

บทความวิจัย

ผลของการให้ความรู้เรื่องพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหาร
สำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560 ของผู้รับบริการ
คลินิกบริการอนามัยแม่และเด็ก ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี
Effect of Education on The Control of Marketing Promotion of Infant
and Young Child Food Act B.E. 2560 in the Maternal and Child Health
Clinic, The Regional Health Promotion Center 10 Ubon Ratchathani
เกษแก้ว เกตุพันธ์* Ketkaew Ketphan*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลองเบื้องต้น (Pre experiment Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความรู้เรื่อง พรบ.ควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560 ก่อนและหลังการให้ความรู้ และเพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการให้ความรู้ของผู้รับบริการคลินิกบริการอนามัยแม่และเด็ก ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี ปีงบประมาณ 2564 จำนวน 30 คน เครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วย แผนการสอนซึ่งผู้วิจัยประยุกต์จากแผนการสอนโรงเรียนพ่อแม่ของกรมอนามัย และแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม 2 ชุด แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 แบบวัดความรู้เรื่อง พระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560 ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้รับบริการคลินิกบริการอนามัยแม่และเด็ก เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย ได้แก่ วิดีโอ สื่อนำเสนอ และคู่มือพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560 ของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข วิเคราะห์ข้อมูล โดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษา พบว่า มีคะแนนเฉลี่ยของความรู้ก่อนให้ความรู้ เท่ากับ 6.60 และหลังให้ความรู้ เท่ากับ 11.46

ผลการวิจัยนี้ แสดงให้เห็นว่าการให้ความรู้แก่ผู้รับบริการคลินิกบริการอนามัยแม่และเด็ก ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของบริษัทนม ให้มีความรู้ ความเข้าใจและสามารถเฝ้าระวังการละเมิดพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560 ได้เป็นกิจกรรมสำคัญที่สถานบริการสาธารณสุขทั้งภาครัฐและเอกชนจะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและจริงจัง โดยกระบวนการให้ความรู้ต้องประกอบด้วย การบรรยาย สาธิต และฝึกปฏิบัติผ่านกรณีตัวอย่างหรือกรณีศึกษา สื่อการสอน มีความชัดเจน เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน ตัวอย่างหรือกรณีศึกษา สื่อการสอน มีความชัดเจน เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน

คำสำคัญ : การเลี้ยงลูกด้วยนมแม่, พ.ร.บ.ควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560

*พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี

*ผู้รับผิดชอบหลักบทความ Email: ketkaew4280@gmail.com

Abstract

Preliminary experimental research was conducted and aimed at assessing and comparing the knowledge before and after receiving education on the control and marketing of infant and young child food act B.E. 2560, The participants undertaking the sampling included 30. The instrumental of this study was a questionnaire which consisted of the following 3 parts : Part 1 general information, Part 2 a knowledge measurement form on the control of marketing promotion of infant and young child food act B.E. 2560, Part 3 the satisfaction of educating service recipients in the maternal and child health clinic. The research tools included video presentations, leaflets and the control of marketing promotion of infant and young child food act B.E. 2560 guideline book (Department of Health, Ministry of Public Health). Data was collected and analyzed by descriptive statistics. The results show that the comparison of the knowledge, before and after educating mean 6.60 score before and 11.46 score.

The results are discussed and highlight the importance of educating the patients of maternal and child health clinics which are the target group of the dairy companies. Education empowers them to have knowledge, understanding and awareness for potential violations with the control of marketing promotion of infant and young child food act B.E. 2560. Therefore both public and private health care facilities must continue and earnestly. A successful educational process provides a combination using lectures, demonstrations and practice with clear, succinct and easily understood teaching materiel and uncomplicated outcomes.

Keywords : Breastfeeding, The Control of Marketing Promotion of Infant and Young Child Food Act B.E. 2560

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กระทรวงสาธารณสุขโดยกรมอนามัย รับมติขององค์การอนามัยโลกเรื่องหลักเกณฑ์สากลว่าด้วยการตลาดอาหารทดแทนนมแม่ International Code of Marketing of Breast-Milk Substitutes ในเวทีการประชุมสมัชชาอนามัยโลก ครั้งที่ 34 WHA 34.22 เมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2524 และเริ่มประกาศใช้ Code ตั้งแต่ปี 2527-2551 โดยประกาศเป็นหลักเกณฑ์และประกาศกระทรวงแบบสมัครใจ ไม่มีบทลงโทษ สำหรับผู้ฝ่าฝืน จึงพบว่า ผู้ผลิต ผู้นำเข้า และผู้จำหน่าย ยังคงทำการส่งเสริมการตลาดอาหารทารกและเด็กเล็กอย่างไม่เหมาะสม และรุกหนักขึ้นเรื่อยๆ เพื่อเข้าถึงแม่ หญิงตั้งครรภ์ ครอบครัวยุคใหม่ และบุคลากรสาธารณสุข ปี 2557 กระทรวงสาธารณสุข ได้บรรจุเรื่องนี้เป็นนโยบายของกระทรวงฯ ผลักดันให้เป็นกฎหมายสำคัญลำดับต้น ๆ และได้รับความเห็นชอบจากสภานิติบัญญัติแห่งชาติในวันที่ 4 เมษายน 2560 และได้รับการประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 134 ตอนที่ 72 ก เมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2560 และมีผลใช้บังคับวันที่ 8 กันยายน 2560 ว่า “พระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กให้เหมาะสมและสอดคล้องกับมาตรฐานสากล และเพื่อคุ้มครองแม่ และครอบครัว ให้ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กอย่างถูกต้อง¹

จากการศึกษาของชมพูนุท ไทยจินดา และคณะในปี พ.ศ.2557 ศึกษาเรื่องการปฏิบัติตามนโยบายการส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ของบุคลากรสาธารณสุข และการทำแผนการตลาดของบริษัทนมผงในสถานพยาบาลของรัฐ ภายใต้ชุดโครงการวิจัยองค์ความรู้เพื่อสนับสนุนการพัฒนานโยบายส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ พบว่าบริษัทมีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์มีการใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย โดยการลด แลก แจกแถม มีการใช้ช่องทางสื่อสารการตลาดกับแม่และครอบครัวโดยตรง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์² ฯลฯ ทั้งนี้จากรายงานการเฝ้าระวังการตลาดนมผงขององค์การอนามัยโลก พ.ศ.2557 พบการละเมิด Code ทั้งในลักษณะโจ่งแจ้งชัดเจนและแบบแนบเนียน ทั้งการโฆษณาประชาสัมพันธ์ อาหารทารกและเด็กเล็ก ทางทีวี หนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสาร หรือสื่อออนไลน์ การแจกตัวอย่างสินค้าและของขวัญฟรีแก่แม่ทั้งทางตรงและทางอ้อม การใช้พนักงานการตลาดติดต่อหญิงตั้งครรภ์ แม่และครอบครัว เพราะพนักงานจะมีวิธีชักจูงโน้มน้าวและให้ข้อมูลที่ทำให้แม่เข้าใจผิดว่า ไม่สามารถเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ได้ การใช้สถานบริการสาธารณสุขเป็นที่โฆษณาประชาสัมพันธ์ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการอาหารทารก ที่ยังไม่ได้รับอนุญาตจากกรมอนามัย โดยข้อมูลที่ให้ต้องมีหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ และเป็นจริง รวมถึงการใช้ฉลาก แสดงรูปภาพของทารกหรือข้อความชักจูงให้ใช้สินค้า³

พบว่า การส่งเสริมการตลาดนมผงส่วนใหญ่ใช้กลวิธี 5 รูปแบบที่บูรณาการร่วมกันและส่งผลต่อการตัดสินใจของแม่เป็นอย่างมาก ประกอบด้วย 1) การโฆษณา 2) การส่งเสริมการขาย 3) การตลาดทางตรง 4) การตลาดทางอินเทอร์เน็ต และ 5) พนักงานขาย ซึ่งบริษัทได้หลบเลี่ยงหลักเกณฑ์ด้วยการเอาผลิตภัณฑ์นมผงของเด็กอายุ 1 ปีขึ้นไปมาโฆษณา โดยออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ใกล้เคียงกับนมผงทารก ทำให้แม่สามารถเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ในการเลือกซื้อ นอกจากนี้ ยังพบการละเมิดหลักเกณฑ์สากล โดยการติดต่อสื่อสารกับแม่โดยตรง โดยใช้การตลาดทางตรงผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ เฟซบุ๊ก รวมถึงการจัดกิจกรรมพิเศษในโรงพยาบาลและตามงานต่างๆ เพื่อแจกนมผงทดลองถึงแม่และผู้ปกครอง⁴

กรมอนามัย ได้ดำเนินการขับเคลื่อนพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560 มาอย่างต่อเนื่อง โดย 1) จัดทำประกาศกระทรวงฯ การแต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่เพื่อเฝ้าระวังการละเมิดกฎหมายที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ 2) การพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในการส่งเสริมและสนับสนุนแม่และครอบครัวให้มีความรู้เรื่องการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ 3) การเฝ้าระวังการละเมิดพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็ก พ.ศ.2560 ในชุมชน⁵ จากรายงานสรุปผลการดำเนินงานขับเคลื่อนพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กประจำปีงบประมาณ 2563 ของกรมอนามัย พบว่า พบเรื่องร้องเรียนการละเมิดพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560 จำนวน 9 เรื่อง และตรวจสอบข้อเท็จจริงซึ่งมูลความผิด จำนวน 4 เรื่อง และจากรายงานการเฝ้าระวังฯ เสิ่งรุกในพื้นที่ของศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี ด้วยการตรวจเยี่ยมในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก รพ.สต. Lotus Express สาขาอำเภอคงหลวง จ.มุกดาหารและร้านขายยา พบว่า ไม่พบการละเมิด และมีข้อสังเกตที่พบ ได้แก่ 1) เจ้าหน้าที่สาธารณสุขรับทราบเนื้อหาใน พรบ.แต่ยังขาดความเข้าใจในเนื้อหาบางประเด็นและขาดการสื่อสารให้บุคลากร รวมทั้งผู้รับบริการทราบอย่างทั่วถึง เช่น ยังพบการใช้อุปกรณ์ สิ่งของที่มีโลโก้นมผสม 2) ร้านค้ารับทราบว่า มี พรบ.นี้ แต่ยังขาดความเข้าใจในเนื้อหา บางอย่าง เช่น การลดราคา⁶

จากสถานการณ์ดังกล่าวผู้วิจัยในฐานะผู้รับผิดชอบงานคลินิกนมแม่ มีบทบาทในการช่วยเหลือมารดาหลังคลอดและให้ความรู้เรื่องการส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนม และพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560 แก่ผู้รับบริการในคลินิกบริการอนามัยแม่และเด็กซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของบริษัทนมผสม จึงสนใจศึกษาผลของการให้ความรู้เรื่องพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560 ของผู้รับบริการคลินิกบริการอนามัยแม่และเด็ก ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี เพื่อใช้เป็นแนวทางในการให้ความรู้เรื่องพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560 สำหรับประชาชนทั่วไป และเพื่อใช้เป็นแนวทางการเฝ้าระวังการละเมิดพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560 ต่อไป

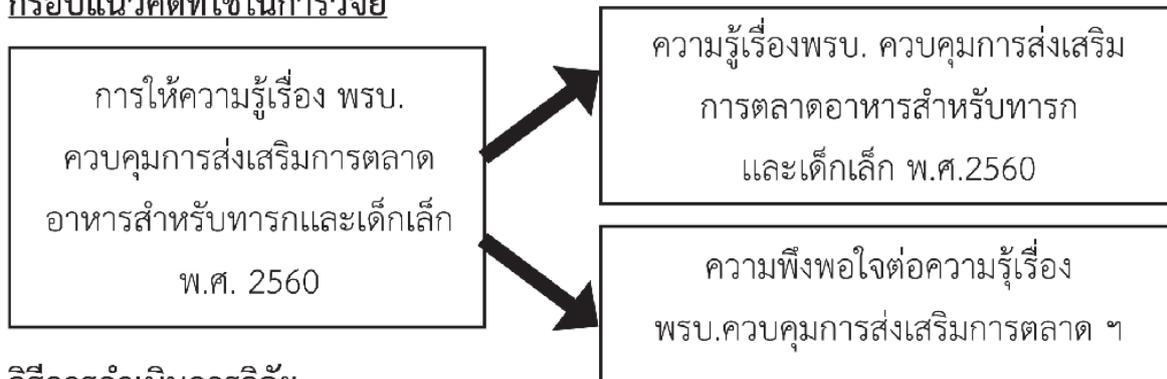
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบความรู้เรื่อง พรบ.ควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารก และเด็กเล็ก พ.ศ.2560 ก่อนและหลังการให้ความรู้ของผู้รับบริการคลินิกบริการอนามัยแม่และเด็ก ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการให้ความรู้เรื่อง พรบ.ควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560 ของผู้รับบริการคลินิกบริการอนามัยแม่และเด็ก ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี

สมมติฐานการวิจัย

ผู้รับบริการคลินิกบริการอนามัยแม่และเด็ก ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี หลังได้รับความรู้ เรื่อง พรบ.ควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็ก พ.ศ.2560 สูงกว่าก่อนได้รับความรู้

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



วิธีการดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงทดลองเบื้องต้น (Pre experiment Research)

ประชากร คือ ผู้รับบริการคลินิกบริการอนามัยแม่และเด็ก ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี

กลุ่มตัวอย่าง เลือกแบบเจาะจง (Purposive) จากผู้รับบริการคลินิกบริการอนามัยแม่และเด็ก ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี ปีงบประมาณ 2564 ที่มารับบริการระหว่างวันที่ 1 เมษายน 2564 – 30 มิถุนายน 2564 ทุกคน ที่มีคุณสมบัติ ดังนี้ 1) ยินดีและสมัครเข้าร่วมกิจกรรม 2) อ่านและเขียนภาษาไทยได้ 3) มีสมาร์ทโฟน 4) มีบัญชีไลน์หรือเฟซบุ๊ก 5) ยินดีและสมัครใจรายงานการละเมิดพรบ.ควบคุมการส่งเสริมการตลาดฯ ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 30 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง คือ แผนการสอน ซึ่งผู้วิจัยประยุกต์จากแผนการสอนโรงเรียนพ่อแม่ของกรมอนามัย โดยให้ความรู้ครั้งเดียวแบบกลุ่ม ดำเนินการสอนโดยผู้วิจัย ขั้นตอนการให้ความรู้ประกอบด้วย การบรรยาย สาธิต ฝึกปฏิบัติ การซักถามและการแลกเปลี่ยนกับกลุ่มตัวอย่าง ระยะเวลาในการสอน 1 ชั่วโมง สื่อที่ใช้ในการสอนผู้วิจัยจัดทำสื่อนำเสนอ นำคู่มือพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560 และวิดีโอเรื่อง "Code นมแม่" ของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม 2 ชุด ชุดที่ 1 ใช้สอบถามก่อนการให้ความรู้เรื่องพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560 แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1) ข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วยข้อความเกี่ยวกับเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด 1 ข้อ และแบบปลายปิด 3 ข้อ ส่วนที่ 2) สอบถามความรู้เรื่อง พระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารก และเด็กเล็ก พ.ศ. 2560 มีลักษณะเป็นปรนัยเลือกตอบ มี 3 ตัวเลือก ใช่ ไม่ใช่ ไม่ทราบ จำนวน 15 ข้อ ๆ ละ 1 คะแนน แบบสอบถามชุดที่ 2 ใช้สอบถามหลังสิ้นสุดการได้รับความรู้ฯทันที ประกอบด้วย ส่วนที่ 1) ข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วยข้อความเกี่ยวกับเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด 1 ข้อ และแบบปลายปิด 3 ข้อ ส่วนที่ 2) สอบถามความรู้เรื่อง พระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารก และ เด็กเล็ก พ.ศ.2560 มีลักษณะเป็นปรนัยเลือกตอบ มี 3 ตัวเลือก ใช่ ไม่ใช่ ไม่ทราบ จำนวน 15 ข้อ ๆ ละ 1 คะแนน ส่วนที่ 3) สอบถามความพึงพอใจต่อการให้ความรู้ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) มี 3 ตัวเลือก มาก ปานกลาง น้อย จำนวน 10 ข้อ คะแนนเต็ม 3 คะแนน

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ด้วยการนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ และตรวจสอบความตรงของเนื้อหาโดย ดร.สมหมาย คชนาม ผู้จัดการสำนักงานวิจัยและสถิติ นางสาวนภัชชล รอดเที่ยง พยาบาลวิชาชีพชำนาญการพิเศษ และนางจตุพร สุขสำราญ พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ (เฉพาะทางสาขาการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่) กลุ่มอนามัยแม่และเด็ก ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี และเมื่อผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) นำไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้รับบริการคลินิกฝากครรภ์ คลินิกสุขภาพเด็กดี ณ รพ.สต.น้ำอ้อม ต.น้ำอ้อม อ.ค้อวัง จังหวัดยโสธร จำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าความเที่ยงของเครื่องมือ โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดความรู้ 0.77 และแบบวัดความพึงพอใจ 0.75 ตามลำดับ

การเก็บรวบรวมข้อมูล
การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการระหว่างวันที่ 1 เมษายน 2564 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2564 ดำเนินการให้ความรู้ตามแผนการสอนเป็นแบบกลุ่มครั้งเดียว โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการวิจัยแก่กลุ่มตัวอย่าง
2. ให้กลุ่มตัวอย่างเห็นต่อนิยมเข้าร่วมโครงการ
3. ให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามก่อนได้รับความรู้เรื่องพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560 ใช้เวลา 15 นาที

4. ดำเนินการให้ความรู้แก่กลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัย รายละเอียดดังนี้

- เปิดวิดีโอ Code นม ใช้เวลา 5 นาที
- บรรยายเรื่องพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560 แก่ผู้รับบริการคลินิกอนามัยแม่และเด็ก โดยใช้สื่อการนำเสนอ และคู่มือพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560 ใช้เวลา 40 นาที
- สาธิตและฝึกปฏิบัติการเขียนรายงาน “การเฝ้าระวังการละเมิดพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560” ใช้เวลา 20 นาที
- ชักถามและแลกเปลี่ยนกับกลุ่มตัวอย่าง ใช้เวลา 5 นาที

5. ให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามหลังได้รับความรู้เรื่องพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560 ทันที ใช้เวลา 15 นาที

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน ของข้อมูลแล้วประมวล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยแบ่งการวิเคราะห์ คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การพิจารณาด้านจริยธรรม

วิจัยนี้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยเกี่ยวกับมนุษย์ระดับเขตรหัสโครงการ ID-12-63-02-E

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไป กลุ่มตัวอย่างผู้รับบริการคลินิกบริการอนามัยแม่และเด็ก ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 63.3 มีอายุไม่เกิน 30 ปี ร้อยละ 50.0 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 53.3 และประกอบอาชีพรับจ้าง ร้อยละ 43.3

2. ความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560

2.1 ระดับความรู้ก่อนและหลังการให้ความรู้ พบว่า ก่อนให้ความรู้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 86.7 มีความรู้เรื่องพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560 อยู่ในระดับต่ำ และหลังให้ความรู้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 53.3 มีความรู้ในระดับปานกลาง และร้อยละ 30 มีความรู้อยู่ในระดับดี ดังในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละ ของผู้รับบริการคลินิกบริการอนามัยแม่และเด็ก จำแนกตามระดับความรู้ก่อน และหลังการให้ความรู้เรื่องพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560

ระดับความรู้	ก่อน		หลัง	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำ (น้อยกว่า 9 คะแนน)	26	86.7	5	16.7
ปานกลาง (9-12 คะแนน)	2	6.7	16	53.3
ดี (12 คะแนนขึ้นไป)	2	6.7	9	30.0
รวม	30	100	30	100

\bar{X} = 6.6, S.D = 3.16, Min = 1, Max = 15 \bar{X} = 11.46 S.D = 2.04, Min = 1, Max = 15

2.2 เปรียบเทียบคะแนนความรู้ก่อนและหลังการให้ความรู้เรื่องพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนเฉลี่ยของความรู้ก่อนให้ความรู้ เท่ากับ 6.60 และหลังให้ความรู้ เท่ากับ 11.46 ดังในตารางที่ 2 ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของความรู้ก่อนและหลังการให้ความรู้เรื่องพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560

ความรู้	คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ก่อนให้ความรู้	6.60	3.16
หลังให้ความรู้	11.46	2.04

3.ความพึงพอใจต่อกิจกรรมการให้ความรู้เรื่องพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560 พบว่า ผู้รับบริการคลินิกบริการอนามัยแม่และเด็กมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ดังในตารางที่ 3 ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการให้ความรู้เรื่องพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560 ของผู้รับบริการคลินิกบริการอนามัยแม่และเด็ก

ข้อที่	ความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1	มีการแจ้งวัตถุประสงค์ หัวข้อ และระยะเวลา	2.66	0.47	มาก
2	ความตรงเวลาแต่ละครั้ง	2.56	0.50	มาก
3	ผู้สอนมีความรู้ความสามารถในเรื่องที่สอน	3.00	0.00	มาก
4	ความสามารถในการถ่ายทอดของผู้สอน	2.86	0.34	มาก
5	มีการเปิดโอกาสให้ซักถามและแลกเปลี่ยน	2.96	0.18	มาก
6	เนื้อหาเป็นเรื่องใกล้ตัว ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	2.66	0.47	มาก
7	ได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้น	2.80	0.40	มาก
8	สื่อการสอนเหมาะสม	2.40	0.85	มาก
9	ความรู้ที่ได้รับไม่สามารถปกป้องเด็กให้กินนมแม่	2.46	0.50	มาก
10	ความพึงพอใจในภาพรวม	2.80	0.40	มาก

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยที่พบว่าหลังการให้ความรู้เรื่องพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560 กลุ่มตัวอย่างผู้รับบริการคลินิกบริการอนามัยแม่และเด็ก ศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี มีความรู้เพิ่มมากขึ้น (โดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 4.86 คะแนน จากคะแนนเต็ม 15 คะแนน) และมีความพึงพอใจต่อการให้ความรู้ในระดับมาก (เฉลี่ย 2.80 คะแนน จากคะแนนเต็ม 3 คะแนน) ที่ได้ผลการวิจัยเช่นนี้เป็นเพราะว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีบทบาทการเป็นมารดาของเด็ก และส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 30 ปี จบการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาถือเป็นวัยผู้ใหญ่ มีวุฒิภาวะที่สมบูรณ์ มีความพร้อมในการเรียนรู้เป็นอย่างดี มีคุณภาพ ด้วยบทบาทของความ เป็นมารดา มารดาทุกคนย่อมรักและห่วงใย สนใจในสุขภาพ และพัฒนาการของลูกมากเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว ดังนั้นเมื่อได้รับความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการเลี้ยงดูลูกมารดาจึงเกิดความสนใจและพึงพอใจต่อความรู้ที่ได้รับในระดับมากได้โดยง่าย อีกทั้งการให้ความรู้ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการที่สอดคล้องการเรียนรู้ของวัยผู้ใหญ่ (Adult learning) โดยมีกิจกรรมให้ผู้ใหญ่ได้ลงมือปฏิบัติจะทำให้เกิดการเรียนรู้ได้มากและมีประสิทธิภาพมากกว่าการฟังบรรยายเพียงอย่างเดียว ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ได้มีกิจกรรมหลากหลาย ประกอบด้วย การการให้ความรู้ภาคทฤษฎี การดูวิดีโอ การศึกษาคู่มือพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560 ของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข การสาธิต และ สาธิตย้อนกลับการปฏิบัติการเขียนรายงานการเฝ้าระวังการละเมิดพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560 การซักถามและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ภายในกลุ่ม ด้วยวิธีการเหล่านี้ทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่เครียดกับการแบ่งปันประสบการณ์ของตนกับบุคคลอื่น จึงทำให้มีความรู้เพิ่มขึ้นและมีความพึงพอใจ เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีความรู้เพิ่มมากขึ้น ภายหลังได้รับความรู้เรื่องเรื่องพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560 ย่อมส่งผลดีทำให้รู้เท่าทันกลวิธีการตลาดอาหารสำหรับทารก และ เด็กเล็ก เพิ่มขึ้น ไม่หลงเชื่อการโฆษณา และนำไปสู่การปฏิบัติการเลี้ยงบุตรของตนได้อย่างถูกต้อง รวมทั้งสามารถเป็นแกนนำการเฝ้าระวังการละเมิดพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กเพื่อเตือนภัยให้กับสังคมส่วนรวมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการวิจัยนี้ แสดงให้เห็นว่าการให้ความรู้แก่ผู้รับบริการคลินิกบริการอนามัยแม่และเด็ก ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของบริษัทนม ให้มีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถเฝ้าระวังการละเมิดพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560 ได้เป็นกิจกรรมสำคัญที่สถานบริการสาธารณสุขทั้งภาครัฐและเอกชนจะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และจริงจัง โดยกระบวนการให้ความรู้ต้องประกอบด้วย การบรรยาย สาธิต และฝึกปฏิบัติผ่านกรณีตัวอย่างหรือกรณีศึกษา สื่อการสอน มีความชัดเจน เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน ทั้งนี้เห็นได้จากการที่กลุ่มตัวอย่างได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ในช่วงการซักถามและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ว่าเคยได้รับการแจกตัวอย่างนมผสมสำหรับทารกแรกเกิดในการแจ้งเกิดลูกคนแรก (ปัจจุบันอายุ 7ขวบ) เคยได้รับข้อความให้สมัครเป็นสมาชิกและได้รับชุดส่งเสริมพัฒนาการ บางส่วนเคยได้รับของแถมเป็นตัวอย่างนมผสมสำหรับเด็กอายุ 1 ขวบ จากการซื้อของในห้างสรรพสินค้า

ข้อเสนอแนะ

ควรมีการศึกษาแบบมีส่วนร่วมในประเด็นการเฝ้าระวังการละเมิดพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็ก พ.ศ.2560 ในชุมชน

เอกสารอ้างอิง

1. ชมพูนุท โตโพธิ์ไทย.พ.ร.บ.ควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560 ชัยชนะเบื้องต้นของแม่และเด็กไทย.ใน:สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล. สุขภาพคนไทย 2561:พุทธศาสนากับการสร้างเสริมสุขภาพะ. พิมพ์ครั้งที่ 1.นครปฐม : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง;2561.หน้า 50-54
2. ชมพูนุท ไทยจินดา, ฐิติกร โตโพธิ์ไทย, นิศาชล เศรษฐไกรกุล, และทักษพล ธรรมรังสี. รายงานการปฏิบัติตามนโยบายการส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ของบุคลากรสาธารณสุข และการทำแผนการตลาดของบริษัทนมผงในสถานพยาบาลของรัฐภายใต้ชุดโครงการวิจัยองค์ความรู้เพื่อสนับสนุนการพัฒนา นโยบายส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่. [อินเทอร์เน็ต]. 2557.[เข้าถึงเมื่อวันที่ 12 พ.ย. 2563]. เข้าถึงได้จาก: <http://ihppthaigov.net/DB/publication/attachresearch/334/>
3. ฉัตรสุมน พฤตมิถุนิโย.การค้าและสุขภาพ : การควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง.วารสารกฎหมายสุขภาพ และสาธารณสุข 2560; 3 : 87-101.
4. บวรสรรค์ เจียดำรง.การเฝ้าระวังและติดตามกลยุทธ์การสื่อสารในการส่งเสริมการตลาดนมผงในประเทศไทยที่ละเมิดหลักเกณฑ์สากลว่าด้วยการตลาดอาหารทารกและเด็กเล็ก ระหว่างการผลักดันพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก.วารสารร่วมพฤษ มหวิทยาลัยเกริก 2559 ;34 : 105-124.
5. วชิระ เพ็งจันทร์.นโยบายและทิศทางการขับเคลื่อนพรบ.ควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กพ.ศ.2560. เอกสารนำเสนอในการประชุม :การประชุมเชิงปฏิบัติการสร้างแกนนำวิทยากรระดับเขต พรบ.ควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กพ.ศ.2560. 24 ก.ค. 2560 ; ภูเก็ต ริสอร์ท นครนายก จังหวัดนครนายก.
6. สำนักส่งเสริมสุขภาพ กรมอนามัยกระทรวงสาธารณสุข.สรุปผลการดำเนินงานขับเคลื่อนพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กประจำปีงบประมาณ 2563.อินเทอร์เน็ต.[เข้าถึงเมื่อวันที่ 8 เมษายน 2563]. เข้าถึงได้จากhttp://hp.anamai.moph.go.th/download/article/article_20180725134955.pdf