าจะยังใช้ได้ (ค่าเฉลี่ย = 3.65 S.D. = 1.20)	118 (29.5)	114 (28.5)	106 (26.5)	32 (8.0)	30 (7.5)
5	การให้ความสนใจเครื่องหมายรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานที่ดูแล (ค่าเฉลี่ย = 3.84 S.D. = 0.97)	113 (28.3)	153 (38.3)	96 (24.0)	33 (8.3)	5 (1.3)
6	การให้ความสนใจเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยเท่านั้น แม้ว่าราคาแพงก็ตาม (ค่าเฉลี่ย = 3.69 S.D. = 0.92)	83 (20.8)	146 (36.5)	141 (35.3)	23 (5.8)	7 (1.8)

ค่าเฉลี่ยรวม = 3.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.52

จากตารางที่ 4.7 พบว่าผู้บริโภคได้รับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัยต่อสุขภาพอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.43) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้บริโภคตระหนักดีถึงอันตรายที่เกิดจากผลิตภัณฑ์ที่หมดอายุอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมาได้แก่การที่ผู้บริโภคให้ความสนใจเครื่องหมายรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานที่ดูแลและให้ความสนใจเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยเท่านั้น แม้ว่าราคาแพงก็ตามอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84 และ 3.69 ตามลำดับ) ผู้บริโภคจะไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีสภาพไม่สมบูรณ์แม้ว่าจะยังใช้ได้ก็อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ผู้บริโภคเห็นว่าผู้จำหน่ายนำเอาผลิตภัณฑ์ที่หมดอายุหรือมีสภาพไม่สมบูรณ์มาวางจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.86) ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่หมดอายุหรือมีสภาพไม่สมบูรณ์เล็กน้อย หากราคาถูกหรือลดราคาอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.36)

ตารางที่ 4.8 สิทธิที่จะได้รับการชดเชยความเสียหายหรืออันตรายจากการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ข้อ	ประสิทธิผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	ผู้บริโภคได้รับการชดเชยความเสียหายหรือ อันตรายจากการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ เจ้าของผลิตภัณฑ์หรือร้านค้ายินดีรับ ผลิตภัณฑ์คืนหรือเปลี่ยนให้ใหม่ หากผลิตภัณฑ์ไม่สมบูรณ์ หรือไม่พอใจ (ค่าเฉลี่ย = 2.76 S.D. = 1.13)	29 (7.3)	70 (17.5)	136 (34.0)	105 (26.3)	60 (15.0)
2	เจ้าของผลิตภัณฑ์หรือร้านค้าจะจ่ายค่าชดเชย หากผู้บริโภคเกิดความเสียหายจากการใช้ ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย = 2.62 S.D. = 1.17)	28 (7.0)	68 (17.0)	104 (26.0)	125 (31.3)	75 (18.8)
3	เมื่อไม่ได้รับความเป็นธรรมในการบริโภค ผลิตภัณฑ์จะไปร้องเรียนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (ค่าเฉลี่ย = 3.09 S.D. = 1.16)	54 (13.5)	90 (22.5)	130 (32.5)	91 (22.8)	35 (8.8)
4	การที่ไม่นิยมไปร้องเรียน เพราะเห็นเป็น เรื่องยุ่งยาก เสียเวลา (ค่าเฉลี่ย = 3.82 S.D. = 1.05)	120 (30.0)	143 (35.8)	92 (23.0)	33 (8.3)	12 (3.0)
5	เมื่อไปร้องเรียนแล้ว ปัญหาส่วนใหญ่จะได้ รับการช่วยเหลือและแก้ปัญหา (ค่าเฉลี่ย = 2.67 S.D. = 1.01)	19 (4.8)	55 (13.8)	146 (36.5)	133 (33.3)	47 (11.8)

ค่าเฉลี่ยรวม = 2.99 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.69

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้บริโภคได้รับการชดเชยความเสียหายหรืออันตรายจากการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 2.99) โดยที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่นิยมไปร้องเรียน เพราะเห็นว่าเป็นเรื่องยุ่งยาก เสียเวลาอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) เมื่อผู้บริโภคไม่ได้รับความเป็นธรรมในการบริโภคผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคจะไปร้องเรียนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.09) ผู้บริโภคเห็นว่าเจ้าของผลิตภัณฑ์หรือร้านค้ายินดีรับผลิตภัณฑ์คืนหรือเปลี่ยนให้ใหม่ หากสินค้าไม่สมบูรณ์ หรือไม่พอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.76) เมื่อผู้บริโภคไปร้องเรียนแล้ว ปัญหาส่วนใหญ่จะได้รับการช่วยเหลือและแก้ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.67) เจ้าของผลิตภัณฑ์หรือร้านค้าจะจ่ายค่าชดเชย หากผู้บริโภคเกิดความเสียหายจากการใช้ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.62)

4.2.4 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน

1. ขาดบุคลากรที่เพียงพอกับการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคที่ปัจจุบันนี้มีงานเพิ่มมากขึ้นตามการขยายตัวของตลาด และมีข้อจำกัดในเรื่องการเบิกจ่ายงบประมาณ รวมถึงการจัดสรรงบประมาณที่ไม่ตรงตามเป้าหมายของการดำเนินงาน
2. การแข่งขันของตลาดที่สูงขึ้นและมีการเปลี่ยนแปลงทางการตลาดตลอดเวลาทำให้ผลิตภัณฑ์ในประเภทเดียวกันมีการเติบโตและหลากหลายเพิ่มมากขึ้น การคุ้มครองผู้บริโภคจึงจำเป็นที่จะต้องเข้มงวดขึ้นเพื่อป้องกันการเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจทั้งผู้ผลิตและผู้จำหน่าย แต่กฎหมายในปัจจุบันอาจจะยังไม่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงและเอื้อประโยชน์ต่อผู้บริโภคได้ทั้งหมด เพราะในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคยังใช้อารมณ์ ความรู้สึกพิจารณาร่วมอยู่ด้วย นอกจากนี้ในปัจจุบันการขายสินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) แพร่ขยายเพิ่มมากขึ้นทำให้ไม่สามารถควบคุมผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายได้มากเท่าที่ควร
3. การดำเนินงานอาจจะไม่สามารถนำนโยบายมาใช้ในทางปฏิบัติได้ทั้งหมดทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ต่างๆ ในปัจจุบันและความแตกต่างกันในแต่ละเฉพาะพื้นที่ นอกจากนี้การดำเนินงานยังขาดวางแผนที่ดีร่วมกันทั้งภายในหน่วยงานและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
4. ผู้บริโภคอาจจะได้รับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ปลอดภัยต่อสุขภาพทั้งนี้เพราะว่าผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการคุ้มครองเป็นผลิตภัณฑ์เฉพาะที่ขึ้นทะเบียนถูกต้อง แต่ยังมีอีกหลายผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้รับการพิจารณาตรวจสอบ ควบคุม กำกับ นอกจากนี้การคุ้มครองผู้บริโภคอาจจะไม่ได้ผลเท่าที่ควร เพราะผู้บริโภคอาจจะติดกับยี่ห้อ รสชาติ ราคา และการกระจายตัวของผลิตภัณฑ์บางประเภทที่

ไม่ครอบคลุมตลาดทั่วประเทศ รวมถึงสื่อที่เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพยังไม่พบเด่นชัดมากนัก

5. ผู้บริโภคยังคงมีความไม่เข้าใจในการดำเนินงานและหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบระหว่างการคุ้มครองผู้บริโภคทั่วไปที่อยู่ในความดูแลของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) และการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่อยู่ในความดูแลของกระทรวงสาธารณสุข ทำให้เมื่อเกิดปัญหาจึงไม่ทราบว่าจะสามารถร้องเรียนกับหน่วยงานใดได้บ้าง

4.3 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1

การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มีประสิทธิผลเท่าที่ควร

ตารางที่ 4.9 ประสิทธิภาพการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานสาธารณสุข จังหวัดเชียงใหม่

ประสิทธิผลการดำเนินงาน คุ้มครองผู้บริโภคด้าน ผลิตภัณฑ์สุขภาพ	ค่าเฉลี่ยรวม	S.D.	t-value	Sig. (2 – tailed)
1. ผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสาร และคำพรรณนาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้องเพียงพอและครบถ้วน	3.36	0.60	25.39	0.000*
2. ผู้บริโภคได้รับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัยต่อสุขภาพ	3.43	0.52	31.66	0.000*
3. ผู้บริโภคได้รับการชดเชยความเสียหายหรืออันตรายจากการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ	2.99	0.69	11.30	0.000*
รวม 3 ด้าน	3.26	0.46	28.79	0.000*

*P < 0.01, ** P < 0.05

การทดสอบสมมติฐานว่าการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มีประสิทธิผลเท่าที่ควร ได้กำหนดค่าเฉลี่ยที่ใช้ในการทดสอบไว้ที่ 2.60 จึงกำหนดสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 = การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มีประสิทธิผลเท่าที่ควร ถ้ามีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าหรือเท่ากับ 2.60

H_1 = การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่มีประสิทธิผลเท่าที่ควร ถ้ามีค่าเฉลี่ยมากกว่า 2.60

จากตารางที่ 4.9 ในการทดสอบค่าเฉลี่ยค่ากลางแล้ว โดยภาพรวมพบว่าสถิติ t-test มีค่าเท่ากับ 28.79 และมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000 แสดงว่าการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพมีประสิทธิผลเท่าที่ควร

ดังนั้น เมื่อพิจารณาถึงประสิทธิผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ทั้ง 3 ประการแล้วจะเห็นได้ว่าการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่มีประสิทธิผลเท่าที่ควรทุกประการ การทดสอบจากการคำนวณทางสถิติพบว่า ปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 คือ การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่มีประสิทธิผลเท่าที่ควร สมมติฐานข้อที่ 1 จึงได้รับการปฏิเสธ

เมื่อพิจารณาตามเกณฑ์การวัดประสิทธิผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ประสิทธิผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 3.26) ซึ่งพิจารณาจากตัวชี้วัดด้วยเกณฑ์ดังนี้

- ระดับประสิทธิผลของการดำเนินงานสูงที่สุด เท่ากับคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00
- ระดับประสิทธิผลของการดำเนินงานสูง เท่ากับคะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20
- ระดับประสิทธิผลของการดำเนินงานปานกลาง เท่ากับคะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40
- ระดับประสิทธิผลของการดำเนินงานต่ำ เท่ากับคะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60
- ระดับประสิทธิผลของการดำเนินงานต่ำที่สุด เท่ากับคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80

สมมติฐานข้อที่ 2

พฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิผลการดำเนินงาน
 กลุ่มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ กล่าวคือ

- 1) ความสนใจข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิผลการดำเนินงาน
 กลุ่มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
- 2) การตระหนักถึงสิทธิของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิผลการดำเนินงาน
 กลุ่มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
- 3) ค่านิยมในการบริโภค มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิผลการดำเนินงานกลุ่มครองผู้บริโภค
 ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
- 4) ความรู้ในการบริโภค มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิผลการดำเนินงานกลุ่มครองผู้บริโภค
 ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ

การทดสอบสมมติฐานในการหาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค
 กับประสิทธิผลการดำเนินงานกลุ่มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานสาธารณสุข
 จังหวัดเชียงใหม่ จะใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation: r) และการวิเคราะห์
 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ได้กำหนดเกณฑ์เพื่ออธิบายระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร
 คือ

- ค่า r ต่ำกว่า 0.20 หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย
- ค่า r 0.20 - 0.39 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
- ค่า r 0.40 - 0.59 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
- ค่า r 0.60 - 0.79 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
- ค่า r 0.80 ขึ้นไป หมายถึง มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก

ตารางที่ 4.10 พฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิผลการดำเนินงาน
 กลุ่มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานสาธารณสุข จังหวัดเชียงใหม่

พฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค	ประสิทธิผลการดำเนินงานกลุ่มครอง ผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ	
	Pearson Correlation	Sig. (2 – tailed)
ความสนใจข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภค	0.335	0.000*
การตระหนักถึงสิทธิของผู้บริโภค	0.353	0.000*
ค่านิยมในการบริโภค	0.282	0.000*
ความรู้ในการบริโภค	0.390	0.000*

*P < 0.01, ** P < 0.05

จากตารางที่ 4.10 พบว่าพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคทั้ง 4 ด้านได้แก่ความสนใจ
 ข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภค การตระหนักถึงสิทธิของผู้บริโภค ค่านิยมในการบริโภค และ
 ความรู้ในการบริโภคมีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิผลการดำเนินงานกลุ่มครองผู้บริโภคด้าน
 ผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับต่ำ

สมมติฐานข้อที่ 3

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการ
 ดำเนินงานกลุ่มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่แตก
 ต่างกัน กล่าวคือ

- 1) เพศที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการดำเนินงานกลุ่มครอง
 ผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพแตกต่างกัน
- 2) อายุที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการดำเนินงานกลุ่มครอง
 ผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพแตกต่างกัน
- 3) ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการดำเนินงาน
 กลุ่มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพแตกต่างกัน

4) อาชีพที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพแตกต่างกัน

5) รายได้ที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามเพศ

เพศ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	Sig.
ชาย (N = 176)	3.26	0.49	0.827
หญิง (N = 224)	3.25	0.43	

จากตารางที่ 4.11 เป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามเพศ พบว่าผู้บริโภคที่เพศแตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพแตกต่างกัน เนื่องจากระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.827 (Sig. = 0.827) ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05

ดังนั้นกล่าวได้ว่าเพศที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพแตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	Sig.
ต่ำกว่า 30 ปี (N = 183)	3.28	0.47	0.551
ระหว่าง 31-40 ปี (N = 156)	3.23	0.44	
ระหว่าง 41-50 ปี (N = 47)	3.23	0.40	
50 ปีขึ้นไป (N = 14)	3.39	0.65	

จากตารางที่ 4.12 เป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการดำเนินงานกลุ่มครองผู้บริโภครด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามอายุ พบว่าผู้บริโภครที่อายุแตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการดำเนินงานกลุ่มครองผู้บริโภครด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพแตกต่างกัน เนื่องจากระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.551 (Sig. = 0.551) ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05

ดังนั้นกล่าวได้ว่าอายุที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการดำเนินงานกลุ่มครองผู้บริโภครด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพแตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการดำเนินงานกลุ่มครองผู้บริโภครด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	Sig.
ระดับประถมศึกษา (N = 30)	3.20	0.82	0.792
ระดับมัธยมศึกษา (N = 101)	3.28	0.46	
ระดับอนุปริญญา (N = 73)	3.29	0.41	
ระดับปริญญาตรี (N = 183)	3.25	0.39	
สูงกว่าระดับปริญญาตรี (N = 13)	3.16	0.46	

จากตารางที่ 4.13 เป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการดำเนินงานกลุ่มครองผู้บริโภครด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้บริโภครที่ระดับการศึกษาแตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการดำเนินงานกลุ่มครองผู้บริโภครด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพแตกต่างกัน เนื่องจากระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.792 (Sig. = 0.792) ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05

ดังนั้นกล่าวได้ว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการดำเนินงานกลุ่มครองผู้บริโภครด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพแตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานกลุ่มครอง
ผู้บริโภครด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	Sig.
นักเรียน/นักศึกษา (N = 97)	3.26	0.38	0.698
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (N = 90)	3.31	0.46	
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ (N = 34)	3.18	0.39	
ลูกจ้าง/พนักงานเอกชน (N = 103)	3.26	0.48	
รับจ้างทั่วไป (N = 64)	3.25	0.57	
อื่นๆเช่นเกษตรกร แม่บ้าน (N = 12)	3.12	0.32	

จากตารางที่ 4.14 เป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานกลุ่มครองผู้บริโภครด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้บริโภครที่อาชีพแตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานกลุ่มครองผู้บริโภครด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพแตกต่างกัน เนื่องจากระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.698 (Sig. = 0.698) ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05

ดังนั้นกล่าวได้ว่าอาชีพที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานกลุ่มครองผู้บริโภครด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพแตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานกลุ่มครอง
ผู้บริโภครด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามรายได้

รายได้	ค่าเฉลี่ย	S.D.	Sig.
ต่ำกว่า 5,000 บาท (N = 196)	3.28	0.51	0.544
5,001-10,000 บาท (N = 106)	3.26	0.38	
10,001-15,000 บาท (N = 44)	3.22	0.37	
15,001-20,000 บาท (N = 16)	3.17	0.38	
20,001-25,000 บาท (N = 17)	3.15	0.51	
25,001-30,000 บาท (N = 6)	3.51	0.45	
มากกว่า 30,000 บาท (N = 15)	3.16	0.49	

จากตารางที่ 4.15 เป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามรายได้ พบว่าผู้บริโภคที่รายได้แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพแตกต่างกัน เนื่องจากระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.544 (Sig. = 0.544) ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05

ดังนั้นกล่าวได้ว่ารายได้ที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพแตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคแตกต่างกัน กล่าวคือ

- 1) เพศที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคแตกต่างกัน
- 2) อายุที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคแตกต่างกัน
- 3) ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคแตกต่างกัน
- 4) อาชีพที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคแตกต่างกัน
- 5) รายได้ที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคจำแนกตามเพศ

เพศ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	Sig.
ชาย (N = 176)	3.55	0.65	0.001
หญิง (N = 224)	3.75	0.62	

จากตารางที่ 4.16 เป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคจำแนกตามเพศ พบว่าผู้บริโภคที่เพศแตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคแตกต่างกัน เนื่องจากระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.001 (Sig. 0.001) ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05

ดังนั้นกล่าวได้ว่าเพศที่ต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคจำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	Sig.
ต่ำกว่า 30 ปี (N = 183)	3.69	0.64	0.107
ระหว่าง 31-40 ปี (N = 156)	3.63	0.66	
ระหว่าง 41-50 ปี (N = 47)	3.72	0.49	
50 ปีขึ้นไป (N = 14)	3.29	0.61	

จากตารางที่ 4.17 เป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคจำแนกตามอายุ พบว่าผู้บริโภคที่อายุแตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคแตกต่างกัน เนื่องจากระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.107 (Sig. 0.107) ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05

ดังนั้นกล่าวได้ว่าอายุที่ต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคแตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค
จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	Sig.
ระดับประถมศึกษา (N = 30)	3.37	0.93	0.018
ระดับมัธยมศึกษา (N = 101)	3.58	0.56	
ระดับอนุปริญญา (N = 73)	3.67	0.62	
ระดับปริญญาตรี (N = 183)	3.74	0.62	
สูงกว่าระดับปริญญาตรี (N = 13)	3.85	0.55	

จากตารางที่ 4.18 เป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้บริโภคที่ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคแตกต่างกัน เนื่องจากระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.018 (Sig. 0.018) ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05

ดังนั้นกล่าวได้ว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค
จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	Sig.
นักเรียน/นักศึกษา (N = 97)	3.71	0.61	0.123
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (N = 90)	3.72	0.50	
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ (N = 34)	3.84	0.61	
ลูกจ้าง/พนักงานเอกชน (N = 103)	3.57	0.62	
รับจ้างทั่วไป (N = 64)	3.53	0.84	
อื่นๆเช่นเกษตรกร แม่บ้าน (N = 12)	3.75	0.62	

จากตารางที่ 4.18 เป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคจำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้บริโภคที่อาชีพแตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อ

พฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคแตกต่างกัน เนื่องจากระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.123 (Sig. 0.123) ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05

ดังนั้นกล่าวได้ว่าอาชีพที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคแตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค จำแนกตามรายได้

รายได้		ค่าเฉลี่ย	S.D.	Sig.
ต่ำกว่า 5,000 บาท	(N = 196)	3.57	0.71	0.077
5,001-10,000 บาท	(N = 106)	3.69	0.57	
10,001-15,000 บาท	(N = 44)	3.83	0.57	
15,001-20,000 บาท	(N = 16)	3.69	0.60	
20,001-25,000 บาท	(N = 17)	3.88	0.33	
25,001-30,000 บาท	(N = 6)	4.00	0.00	
มากกว่า 30,000 บาท	(N = 15)	3.73	0.59	

จากตารางที่ 4.20 เป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคจำแนกตามรายได้ พบว่าผู้บริโภคที่รายได้แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคแตกต่างกัน เนื่องจากระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.077 (Sig. 0.077) ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05

ดังนั้นกล่าวได้ว่ารายได้ที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคแตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้