

ด้วยวิถีชีวิตในสังคมปัจจุบันและความจำเป็นในการเตรียมความพร้อมด้านพัฒนาการและการเรียน สถานเลี้ยงดูเด็กได้เป็นสถาบันสำคัญที่ทำหน้าที่ดูแลเด็กปฐมวัยแทนครอบครัว ธุรกิจสินค้าสำหรับเด็กจึงใช้สถานเลี้ยงดูเด็กเป็นช่องทางหนึ่งในการกระจายสินค้าไปสู่เด็กกลุ่มเป้าหมายซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพของเด็กได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้ เพื่อศึกษาศักยภาพของความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจ-สถานเลี้ยงดูเด็ก-พ่อแม่ ที่จะส่งผลต่อสุขภาพของเด็กปฐมวัย

วิธีวิจัย ใช้การสัมภาษณ์และการสังเกตรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มพ่อแม่ของเด็กอายุต่ำกว่า 5 ปี และผู้อำนวยการสถานเลี้ยงดูเด็กในเขตเมืองและปริมณฑลของจังหวัดขอนแก่น เชียงใหม่ สงขลา และ กรุงเทพมหานคร เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ระหว่างเดือนพฤศจิกายน ถึง ธันวาคม พ.ศ. 2542 ทำการศึกษาพ่อแม่ทั้งสิ้น 413 คน ผู้อำนวยการสถานเลี้ยงดูเด็กเล็กอายุต่ำกว่า 3 ปี 90 คน และผู้อำนวยการโรงเรียน 145 คน ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเด็ก พ่อแม่ ผู้อำนวยการของสถานเลี้ยงดูเด็ก และสถานเลี้ยงดูเด็ก ประเภทของกิจกรรมที่ธุรกิจดำเนินการกับสถานเลี้ยงดูเด็ก ยี่ห้อของผลิตภัณฑ์และประเภทของกิจกรรมที่ทำ ความเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับสถานเลี้ยงดูเด็ก อิทธิพลของกิจกรรมที่ธุรกิจดำเนินการผ่านสถานเลี้ยงดูเด็กต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของพ่อแม่

เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์ชนิดปลายเปิดและปลายปิดในชุดเดียวกันที่คณะผู้วิจัยสร้าง ตรวจสอบคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิและปรับแก้หลังจากทดลองใช้

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา วิเคราะห์ผลของการใช้ผลิตภัณฑ์ต่อสุขภาพของเด็กปฐมวัย โดยส่งรายชื่อผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการศึกษาขอความเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ร้อยละ 82 เป็นแม่ ร้อยละ 22.2 จบการศึกษาระดับอุดมศึกษา เกินกว่าครึ่งมีรายได้มากกว่าเดือนละ 10,000 บาท ร้อยละ 9 ฝากลูกเลี้ยงตามสถานบริการเลี้ยงเด็กกลางวันในครอบครัว ส่วนผู้อำนวยการสถานเลี้ยงดูเด็กส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จบการศึกษาระดับอุดมศึกษา และมีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 10 ปี

จากการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการสถานเลี้ยงดูเด็ก ในรอบปีที่ผ่านมา ธุรกิจใช้ช่องทางสถานเลี้ยงดูเด็กจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าเกี่ยวกับเด็กสูง โดยจัดกิจกรรมที่โรงเรียนสูงกว่าที่สถานเลี้ยงดูเด็กเล็กอายุต่ำกว่า 3 ปี ถึง 2-3 เท่า

จากการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการสถานเลี้ยงดูเด็กเล็กอายุต่ำกว่า 3 ปี ธุรกิจที่ใช้วิธีส่งเสริมการขายแก่เด็กและพ่อแม่โดยตรงมากที่สุด คือ ธุรกิจผลิตภัณฑ์นม รองลงมาคือ ธุรกิจอาหารเสริม/อาหารเข้า และธุรกิจผลิตภัณฑ์วัคซีน

จากการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการโรงเรียน ธุรกิจที่ใช้วิธีส่งเสริมการขายแก่เด็กและผู้ปกครองโดยตรงมากที่สุด คือ ธุรกิจอาหารเสริม/อาหารเข้า รองลงมาคือ ธุรกิจผลิตภัณฑ์นม และธุรกิจผลิตภัณฑ์สบู่

สถานเลี้ยงดูเด็กมีอิทธิพลสูงต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าเกี่ยวกับเด็กของพ่อแม่ ร้อยละ 69.5 ของพ่อแม่ เคยได้รับคำแนะนำจากสถานเลี้ยงดูเด็ก สำหรับผลิตภัณฑ์ลำดับแรกที่ได้รับการแนะนำนั้น พ่อแม่ใช้ตามถึง ร้อยละ 46.2-88.9

ผลิตภัณฑ์ที่พ่อแม่ใช้ตามการแนะนำของสถานเลี้ยงดูเด็กส่วนใหญ่เหมาะสมกับเด็กปฐมวัย และไม่มีผลเสียต่อสุขภาพ มี 2 รายการที่ไม่มีความจำเป็นสำหรับเด็กปฐมวัย ได้แก่ วัคซีนป้องกันโรคสุกใส และซูปไก่สกัด มี 2 รายการที่ไม่เหมาะสมกับเด็กปฐมวัยหากใช้เป็นประจำ ได้แก่ ขนมกรุบกรอบบรรจุซอง และสบู่ซึ่งมีสารระงับเชื้อ

การแจกผลิตภัณฑ์ฟรีแก่เด็กและพ่อแม่ผ่านทางสถานเลี้ยงดูเด็ก โดยที่ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์นั้นมาก่อน ทำให้พ่อแม่เปลี่ยนมาใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ร้อยละ 10-40 ประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลสูงที่สุด คือ ผ้าอ้อมสำเร็จรูปในความเห็นของพ่อแม่เอง การได้รับแจกผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลสูงต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลสูงที่สุดคือ ผ้าอ้อมสำเร็จรูป เช่นกัน ซึ่งอาจมีผลเสียต่อสุขภาพ ถ้าใช้ไม่เหมาะสม ผลิตภัณฑ์ที่เหลือส่วนใหญ่ไม่มีผลเสียต่อสุขภาพของเด็กปฐมวัย มี 1 รายการที่ไม่เหมาะสมหากใช้เป็นประจำ คือ สบู่ที่มีสารระงับเชื้อ และมี 1 รายการที่ไม่จำเป็นคือ ซูปไก่สกัด

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลของสถานเลี้ยงดูเด็กที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของพ่อแม่ อิทธิพลของการแจกสินค้าของธุรกิจต่อการเปลี่ยนมาใช้ผลิตภัณฑ์ของพ่อแม่ และการยอมรับการเข้ามาทำกิจกรรมของธุรกิจในสถานเลี้ยงดูเด็ก จึงควรกำหนดมาตรการดูแลการทำกิจกรรมของธุรกิจโดยคำนึงถึงประโยชน์ที่จะบังเกิดกับเด็กเป็นหลัก