

การใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพช่องปากของประชาชนไทย Dental Care Products Consumption of Thai People.

คณะผู้วิจัย

มัลลิกา ตันทุลเวศม์ สุวิภา อนันต์ธนสวัสดิ์
วิกุล วิศาลเสสภ์ นนทีนี้ ตั้งเจริญคดี
กองทันตสาธารณสุข กรมอนามัย

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้ เพื่อให้ได้ข้อมูลการใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลอนามัยช่องปากของคนไทย โดยศึกษาในกลุ่มตัวอย่างเยาวชนอายุ 13-25 ปี จำนวน 1,862 คน และผู้ใหญ่วัยทำงาน อายุ 25-59 ปี จำนวน 1,370 คน ใน 12 จังหวัดจาก 4 ภาคของประเทศยกเว้นกรุงเทพมหานคร สุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Stratified multistage random samplings เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มเยาวชนและกลุ่มวัยทำงานมีการทำความสะอาดช่องปากที่เหมาะสมโดยการแปรงฟันร้อยละ 99.4 และแปรงฟันด้วยยาสีฟันผสมฟลูออไรด์ ร้อยละ 89.7 พบการใช้เครื่องมือเสริมเพื่อช่วยทำความสะอาดฟัน เช่น ไหมขัดฟันร้อยละ 2.8 น้ำยาบ้วนปากร้อยละ 9.6 และพบพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการทำให้เกิดโรคในช่องปาก คือ การใช้ลูกอมที่แต่งกลิ่นรสและผสมน้ำตาลเพื่อดับกลิ่นปากถึงร้อยละ 9.8 สำหรับข้อพิจารณาในการใช้และเลือกซื้อแปรงสีฟัน กลุ่มตัวอย่างตอบว่าใช้แปรงสีฟันอันละประมาณ 1-3 เดือนคิดเป็นร้อยละ 59.0 การเลือกซื้อแปรงสีฟันพิจารณาจากคุณภาพเป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 68.9 รองลงมาเลือกจากรูปร่างลักษณะและราคา คิดเป็นร้อยละ 9.8 และ 9.3 ตามลำดับ ผู้ที่เคยอ่านฉลากบนกล่องแปรงสีฟันมีร้อยละ 56.4 ส่วนคุณภาพที่กลุ่มตัวอย่างระบุคือความนุ่มของขนแปรง ร้อยละ 49.0 และด้ามแปรงโค้ง ร้อยละ 31.7 โดยมีกลุ่มที่ไม่สามารถระบุคุณภาพว่าเป็นอย่างไรร้อยละ 31.6 และกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 91.9 เห็นว่าควรมีหน่วยงานที่ให้การรับรองคุณภาพมาตรฐานแปรงสีฟันเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ผลจากการศึกษานี้ จะใช้เป็นแนวทางในการให้ข้อมูลประชาชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคด้านทันตสุขภาพต่อไป

Abstract

This study aimed to find out the dental care products consumption of Thai people. Stratified multistage random sampling was used to select samples throughout the country except Bangkok. There were 1,862 adolescents (13 - 25 years old) and 1,370 adults (26 - 59 years old) being samples from 12 provinces. Standardized questionnaires were used to interview those samples. Results showed that percentages of samples who used toothbrush, fluoride toothpaste, mouthwash, lozenge, and dental floss were 99.4, 89.7, 9.8, 9.6, and 2.8 respectively. There were 59% of those who changed their toothbrushes within 3 months. The reasons given in choosing the new toothbrush were consideration on good quality (68.9%), shape (9.8%) and price (9.3%). There were 56.4% of people who read label on the package. The quality of toothbrushes that enhanced the consumers were soft bristle (49.0%) and angled handle (31.7%) and 31.6% could not describe. It was recommended that more information about dental care products should be disseminated to the consumers by technical organization rather than commercial advertisement alone (91.9%).

บทนำ

จากการเผยแพร่ความรู้ด้านทันตสุขภาพแก่ประชาชน ซึ่งกระทรวงสาธารณสุขได้ดำเนินการมาเป็นเวลาหลายสิบปี ผนวกกับการเป็นยุคโลกาภิวัตน์ ข้อมูลข่าวสารแพร่หลายไปอย่างรวดเร็วและกว้างขวางทำให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของการดูแลสุขภาพช่องปาก บริษัทผู้ผลิตสินค้าต่างแข่งขันกันทั้งด้านการผลิตและโฆษณาสรรพคุณสินค้าดังกล่าว จำเป็นต่อการรักษาความสะอาด เพื่อสุขภาพอนามัยที่ดีของช่องปาก ในขณะที่ยังไม่มีหน่วยงานใดเข้ามาจับบทบาทหน้าที่ในการตรวจสอบคุณภาพสินค้าและให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ประชาชน ดังนั้นจึงเป็นการยากต่อประชาชนผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเหล่านี้ *วัลลภ ภูพานิช* ได้กล่าวถึงการเลือกแปรงสีฟันว่าเป็นการลองของใหม่⁽¹⁾

ในปี 2540 กองทันตสาธารณสุข กรมอนามัย ได้สำรวจเพื่อประเมินแผนพัฒนาทันตสาธารณสุขแห่งชาติ ฉบับที่ 7 นอกจากจะมีการเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการประเมินผลแผนดังกล่าวแล้ว ยังได้สำรวจพฤติกรรม การทำความสะอาดช่องปากของประชาชน การเลือกใช้อุปกรณ์ทำความสะอาดช่องปากและความคิดเห็นของประชาชนในการเลือกใช้อุปกรณ์ต่างๆ เพื่อให้ทราบสถานการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลอนามัยช่องปากของประชาชนไทย และใช้เป็นแนวทางในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านทันตสุขภาพแก่ประชาชน

วัตถุประสงค์และวิธีการ

● **การศึกษาเป็นการสำรวจแบบ Cross-sectional study**

● **ประชากรที่ศึกษา คือ กลุ่มเยาวชนอายุ 13-25 ปี และกลุ่มวัยทำงานอายุ 26-59 ปี**

การคัดเลือกตัวอย่าง เป็น Stratified multistage random sampling โดยแบ่งเป็น 4 ภาค คือ ภาคกลาง (ยกเว้นกรุงเทพมหานคร) ภาคเหนือ ภาคตะวันออก-

เฉียงเหนือและภาคใต้ สุ่มอย่างง่ายภาคละ 3 จังหวัดๆ ละ 3 อำเภอๆ ละ 3 ตำบล จังหวัดที่สุ่มได้คือ พระนครศรีอยุธยา เพชรบุรี สระแก้ว นครสวรรค์ เชียงราย เพชรบูรณ์ นครราชสีมา อำนาจเจริญหนองคาย ระยอง นครศรีธรรมราช และปัตตานี เลือกตัวอย่างตามสัดส่วนประชากรในเขตเมืองและเขตชนบท คือ 1:3 ได้จำนวนตัวอย่างกลุ่มอายุละ 1,800 คน

เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามที่คณะผู้ทำการศึกษาสร้างขึ้นเอง ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ทำความสะอาดช่องปาก และความคิดเห็นในการเลือกแปรงสีฟัน เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ ระยะเวลาที่เก็บข้อมูล ระหว่างเดือน มิถุนายน ถึงกรกฎาคม 2540 และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS-PC แจกแจงความถี่และนำเสนอเป็นคำร้อยละ

ผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามครบถ้วนจำนวน 1,862 คน เป็นเพศหญิงร้อยละ 57.9 เพศชายร้อยละ 42.1 อายุเฉลี่ย 17.5 ± 2.8 ปี ส่วนใหญ่จบการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น (ร้อยละ 53.2) มีอาชีพเป็นนักศึกษา ร้อยละ 53.3 และเกษตรกร ร้อยละ 17.7

กลุ่มวัยทำงาน ได้ตัวอย่างจำนวน 1,370 คน เป็นเพศหญิงร้อยละ 71.5 เพศชายร้อยละ 28.5 อายุเฉลี่ย 41.4 ± 9.6 ปี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสร้อยละ 85.5 จบการศึกษาระดับประถมศึกษา ร้อยละ 74.7 มีอาชีพเกษตรกรร้อยละ 54.7 และรับจ้างร้อยละ 13.4

พฤติกรรมทำความสะอาดช่องปาก

การศึกษาค้นนี้ พบว่ามีผู้ใช้แปรงสีฟันร้อยละ 99.9 และใช้ยาสีฟันร้อยละ 99.8 เมื่อพิจารณาจาก

ยี่ห้อที่ผู้ตอบระบุ พบว่า เป็นยาสีฟันผสมฟลูออไรด์ ประมาณร้อยละ 89.7

การใช้ผลิตภัณฑ์อื่นในการทำความสะอาดช่องปากนอกเหนือจากการแปรงฟัน พบผู้ใช้ไหมขัดฟันร้อยละ 2.8 โดยกลุ่มเยาวชนมีการใช้ไหมขัดฟัน น้อยกว่ากลุ่มวัยทำงาน มีผู้ใช้น้ำยาบ้วนปาก ร้อยละ 9.6 กลุ่มวัยทำงานใช้น้ำยาบ้วนปากมากกว่ากลุ่มเยาวชน รายละเอียดตามตารางที่ 2

การใช้ลูกอม/ยาอมดับกลิ่นปาก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 98.2) ไม่ได้ใช้ โดยกลุ่มเยาวชนมีการใช้ลูกอม/ยาอมดับกลิ่นปากร้อยละ 9.9 มากกว่ากลุ่มวัยทำงานซึ่งมีการใช้ร้อยละ 7.8

การเลือกแปรงสีฟัน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 59.0) มีการเปลี่ยนแปรงสีฟันอันใหม่เมื่อใช้งานนาน 1-3 เดือน รองลงมา คือ เปลี่ยนเมื่อขนแปรงบาน และรู้สึกเก่าตามลำดับ ดังรายละเอียดในตารางที่ 3

สำหรับการเลือกซื้อแปรงสีฟันอันใหม่ ส่วนใหญ่คือ กลุ่มเยาวชนร้อยละ 74.8 และกลุ่มวัยทำงานร้อยละ 60.8 ตอบว่า คำนึงถึงคุณภาพเป็นอันดับแรก แต่เหตุผลรองลงมาแตกต่างกันโดยกลุ่มเยาวชนร้อยละ

10.3 เลือกจากสีสันและรูปร่างของแปรงสีฟัน ในขณะที่กลุ่มวัยทำงานร้อยละ 13.6 เลือกจากราคา ส่วนเหตุผลอื่นๆ ที่ใช้ในการเลือกซื้อแปรงสีฟัน ได้แก่ แล้วแต่ที่ร้านมีขาย และไม่ได้ซื้อเองมีคนซื้อให้ รายละเอียดในตารางที่ 4

การอ่านข้อความบนกล่องแปรงสีฟัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 56.4) เคยอ่านข้อความบนกล่องแปรงสีฟัน โดยมีกลุ่มเยาวชนอ่านร้อยละ 63.7 มากกว่ากลุ่มวัยทำงานซึ่งอ่านเพียงร้อยละ 46.5 และพบว่า กลุ่มตัวอย่างจากภาคใต้อ่านข้อความบนกล่องแปรงสีฟันมากกว่าภาคอื่นๆ ดังรายละเอียดในตารางที่ 5

ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพแปรงสีฟัน

เมื่อถามถึงลักษณะของแปรงสีฟันที่ดี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุถึงขนแปรงเท่านั้นโดยเห็นว่าขนแปรงควรจะอ่อนร้อยละ 49.0 ขนแปรงปานกลางร้อยละ 16.0 และควรเป็นขนแข็ง ร้อยละ 3.4 มีผู้ระบุถึงลักษณะของด้ามแปรงร่วมกับขนแปรงด้วยร้อยละ 39.6 โดยระบุว่าแปรงสีฟันดีต้องมีด้ามโค้งถึงร้อยละ 31.7 ด้ามตรงร้อยละ 6.8 และด้ามโค้งหรือตรงก็ได้ขอให้จับได้ถนัดทำความสะอาดได้ดีร้อยละ 3.8 รายละเอียดในตารางที่ 6

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง	กลุ่มเยาวชน (n=1,862)	กลุ่มวัยทำงาน(n=1,370)
เพศ	หญิง 57.9 % ชาย 42.1 %	หญิง 71.5 % ชาย 28.5 %
อายุ (mean $\pm$ SD)	17.5 $\pm$ 2.8 ปี	41.4 $\pm$ 9.6 ปี
การศึกษา	จบ มัธยมศึกษา 53.2 %	ประถมศึกษา 74.7 %
อาชีพ	นักศึกษา 53.3 % เกษตร 17.7 %	เกษตรกรรม 54.7 %
ภาคเหนือ	26.4 %	22.7 %
ภาคกลาง	24.2 %	25.0 %
ภาคอีสาน	24.7 %	26.4 %
ภาคใต้	24.7 %	25.9 %

เมื่อถามความเห็นเกี่ยวกับหน่วยงานที่ให้การรับรองคุณภาพมาตรฐานแปรงสีฟัน กลุ่มตัวอย่างเยาวชนส่วนใหญ่เห็นว่าควรมีหน่วยงานที่ให้การรับรองคุณภาพมาตรฐานแปรงสีฟันคิดเป็นร้อยละ 94.5 ส่วนที่ไม่เห็นด้วยมีเพียงร้อยละ 4.0 และไม่ตอบร้อยละ 1.6 กลุ่มวัยทำงานที่เห็นด้วยมีถึงร้อยละ 88.3 ส่วนที่ไม่เห็นด้วยมีร้อยละ 8.1 และมีผู้ไม่ตอบร้อยละ 3.6 โดยมีกลุ่มตัวอย่างจากภาคใต้เห็นด้วยร้อยละ 96.7 ซึ่งมากกว่าภาคอื่นๆ รายละเอียดในตารางที่ 7

ชื่อการค้าของผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพช่องปากที่เป็นที่นิยม

แปรงสีฟัน เมื่อถามถึงชื่อการค้าของแปรงสีฟันที่กลุ่มตัวอย่างใช้อยู่ มีการระบุถึงยี่ห้อของแปรงสีฟันรวม 37 ยี่ห้อตามตารางที่ 8 ยี่ห้อที่ได้รับความนิยมอันดับแรก คือ คอลเกตร้อยละ 46.5 รองลงมา คือ ไกลซ์คิดร้อยละ 10.8 ออรัล-บียร้อยละ 2.3 ยี่ห้ออื่นๆ ร้อยละ 8.2 และมีผู้จำยี่ห้อแปรงสีฟันไม่ได้ร้อยละ 38.1 ยาสีฟัน ที่ถูกระบุถึงมี 19 ยี่ห้อ (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 2 ร้อยละของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพช่องปากชนิดต่างๆ

ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพช่องปาก	กลุ่มเยาวชน (n=1,862)	กลุ่มวัยทำงาน (n=1,370)	รวม (n=3,232)
แปรงสีฟัน	99.9	98.7	99.4
- คอลเกต	46.5	46.1	44.8
- ไกลซ์คิด	10.8	5.8	8.1
- ออรัล-บีย	2.3	2.2	2.5
- อื่น ๆ	6.0	7.8	4.9
- ไม่ตอบ	34.4	38.1	39.7
ยาสีฟัน	99.8	98.1	99.1
- คอลเกต	43.4	39.6	43.1
- ไกลซ์คิด	30.2	21.5	28.9
- ดาร์ลี่	11.9	14.2	12.7
- อื่น ๆ	13.7	23.5	13.3
- ไม่ตอบ	0.8	1.2	2.0
ไหมขัดฟัน	2.4	3.2	2.8
น้ำยาบ้วนปาก	8.6	11.0	9.6
- ลิสเตอรีน	1.8	3.4	3.0
- น้ำยาบ้วนปากของ รพ.	0.5	0.5	0.7
- คอลเกตพลัส	0.6	0.4	0.6
- อื่น ๆ	1.0	1.7	0.5
- ไม่ตอบ	96.1	94.0	95.2
ลูกอม/ยาอมดับกลิ่นปาก	9.9	7.8	9.8
- คลอเร็ต	1.7	1.0	3.2
- ฮอลล์	1.4	1.4	1.6
- หอมปากหอม (โบตัน, เยาวราช)	0.6	1.2	1.2
- อื่น ๆ	3.5	2.2	0.6
- ไม่ตอบ	92.8	94.2	93.4

ยาสีฟันที่มีผู้ตอบว่าใช้มากที่สุดคือคอลเกต ร้อยละ 43.4 รองลงมา คือ ไกลซ์ติร้อยละ 30.2 คาร์ลีร้อยละ 11.9 ยี่ห้ออื่นๆ ร้อยละ 13.3 และมีผู้จำยี่ห้อยาสีฟันไม่ได้ ร้อยละ 2.0 และที่น่าสังเกตคือ แปรงสีฟันและยาสีฟันที่ได้รับความนิยมมากที่สุดอันดับ 1 และ 2 เป็นยี่ห้อเดียวกัน ตามตารางที่ 2

น้ำยาบ้วนปาก ยี่ห้อที่มีผู้ตอบว่าใช้มากที่สุดคือ ลิสเตอร์ีน ร้อยละ 1.8 รองลงมา คือ น้ำยาบ้วนปากที่โรงพยาบาลแจกให้ร้อยละ 0.5 และคอลเกตพลัส ร้อยละ 0.4

ลูกอม/ยาอมดับกลิ่นปากยี่ห้อที่นิยมใช้มากที่สุดคือ คลอเร็ต ร้อยละ 1.7 รองลงมาคือ ฮอลล์ ร้อยละ 1.4 และหมากหอมเยาวราชและโบทัน ร้อยละ 0.6

วิจารณ์และข้อเสนอแนะ

การสำรวจครั้งนี้ นำเสนอข้อมูลเป็นภาพของประชาชนในส่วนภูมิภาคเท่านั้น ไม่ได้รวมกรุงเทพมหานครด้วย เนื่องจากการดำเนินงานในแผนทันตสาธารณสุขของกระทรวงสาธารณสุขมีเป้าหมายในส่วนภูมิภาคเป็นหลัก จึงเป็นไปได้ว่าความรู้และความสนใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพช่องปาก จากการศึกษาครั้งนี้ต่ำกว่าประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีการศึกษาสูงกว่า เนื่องจากมีรายงานว่าพฤติกรรมทันตสุขภาพสัมพันธ์กับระดับการศึกษาของประชาชน⁽²⁾

ที่น่าสังเกต คือ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 39.7 ไม่สามารถบอกยี่ห้อแปรงสีฟันได้ และร้อยละ 31.6 ไม่ทราบว่าแปรงสีฟันที่ดีควรมีลักษณะอย่างไร แสดงว่าประชาชนถึงหนึ่งในสาม ไม่ได้ให้ความสนใจกับชนิดและประเภทของแปรงสีฟัน จะเห็นได้จากกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 1.8 ไม่ได้เลือกแปรงสีฟันเอง และร้อยละ 4.5 ซื้อแปรงสีฟันตามยี่ห้อที่ร้านค้ามีจำหน่าย เมื่อเปรียบเทียบกับยาสีฟัน กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบยี่ห้อยาสีฟันมีเพียงร้อยละ 2.0 เท่านั้น แสดงว่าประชาชนให้ความสนใจกับยาสีฟันมากกว่าแปรงสีฟัน

ราคาเป็นเหตุผลหนึ่งที่กลุ่มตัวอย่างใช้เป็นข้อตัดสินใจในการเลือกซื้อแปรงสีฟันอันใหม่ นอกเหนือจากคุณภาพ แต่การศึกษานี้ไม่ได้เก็บข้อมูลราคาแปรงสีฟันที่ประชาชนคิดว่าเหมาะสม ซึ่งเรื่องนี้จะมีการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อหาวิธีทำให้ประชาชนทุกคนสามารถมีแปรงสีฟันคุณภาพดีราคาเหมาะสมใช้ได้ทั่วถึง

ไหมขัดฟันเป็นอุปกรณ์ทำความสะอาดช่องปากที่ทันตแพทย์แนะนำ พบว่ามีการใช้น้อยมากโดยกลุ่มเยาวชนและกลุ่มวัยทำงานคิดเป็นร้อยละ 2.4 และ 3.2 ตามลำดับ ซึ่งใกล้เคียงกับเมื่อ พ.ศ.2537 ในการสำรวจสภาวะทันตสุขภาพแห่งชาติครั้งที่ 4 โดยในเขตชนบท กลุ่มอายุ 17-19 ปี และ 35-44 ปี มีการใช้ไหมขัดฟันคิดเป็นร้อยละ 2.3 และ 1.6 ตามลำดับ⁽³⁾ ดังนั้นจำเป็นต้องให้ประชาชนรู้จักคุณประโยชน์ของ

ตารางที่ 3 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เปลี่ยนแปรงสีฟันอันใหม่ จำแนกตามสาเหตุ

สาเหตุของการเปลี่ยนแปรงสีฟัน	กลุ่มเยาวชน (n=1,862)	กลุ่มวัยทำงาน (n=1,370)	รวม (n=3,232)
1. ใช้ไประยะหนึ่ง (1-36 เดือน)*	67.9	61.4	65.1
2. ขนแปรงสีฟันบาน	24.2	26.0	23.0
3. ขนแปรงสีฟันเก่า	6.1	10.1	7.8
4. อื่นๆ เช่น หาย	1.0	0.9	1.0
5. ไม่ตอบ	0.8	1.6	1.1

หมายเหตุ * กลุ่มตัวอย่างที่ใช้แปรงสีฟัน 1-3 เดือน คิดเป็นร้อยละ 59.0

ตารางที่ 4 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกแปรงสีฟัน

เหตุผลในการตัดสินใจ	กลุ่มเยาวชน (n=1,862)	กลุ่มวัยทำงาน (n=1,370)	รวม (n=3,232)
คุณภาพ	74.8	60.8	68.9
สีสันและรูปร่างของแปรงสีฟัน	10.3	8.0	9.8
ราคา	7.0	13.6	9.3
ที่ร้านมีขาย	2.9	6.8	4.5
ยี่ห้อ	2.3	3.6	2.9
ไม่ได้ซื้อเอง	1.1	2.6	1.8
ไม่ตอบ	1.6	4.6	2.8

ตารางที่ 5 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่อ่านข้อความบนกล่องแปรงสีฟัน จำแนกตามภาค

กลุ่มตัวอย่าง	% กลุ่มเยาวชน	% กลุ่มวัยทำงาน	% รวม
ภาคกลาง (n = 793)	63.4	46.8	56.2
ภาคเหนือ (n = 803)	60.6	40.8	52.9
ภาคอีสาน (n = 821)	60.1	43.9	53.0
ภาคใต้ (n = 815)	71.1	53.8	63.6
รวม (n = 3,232)	63.7	46.5	56.4
Missing 0.9 %			

ตารางที่ 6 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความคิดเห็นลักษณะแปรงสีฟันที่ดี จำแนกตามภาค

ลักษณะแปรงสีฟัน	ภาคกลาง (n=793)	ภาคเหนือ (n=803)	ภาคอีสาน (n=821)	ภาคใต้ (n=815)	รวม (n=3,232)
ลักษณะขนแปรง					
- ขนอ่อน	47.4	46.6	50.8	51.3	49.0
- ขนปานกลาง	17.0	13.6	16.3	17.1	16.0
- ขนแข็ง	2.9	2.7	2.8	5.0	3.4
- ไม่ตอบ	32.7	37.1	30.1	26.6	31.6
ลักษณะด้ามแปรง					
- ด้ามตรง	4.9	5.4	7.8	5.9	6.8
- ด้ามโค้ง	39.5	27.9	34.5	25.3	31.7
- ด้ามจับถนัดมือ	3.2	3.6	4.3	4.2	3.8
- ไม่ตอบ	52.5	63.1	53.4	64.7	58.4

ไหมขัดฟันและส่งเสริมให้มีการใช้มากขึ้น

ส่วนน้ำยาบ้วนปากมีการใช้ในกลุ่มเยาวชน และกลุ่มวัยทำงาน คิดเป็นร้อยละ 8.6 และ 11.0 ซึ่งแตกต่างจากผลการสำรวจสภาวะทันตสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ 4 (พ.ศ.2537) โดยในเขตชนบท กลุ่มอายุ 17-19 ปี และ 35-44 ปีมีการใช้น้ำยาบ้วนปากคิดเป็นร้อยละ 11.6 และ 7.9ตามลำดับ⁽³⁾

การใช้ลูกอม/ยาอมดับกลิ่นปาก แม้จะมีผู้ใช้ ไม่มากเพียงร้อยละ 9.8 แต่จากการระบุยี่ห้อพบว่า

เป็นการใช้ลูกอมผสมน้ำตาล แต่งกลิ่นรส เป็นส่วนมาก ซึ่งเสี่ยงต่อการทำให้ฟันผุ และแก้ปัญหาลิ้นปากไม่ถูกต้อง ควรให้ความรู้แก่ประชาชนในเรื่องนี้มากขึ้น

มีการระบุยี่ห้อแปรงสีฟัน 37 ยี่ห้อ และยาสีฟัน 19 ยี่ห้อ แสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพช่องปาก มีให้ประชาชนเลือกซื้ออย่างมากมาย แม้ผู้ตอบส่วนใหญ่ จะตอบว่าเลือกซื้อแปรงสีฟันจากคุณภาพ แต่การศึกษา ครั้งนี้ไม่ได้บอกชัดเจนว่าเป็นคุณภาพในเรื่องใด เช่น ความทนทาน ทำความสะอาดได้ดี หรือช่วยให้แปรงฟัน

ตารางที่ 7 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เห็นด้วยกับการมีหน่วยงานรับรองคุณภาพมาตรฐาน แปรงสีฟัน จำแนกตามภาค

กลุ่มตัวอย่าง	% กลุ่มเยาวชน	% กลุ่มวัยทำงาน	% รวม
ภาคกลาง (n = 793)	94.0	80.9	91.8
ภาคเหนือ (n = 803)	93.9	87.8	93.6
ภาคอีสาน (n = 821)	93.2	85.9	90.0
ภาคใต้ (n = 815)	96.7	90.7	94.1
รวม (n = 3,232)	94.5	88.3	91.9
Missing 2.8 %			

ตารางที่ 8 แปรงสีฟันที่กลุ่มตัวอย่างระบุที่ใช้จากการสอบถาม

1. คอลเกต Colgate	14. แอร์โรว์ Arrow	27. แซน Zan
2. ไกล์ซิด Close-up	15. เดนซ่า Denza	28. ออรัลเมด Oralmed
3. ออรัล-บี Oral-B	16. สไมล์ Smile	29. ซีลีน Celine
4. เอ็ม Aim	17. อีสแมน Eastman	30. โมลาร์ Molar
5. แอมเวย์ Amway	18. พาโรดอนแทกซ์ Parodontax	31. เซ็นโซดาเยน Sensodyne
6. นายน Nine	19. เฮลท์ Health	32. วิค Vic
7. ไบโอเซฟตี้ Biosafety	20. โคโดโมะ Kodomo	33. ลิสเตอร์บีท Listerbeat
8. ริช Reach	21. ออราแคร์ Oracare	34. เมลล์ Mall
9. จอร์แดน Jordan	22. จอห์นสัน Johnson	35. เซฟแพค Savepak
10. ฟลูโอคาริล Fluocaril	23. ซอลส์ Salz	36. โซน Zone
11. วิคตอรี Victory	24. พรีเมียม Premium	37. แฟคตอรี Factory
12. เปปโซเดนท์ Pepsodent	25. ออรา Ora	
13. ดาร์ลี่ Darly	26. ลัยออน Lion	

ตารางที่ 9 ยาสีฟันในกลุ่มตัวอย่างระบุว่าใช้จากการสอบถาม

1. คอลเกต Colgate*	8. เปปโซเดนท์ Pepsodent*	15. กิฟฟาริน Giffarine*
2. ไกล์ซิด Close-up*	9. เซนโซดายน์ Sensodyne*#	16. แซคไลออน Zact Lion **
3. ดาร์ลี่ Daryl*	10. พาราดอนแทกซ์ Paradontax*#	17. โคโดโมะ Kodomo*
4. ดอกบัวคู่ #	11. วิเศษนิยม #	18. ออรัลเมด Oralmed #
5. แอมเวย์ Amway*	12. ไดฟู Difu #	19. สมุนไพรจาเป่า #
6. ฟลูโอคาริล Fluocaril*	13. ซูพรีเดิม Suprederm*	
7. ซอลส์ Salz #	14. เอ็ม Aim *#	

หมายเหตุ : *มีฟลูออไรด์, # ไม่มีฟลูออไรด์, ** มีทั้งชนิดที่มีและไม่มีฟลูออไรด์

สะดวกขึ้น นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่สามารถบอกคุณลักษณะที่ดีของแปรงสีฟันได้ครบถ้วนตามหลักวิชาการทันตแพทย์ คือ มีขนแปรงอ่อนนุ่ม ด้ามจับถนัดมือ จึงเป็นไปได้ว่าการพิจารณาคุณภาพแปรงสีฟันของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะใช้ข้อมูลจากโฆษณาสังเกตจากยี่ห้อที่มีผู้นิยมใช้มากที่สุด 3 ยี่ห้อแรกเป็นยี่ห้อที่มีการโฆษณามากที่สุดเช่นกัน และกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 31.7 ยังระบุว่าแปรงสีฟันที่ดีควรมีด้ามโค้งซึ่งเป็นลักษณะที่ผู้ผลิตใช้เป็นคุณสมบัติเด่นในการโฆษณาแปรงสีฟัน ในขณะที่การให้ทันตสุขศึกษาแก่ประชาชนที่ผ่านมาโดยหน่วยงานของรัฐและองค์กรวิชาชีพทันตแพทย์ไม่เคยกล่าวถึงคุณสมบัติของแปรงสีฟันด้ามโค้งเลย

สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ระบุลักษณะของแปรงสีฟันที่ดีตรงตามคำแนะนำของทันตแพทย์ คือ ขนอ่อนนุ่ม ด้ามแปรงตรงหรือจับถนัดมือ มีเพียงร้อยละ 6.8 มีผู้ตอบว่าขนอ่อนนุ่มและด้ามโค้ง ร้อยละ 31.7 และมีผู้ที่ไม่รู้ว่าควรมีลักษณะอย่างไรถึงร้อยละ 31.6 แสดงว่าประชาชนส่วนใหญ่ไม่ทราบลักษณะของแปรงสีฟันที่ดี และมีผู้ตอบว่าจำไม่ได้ว่าใช้แปรงสีฟันยี่ห้อใดร้อยละ 39.7 แสดงว่าประชาชนยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับยี่ห้อแปรงสีฟันมากนัก การอ่านฉลากบนกล่องบรรจุแปรงสีฟัน พบผู้ที่เคยอ่านข้อความที่อยู่บนกล่องแปรงสีฟัน

ร้อยละ 56.4 ใกล้เคียงกับผู้ที่ไม่อ่าน โดยกลุ่มเยาวชนจะอ่านฉลากมากกว่ากลุ่มวัยทำงาน (ร้อยละ 63.7 และ 46.5) ผลการศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคเพื่อให้สามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลอนามัยช่องปากได้อย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพเป็นเรื่องที่ควรดำเนินการให้ทันตสุขศึกษาแก่ประชาชนให้มากกว่าที่ผ่านมา รวมทั้งกระตุ้นให้ประชาชนอ่านข้อมูลบนฉลากด้วย โดยที่ในปัจจุบันกระทรวงอุตสาหกรรมก็ได้กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรงสีฟัน ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับคุณสมบัติของวัสดุที่ใช้ ขนาดของด้ามแปรงและขนแปรง และอื่นๆ⁽⁴⁾ แต่ยังไม่มีการผลิตแปรงสีฟันบริษัทใดขอการรับรอง จึงไม่มีแปรงสีฟันยี่ห้อใดได้รับตรา มอก. และเนื่องจากแปรงสีฟันจัดเป็นเครื่องมือแพทย์ ตามพระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ.2531 มาตรา 3⁽²⁾ ในกลุ่มเครื่องมือแพทย์ทั่วไป จึงไม่จำเป็นต้องขออนุญาตในการผลิตและจำหน่าย ดังนั้นจึงควรมีหน่วยงานที่เข้ามาทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพของแปรงสีฟันที่มีจำหน่ายในท้องตลาด เพื่อช่วยให้ความมั่นใจในการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค และทำให้ผู้ผลิตหันมาผลิตแปรงสีฟันที่มีคุณภาพและให้ความสำคัญกับการระบุข้อมูลบนฉลากซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อประชาชนในการรับรู้คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ก่อนตัดสินใจซื้อ โดยมีผู้เห็นด้วยว่าควรมีหน่วยงานให้การรับรองคุณภาพมาตรฐานแปรงสีฟันถึงร้อยละ 91.9

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณ

1. เจ้าหน้าที่ทุกระดับในทุกจังหวัดตัวอย่าง ที่ช่วยเหลือในการเก็บข้อมูล
2. เพื่อนร่วมงานกลุ่มงานแผนงานและประเมินผลที่ช่วยเหลือในการวิจัยและเก็บข้อมูล
3. ผู้อำนวยการกองทันตสาธารณสุข ที่สนับสนุนด้านงบประมาณ
4. ทันตแพทย์หญิงเพ็ญทิพย์ จิตต์จำนงค์ ที่ให้คำแนะนำและสนับสนุนการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

1. วัลลภ ภูพานิช, การเลือกใช้แปรงสีฟันของชาวกรุงเทพมหานคร. ว.ทันต.ปีที่ 43 ฉบับที่ 3 พค.-มิย. 2536 หน้า 135-140
2. สมนึก ชาญด้วยกิจ และศิริเพ็ญ อรุณประพันธ์, การทดสอบแบบสำรวจพฤติกรรมทางทันตสุขภาพขององค์การอนามัยโลก ในจังหวัดสงขลา. วิทยาสารทันตสาธารณสุขปีที่ 2 ฉบับที่ 1 มค.-พค.2540 หน้า 37-46
3. กองทันตสาธารณสุข กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข : รายงานผลการสำรวจสภาวะทันตสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ 4 พ.ศ.2537 ประเทศไทย ISBN.974-7995-79-4 กองทันตสาธารณสุข
4. มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม แปรงสีฟัน (มอก.42-2525) ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับพิเศษ เล่มที่ 44 ตอนที่ 46 วันที่ 15 กรกฎาคม พุทธศักราช 2525

