

การรับรู้ต่อรูปภาพประกอบข้อความคำเตือน ในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

นิษฐา หรุ่นเกษม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาขาวิชานิเทศศาสตร์
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, ประเทศไทย
อีเมล : nitta@pnru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ต่อการมีรูปภาพประกอบข้อความคำเตือนเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยใช้วิธีการสำรวจการรับรู้ของเด็กนักเรียนไทยต่อการมีรูปภาพประกอบข้อความคำเตือนบนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 1,945 ตัวอย่าง

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เห็นด้วยกับการกำหนดให้มีรูปภาพประกอบข้อความคำเตือนบนบรรจุภัณฑ์ (ขวดและกระป๋อง) ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ในปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายบังคับให้มีการแสดงรูปภาพประกอบข้อความคำเตือน) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.9 ทั้งนี้ หากนักเรียนเป็นนายกรัฐมนตรีของประเทศไทย ซึ่งเป็นผู้มีหน้าที่ปกป้องสุขภาพของประชาชนชาวไทย นักเรียนจะเลือกให้มีการนำรูปภาพประกอบข้อความคำเตือนติดบนบรรจุภัณฑ์ (ขวดและกระป๋อง) ของเครื่องดื่มอย่างไร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เลือกให้มีการติดรูปภาพประกอบข้อความคำเตือนบนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.0

คำสำคัญ : รูปภาพประกอบข้อความคำเตือนบรรจุภัณฑ์ การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

The Perception of Pictorial Warnings to Control Alcohol Beverage Consumption

Nitta Roonaseam

Assistant Professor, Department of Communication Arts,
Faculty of Management Science, Phranakhon Rajabhat University, Thailand
E-mail: nitta@pnru.ac.th

Abstract

This research aims to study the perception of pictorial warnings to control the consumption of alcohol. This research employed a survey to study the effectiveness of pictorial warnings to control alcohol beverage consumption. The sample included 1,945 participants. Results showed that the highest percentage, or 45.9%, of the sample felt that the requirements of having pictorial and textual warnings on alcohol beverage packaging (bottle and cans) (currently, there is currently no legal obligation to show pictorial and textual warnings warning). If the student sample group were the prime minister of Thailand, as the person responsible to protect the health of the Thai public, the largest groups of the sample choose a picture next to the text warnings on the packaging of alcoholic beverages most 87.0 %.

Keywords : pictorial warnings, packaging, alcohol beverage consumption

บทนำ

การประกาศใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 อยู่บนหลักคิดที่จะลดปัญหาและผลกระทบทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจ ช่วยสร้างเสริมสุขภาพของประชาชนโดยให้ตระหนักถึงพิษภัยของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ตลอดจนช่วยป้องกันเด็กและเยาวชนมิให้เข้าถึงเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ได้โดยง่าย และลดนักตี้มหน้าใหม่ โดยการเลื่อนอายุการเริ่มตี้มของเด็กและเยาวชนให้นานที่สุด อย่างไรก็ตาม การบังคับใช้กฎหมายดังกล่าว ได้ส่งผลให้กลุ่มธุรกิจแอลกอฮอล์ในประเทศไทยปรับกลยุทธ์การตลาดเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเช่น การออกแบบหีบห่อและบรรจุภัณฑ์ให้มีสีสัน ฉลากโลโก้ ภาพ และลวดลายกราฟิก (iconographic) เพื่อให้เกิดความหมายในเชิงสัญลักษณ์ รวมถึงเป็นการสร้างจุดสะดุดตาใจเพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้า (นิษฐาหรุ่นเกษม, 2556)

เพื่อให้เกิดประสิทธิผลในการบังคับใช้กฎหมายเพิ่มมากขึ้น กระทรวงสาธารณสุขได้เตรียมเสนอกฎหมายให้กลุ่มธุรกิจแอลกอฮอล์ต้องพิมพ์ภาพพร้อมคำเตือนภัยอันตรายจากเหล้า ขนาดพื้นที่ไม่ต่ำกว่า 1 ใน 4 ของฉลากข้างขวดและหีบห่อบรรจุพร้อมปรับข้อความคำเตือนประกอบการโฆษณาบนสื่อทุกชนิด ห้ามใช้ภาพนักกีฬา นักแสดง การ์ตูน เพื่อป้องกันการเข้าใจผิดว่าเหล้าเป็นของดี รวมถึงปรับข้อความเตือนภัยเหล้าจาก 5 คำเตือนเหลือ 3 คำเตือน คือมีอันตรายทำให้เป็นมะเร็ง สมองเสื่อม พิการได้ ทว่า กลุ่มธุรกิจแอลกอฮอล์มองว่ามาตรการติดฉลากคำเตือนเป็นรูปภาพบนผลิตภัณฑ์เครื่องตี้มแอลกอฮอล์เป็นการเพิ่มค่าใช้จ่าย อีกทั้งเข้มงวดจนเกินไป

บทความเรื่อง “การรับรู้ต่อรูปภาพประกอบข้อความคำเตือนในการควบคุมการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์” นี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “ประสิทธิผลของรูปภาพประกอบข้อความคำเตือนต่อการควบคุมการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์” ที่ได้มุ่งศึกษาถึงการจัดทำรูปภาพประกอบข้อความคำเตือนบน บรรจุภัณฑ์เครื่องตี้มแอลกอฮอล์จากต่างประเทศ วิธีการแสดงข้อความคำเตือนประกอบภาพสัญลักษณ์ของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์หรือภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ การกำหนดวาระทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำรูปภาพประกอบข้อความคำเตือนบน บรรจุภัณฑ์เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ของกลุ่มธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ และศึกษาประสิทธิผลของการมีรูปภาพประกอบข้อความคำเตือนต่อการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ อย่างไรก็ตาม ในบทความนี้จะนำเสนอเฉพาะการรับรู้ของเด็กนักเรียนต่อการมีรูปภาพประกอบข้อความคำเตือนบนบรรจุภัณฑ์เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ต่อการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เท่านั้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อสำรวจการรับรู้ของเด็กนักเรียนต่อการมีรูปภาพประกอบข้อความคำเตือนบนบรรจุภัณฑ์เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ต่อการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

การรับรู้ต่อการมีรูปภาพประกอบข้อความคำเตือน ในงานวิจัยเรื่องนี้มีหมายความว่า การใช้รูปภาพผลกระทบจากการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ประกอบข้อความคำเตือนเพื่อเป็นแหล่งข้อมูลสื่อสารความเสี่ยงและผลกระทบของการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ทั้งกับผู้บริโภคและผู้ไม่บริโภค

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้เกิดความตระหนักต่อผลกระทบด้านสุขภาพ เช่น รูปภาพประกอบข้อความคำเตือนที่เห็นแล้วจะทำให้ไม่อยากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่อยากมอง และไม่ยากซื้อ/ไม่อยากครอบครอง รวมถึงทัศนคติและความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบของรูปภาพประกอบข้อความคำเตือน เช่น ผลในด้านของการเตือนใจตัวนักเรียนเอง ผลในด้านของการเตือนใจเพื่อนๆ ของนักเรียน และผลในด้านของการเตือนใจพ่อแม่และสมาชิกในครอบครัวของนักเรียน

รูปภาพประกอบข้อความคำเตือน หมายถึง รูปภาพผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประกอบข้อความคำเตือน ในการวิจัยครั้งนี้ ศึกษาจากรูปภาพประกอบข้อความคำเตือน 3 รูป คือ (1) ดื่มสุราแล้วขับขีทำให้พิการและตายได้ (2) ดื่มสุรา ทำร้ายตัวเอง ทำลายลูกและครอบครัว และ (3) ดื่มสุราเป็นแบบอย่างที่ไม่ดีต่อเด็กและเยาวชน

บรรจุกัณฑ์ ในที่นี้อ้างอิงจาก ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับผลของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2558 ประกาศ ณ วันที่ 8 มกราคม 2558 โดย ศาสตราจารย์รัชตะ รัชตะนาวิณ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข ในความหมายว่า ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุ ที่ใช้บรรจุเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เด็กนักเรียน ในงานวิจัยเรื่องนี้อ้างอิงจาก พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 มาตรา 4 “เด็ก” ในพระราชบัญญัตินี้หมายความว่า บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่าสิบแปดปีบริบูรณ์ แต่ไม่รวมถึงผู้ที่บรรลุนิติภาวะด้วยการสมรส และ “นักเรียน” เด็กซึ่งกำลังรับการศึกษาขั้นพื้นฐานระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา ทั้งประเภทสามัญศึกษาและอาชีวศึกษาหรือเทียบเท่าอยู่ในสถานศึกษาของรัฐหรือเอกชน ทั้งนี้ เด็กนักเรียนในงานวิจัยเรื่องนี้ มีความหมายถึง เด็กนักเรียนระดับมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 1-3 ทั้งที่อยู่ในสถานศึกษาของรัฐหรือเอกชน จากทั่วประเทศ

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากรกลุ่มประชากรเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ คือ เด็กนักเรียนไทยที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาที่ 1-3 การสำรวจมุ่งใช้ประชากรในกลุ่มนี้ เนื่องจาก ผลงานวิจัยจากรายงานการสำรวจของศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (2533) ได้ชี้ให้เห็นว่า เยาวชนในกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่จดจำการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้มากถึงเกือบร้อยละ 93 และความสามารถในการจดจำนี้สัมพันธ์กับความรู้อีกอย่างคือดื่ม

2. กลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Stratified Sampling) โดยพยายามกระจายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ โดยแบ่งตามภูมิภาคของประเทศไทย นอกจากนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสมัครใจ (Volunteer Sampling) ที่สมัครใจในการตอบแบบสอบถามเอง ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 1,945 ตัวอย่าง

3. เครื่องมือในการวิจัยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม โดยข้อความนั้นมาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องรูปภาพประกอบ

ข้อความค่าเตือน สำหรับโครงสร้างที่สำคัญของแบบสอบถาม ประกอบด้วยส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป และ ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ความคิดเห็นของเด็กนักเรียนต่อรูปภาพประกอบข้อความต้นแบบและ ผลของรูปภาพประกอบข้อความค่าเตือนต้นแบบต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

4. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยในประเด็นการรับรู้และทัศนคติต่อการมีรูปภาพประกอบข้อความค่าเตือนต่อ การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถสรุปได้ ดังนี้

ตาราง 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ประเด็น	ภาคเหนือ		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคตะวันตก		ภาคใต้		ภาคกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ												
เพศชาย	187	50.4	171	43.2	281	71.5	197	50.0	163	41.7	999	51.4
เพศหญิง	184	49.6	225	56.8	112	28.5	197	50.0	228	58.3	946	48.6
รวม	371	100.0	396	100.0	393	100.0	394	100.0	391	100.0	1,945	100.0
ชั้นปี												
มัธยมศึกษาปีที่ 1	80	21.6	60	15.2	142	36.1	163	41.4	129	33.0	574	29.5
มัธยมศึกษาปีที่ 2	59	15.9	196	49.5	131	33.3	124	31.5	131	33.5	641	33.0
มัธยมศึกษาปีที่ 3	232	62.5	140	35.4	120	30.5	107	27.2	131	33.5	730	37.5
รวม	371	100.0	396	100.0	393	100.0	394	100.0	391	100.0	1,945	100.0

จากตาราง 1 อธิบายได้ว่า เด็กนักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 999 คน คิดเป็นร้อยละ 51.4 เพศหญิง จำนวน 946 คน คิดเป็นร้อยละ 48.6 โดยภาคที่มีกลุ่มตัวอย่างเพศชายมากกว่าเพศหญิง ได้แก่ ภาคเหนือ และภาคตะวันตก ภาคที่มีกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ได้แก่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคกลาง ส่วนภาคใต้เป็นภาคที่มีกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงจำนวนเท่ากัน นอกจากนั้นแล้ว เด็กนักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ กำลังศึกษาอยู่ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 730 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมา คือ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 จำนวน 641 คิดเป็นร้อยละ 33.0 และน้อยที่สุด คือชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 จำนวน 574 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5

ตาราง 2 การรับรู้ของเด็กนักเรียนกลุ่มตัวอย่างต่อการกำหนดให้มีรูปภาพประกอบข้อความคำเตือนบนบรรจุภัณฑ์

หัวข้อ	ภาคเหนือ		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคตะวันตก		ภาคใต้		ภาคกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยมากที่สุด	122	32.9	151	38.1	189	48.1	160	40.6	185	47.3	807	41.5
เห็นด้วย	202	54.4	202	51.0	156	39.7	175	44.4	158	40.4	893	45.9
ไม่เห็นด้วย	36	9.7	32	8.1	33	8.4	37	9.4	29	7.4	167	8.6
ไม่เห็นด้วยที่สุด	11	3.0	11	2.8	15	3.8	22	5.6	19	4.9	78	4.0
รวม	371	100.0	396	100.0	393	100.0	394	100.0	391	100.0	1,945	100.0

จากตาราง 2 อธิบายได้ดังนี้ คือ เด็กนักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เห็นด้วยว่าการกำหนดให้มีรูปภาพประกอบข้อความคำเตือนบนบรรจุภัณฑ์ (ขวดและกระป๋อง) ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ในปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายบังคับให้มีการแสดงภาพพร้อมข้อความคำเตือน) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.9 รองลงมา คือ เห็นด้วยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.5 น้อยที่สุด คือ ไม่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 4.0

ตาราง 3 การรับรู้ของเด็กนักเรียนกลุ่มตัวอย่างต่อการมีรูปภาพประกอบข้อความคำเตือนบนบรรจุภัณฑ์ (ขวดและกระป๋อง) จะช่วยทำให้ผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกิดความกังวลมากขึ้นต่อผลของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อสุขภาพ

	ภาคเหนือ		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคตะวันตก		ภาคใต้		ภาคกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	170	45.8	184	46.5	241	61.3	198	50.3	191	48.8	984	50.6
ไม่ใช่	54	14.6	61	15.4	52	13.2	55	14.0	69	17.6	291	15.0
ไม่แน่ใจ	147	39.6	151	38.1	100	25.4	141	35.8	131	33.5	670	34.4
รวม	371	100.0	396	100.0	393	100.0	394	100.0	391	100.0	1,945	100.0

จากตาราง 3 อธิบายได้ว่าเด็กนักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดว่า การมีรูปภาพประกอบข้อความคำเตือนบนบรรจุภัณฑ์ (ขวดและกระป๋อง) จะช่วยทำให้ผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกิดความกังวลมากขึ้นต่อผลของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 50.6 รองลงมา คือ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 34.4 และน้อยที่สุด คือ ไม่ใช่ คิดเป็นร้อยละ 15.0

ตาราง 4 นักเรียนคิดว่าการมีรูปภาพประกอบข้อความคำเตือนบนบรรจุภัณฑ์ (ขวดและกระป๋อง) จะช่วยทำให้ผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดจำนวนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลง

ประเด็น	ภาคเหนือ		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคตะวันตก		ภาคใต้		ภาคกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	145	39.1	164	41.4	224	57.0	172	43.7	173	44.2	878	45.1
ไม่ใช่	76	20.5	76	19.2	51	13.0	56	14.2	77	19.7	336	17.3
ไม่แน่ใจ	150	40.4	156	39.4	118	30.0	166	42.1	141	36.1	731	37.6
รวม	371	100.0	396	100.0	393	100.0	394	100.0	391	100.0	1,945	100.0

จากตาราง 4 อธิบายได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดว่า การมีรูปภาพประกอบข้อความคำเตือนบนบรรจุภัณฑ์ (ขวดและกระป๋อง) จะช่วยทำให้ผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดจำนวนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลงคิดเป็นร้อยละ 45.1 รองลงมา คือ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 37.5 น้อยที่สุดคือ ไม่ใช่ คิดเป็นร้อยละ 17.3

ตาราง 5 นักเรียนคิดว่าการมีรูปภาพประกอบข้อความคำเตือนบนบรรจุภัณฑ์ (ขวดและกระป๋อง) จะช่วยทำให้ผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดจำนวนการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลง

ประเด็น	ภาคเหนือ		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคตะวันตก		ภาคใต้		ภาคกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	131	35.3	152	38.4	200	50.9	156	39.6	149	38.1	788	40.5
ไม่ใช่	88	23.7	87	22.0	61	15.5	69	17.5	80	20.5	385	19.8
ไม่แน่ใจ	152	41.0	157	39.6	132	33.6	169	42.9	162	41.4	772	39.7
รวม	371	100.0	396	100.0	393	100.0	394	100.0	391	100.0	1,945	100.0

จากตาราง 5 อธิบายได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดว่า การมีรูปภาพประกอบข้อความคำเตือนบนบรรจุภัณฑ์ (ขวดและกระป๋อง) จะช่วยทำให้ผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดจำนวนการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลง คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมา คือ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 39.7 น้อยที่สุดคือ ไม่ใช่ คิดเป็นร้อยละ 19.8

ตาราง 6 นักเรียนเห็นด้วยหรือไม่กับการกำหนดให้มีรูปภาพประกอบข้อความคำเตือนบรรจุภัณฑ์ (ขวดและกระป๋อง) ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ในปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายบังคับให้มีการแสดงรูปภาพประกอบข้อความคำเตือน)

ประเด็น	ภาคเหนือ		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคตะวันตก		ภาคใต้		ภาคกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยมากที่สุด	122	32.9	151	38.1	189	48.1	160	40.6	185	47.3	807	41.5
เห็นด้วย	202	54.4	202	51.0	156	39.7	175	44.4	158	40.4	893	45.9
ไม่เห็นด้วย	36	9.7	32	8.1	33	8.4	37	9.4	29	7.4	167	8.6
ไม่เห็นด้วยที่สุด	11	3.0	11	2.8	15	3.8	22	5.6	19	4.9	78	4.0
รวม	371	100.0	396	100.0	393	100.0	394	100.0	391	100.0	1,945	100.0

จากตาราง 6 อธิบายได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เห็นด้วยว่าการกำหนดให้มีรูปภาพประกอบข้อความคำเตือนบรรจุภัณฑ์ (ขวดและกระป๋อง) ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ในปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายบังคับให้มีการแสดงภาพพร้อมข้อความคำเตือน)มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.9 รองลงมา คือ เห็นด้วยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.5 น้อยที่สุด คือ ไม่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 4.0

ตาราง 7 หากเป็นนายกรัฐมนตรีของประเทศไทย เด็กนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจะเลือกให้มีการนำรูปภาพประกอบข้อความคำเตือนติดบนบรรจุภัณฑ์ (ขวดและกระป๋อง) ของเครื่องดื่มอย่างไร

ประเด็น	ภาคเหนือ		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคตะวันตก		ภาคใต้		ภาคกลาง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ให้มีภาพพร้อมข้อความคำเตือน	314	84.6	341	86.1	344	87.5	358	90.9	336	85.9	1,693	87.0
ให้มีเฉพาะข้อความคำเตือน อย่างเดียวโดยไม่มีภาพประกอบ	40	10.8	44	11.1	40	10.2	23	5.8	26	6.6	173	8.9
ไม่ให้มีทั้งภาพและข้อความคำเตือนใด ๆ	17	4.6	11	2.8	9	2.3	13	3.3	29	7.4	79	4.1
รวม	371	100	396	100	393	100	394	100	391	100	1,945	100

จากตาราง 7 อธิบายได้ว่าหากเด็กนักเรียนเป็นนายกรัฐมนตรีของประเทศไทย ซึ่งเป็นผู้มีหน้าที่ปกป้องสุขภาพของประชาชนชาวไทย เด็กนักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เลือกให้มีรูปภาพประกอบข้อความคำเตือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.0 รองลงมา คือ ให้มีเฉพาะข้อความคำเตือนอย่างเดียว โดยไม่มีภาพประกอบ คิดเป็นร้อยละ 8.9 น้อยที่สุด คือ ไม่ให้มีทั้งภาพและข้อความคำเตือนใด ๆ คิดเป็นร้อยละ 4.1

สรุปผล

โดยภาพรวม นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เห็นด้วยกับการกำหนดให้มีรูปภาพประกอบข้อความ ค่าเตือนบนบรรจุภัณฑ์ (ขวดและกระป๋อง) ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 45.9 รองลงมา คือ เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 41.5 น้อยที่สุด คือ ไม่เห็นด้วยที่สุด ร้อยละ 4.0 ทั้งกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และกลุ่มตัวอย่างที่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในทุกกลุ่มที่ดื่มส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการกำหนดให้มีรูปภาพประกอบข้อความค่าเตือนบนบรรจุภัณฑ์ (ขวดและกระป๋อง) ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งนี้ หากนักเรียนกลุ่มตัวอย่างได้เป็นนายกรัฐมนตรีของประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เลือกให้มีการติดรูปภาพประกอบข้อความค่าเตือนบนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.0

อภิปรายผล

ผลการวิจัยในครั้งนี้ได้แสดงให้เห็นถึงการรับรู้ของเด็กนักเรียนกลุ่มตัวอย่างว่าเห็นด้วยกับการกำหนดให้มีรูปภาพประกอบข้อความค่าเตือน บรรจุภัณฑ์ (ขวดและกระป๋อง) ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ในปัจจุบันยังไม่มียกกฎหมายบังคับให้มีการแสดงรูปภาพประกอบข้อความค่าเตือน) ผลการวิจัยนี้ ยืนยันและสอดคล้องกับการสำรวจการรับรู้และทัศนคติของเยาวชนไทยต่อมาตรการข้อความค่าเตือนประกอบภาสณลักษณะบนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เมื่อปี พ.ศ. 2553 (ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา, 2533) ว่า การใช้ข้อความค่าเตือนประกอบภาพจะทำให้เด็กนักเรียนหรือผู้บริโภคตระหนักถึงอันตรายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับกรณีข้อความค่าเตือนเพียงอย่างเดียว และยังช่วยลดความอยากดื่มหรือการบริโภคในกลุ่มเยาวชนได้ มาตรการนี้จึงช่วยทำให้เยาวชนมีการรับรู้ จดจำ และช่วยลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนได้ (อรทัย วลีวงศ์ และ ทักษพล ธรรมรังสี, 2557 ; อารีกุล พวงสุวรรณ และ คณะ, 2555)

ทั้งนี้ รูปภาพประกอบข้อความค่าเตือนบนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลต่อผู้บริโภคในทำนองเดียวกับการประสิทธิผลของหีบห่อบรรจุภัณฑ์ยาสูบที่เรียบง่าย ซึ่งผลการศึกษาวิจัยโดยรัฐบาลของประเทศออสเตรเลียถึงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบของหีบห่อและประสิทธิผลของคำเตือนด้านสุขภาพ สามารถสรุปได้ว่ากลุ่มที่ถูกทดสอบทั้งวัยรุ่นและผู้ใหญ่ ทั้งผู้ที่สูบบุหรี่และไม่สูบบุหรี่ต่างมีความเห็นเหมือนกันว่า หีบห่อผลิตภัณฑ์ที่เรียบง่ายทำให้ภาพลักษณ์ยี่ห้อหมดคุณค่าลงไป (พิมพ์พรรณ ศิลปะสุวรรณ และคณะ, 2556)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย มีดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการประกาศใช้มาตรการรูปภาพประกอบข้อความคำเตือนบนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ขอให้รัฐบาลและกระทรวงสาธารณสุขเร่งรัดดำเนินการเรื่องประกาศรูปภาพประกอบข้อความคำเตือน โดยให้กลุ่มบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องติด/พิมพ์รูปภาพประกอบข้อความคำเตือน ถึงโทษและพิษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ทั้งข้างขวด ข้างกระป๋อง และบนภาชนะหรือหีบห่อบรรจุ ผลการวิจัยได้ยืนยันแล้วว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับการมีรูปภาพประกอบข้อความคำเตือนบนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์
2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการวิจัยเพื่อสร้างและจัดทำแบบจำลอง Mock up รูปภาพประกอบข้อความคำเตือนเรื่องสุขภาพบนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยดำเนินการร่วมกันกับผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร ด้านศิลปะ ด้านกฎหมาย และผู้บริโภค เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการออกแบบรูปภาพประกอบข้อความคำเตือนว่ารูปภาพประกอบข้อความคำเตือนแบบใดได้ผลในการเป็นแหล่งข้อมูลสื่อสารความเสี่ยงถึงผลกระทบต่อสุขภาพได้มากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- นิษฐาหรั่งเกษม. (2556). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. กรุงเทพฯ : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.
- พิมพ์พรรณ ศิลปะสุวรรณ และคณะ. (2556). ผลกระทบจากรูปแบบฉลากคำเตือนเรื่องสุขภาพบนซองบุหรี่แบบเรียบงายปราศจากสีสรร ที่มีต่อพฤติกรรมสนองตอบในการบริโภคบุหรี่ของวัยรุ่นในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา. (2553). การรับรู้และทัศนคติของเยาวชนต่อมาตรการข้อความคำเตือนประกอบภาพสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์. กรุงเทพฯ : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.
- อรัญญ์ วลีวงศ์ และ ทักษิณ ธรรมรังสี. (2557). มาตรการฉลากรูปภาพคำเตือน (Pictorial warning) ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. กรุงเทพฯ : สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ.
- อารีกุล พวงสุวรรณ และ คณะ. (2555). แรงสนับสนุนของสังคมไทยต่อมาตรการภาพพร้อมข้อความคำเตือนบนฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. วารสารวิชาการสาธารณสุข ปีที่ 21 ฉบับที่ 3 พฤษภาคม – มิถุนายน 2555.

