

สำรวจความพึงพอใจ พ.ศ. 2564

ผู้บริโภค



จากกลุ่มตัวอย่าง 1,515 คน ทั่วประเทศ



ความคิดเห็นต่อการดำเนินงาน
ภาพรวม 3 ด้าน
คะแนนเฉลี่ย = 3.58 ± 0.91
ระดับ = พึงพอใจมาก

จำนวนผู้เลือกตอบพึงพอใจ
"ปานกลาง ถึง มากที่สุด"

ได้แก่

1. ด้านการกำกับและควบคุมผลิตภัณฑ์สุขภาพของ อย. (จำนวน 92.01 %)
2. ด้านการบริการข่าวสารความรู้เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์สุขภาพของ อย. (จำนวน 88.45 %)
3. ด้านการจัดการเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์สุขภาพของ อย. (จำนวน 90.10 %)



ประเด็นที่ได้รับคะแนน
ความพึงพอใจมากที่สุด
ในแต่ละด้าน



ด้าน 1 "เลขทะเบียนอนุญาตของ อย. สามารถ
ตรวจสอบได้"
93.14 %
- คะแนนเฉลี่ย = 3.84 ± 0.94

ด้าน 2 "ข่าวสารความรู้ของ อย. เนื้อหาถูกต้อง เชื่อถือได้
แต่ส่วนใหญ่ยังเข้าถึงช่องทางสื่อสารระยะ"
94.85 %
- คะแนนเฉลี่ย = 3.84 ± 0.86

ด้าน 3 "ช่องทางร้องเรียนมีความหลากหลาย"
85.61 %
- คะแนนเฉลี่ย = 3.47 ± 1.00

ประเด็นที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดในแต่ละด้าน

ด้าน 1



"ความกังวลในการกำกับ
ดูแลทั้งประเด็นพื้นที่และ
ชนิดผลิตภัณฑ์"
- คะแนนเฉลี่ย = 3.54 ± 0.97

ด้าน 2



"ความซ้ำ และความ
หลากหลายในการเข้าถึง
ช่องทางสื่อ"
- คะแนนเฉลี่ย = 3.28 ± 1.33

ด้าน 3



"ระยะเวลาการตอบสนอง
เรื่องร้องเรียน"
- คะแนนเฉลี่ย = 3.28 ± 1.02



ข้อคิดเห็นเพื่อการปรับปรุงพัฒนางาน

ด้านการกำกับควบคุม

- ผู้ที่ทราบเกี่ยวกับสัญลักษณ์ หรือเลขทะเบียนอนุญาต = 23.76 %
- สิ่งที่ต้องการให้มีการปรับปรุงในอนาคตผลิตภัณฑ์
 1. ขนาดข้อความ = 41.88 %
 2. การแสดงวันหมดอายุ = 40.82 %
 3. ภาษาที่ใช้ = 17.04 %
- ต้องการให้ ใกล้เคียงผลิตภัณฑ์ที่ได้รับอนุญาต = 97.03 %
- ต้องการให้มีความชัดเจนตรวจสอบผลิตภัณฑ์ = 56.80 %
- ต้องการเครื่องมือที่ประชาชนตรวจสอบได้เอง = 43.20 %
- ต้องการให้ปรับปรุงทะเบียนผลิตภัณฑ์ ให้เป็นรูปแบบเดียวกัน = 47.13 %
- ต้องการให้การตรวจสอบไม่รบกวนกระบวนการในร้าน
 1. พื้นที่ = 42.93%
 2. ชนิดผลิตภัณฑ์ = 56.83 %
- ต้องการให้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ และสื่อออนไลน์ ในด้าน
 1. โฆษณาทางตรง = 68.44 %
 2. פרטנדר/ผู้รีวิว = 31.19 %

ด้านการร้องเรียน

- ผู้ที่ทราบช่องทางร้องเรียน
ของ อย. = 24.75 %
ในจำนวนนี้เลือกช่องทาง
สายด่วน 1556 = 19.60 %

ด้านข้อมูลข่าวสารจาก อย.

- ผู้ที่สนใจข้อมูลข่าวสารจาก อย. = 50.58: 84.49
- ผู้เคยได้รับข้อมูลข่าวสารจาก อย. = 50.58: 74.85
- ช่องทางสื่อที่ผู้บริโภคเลือกใช้งานที่สุด ได้แก่
 1. โทรศัพท์ (51.29%)
 2. Facebook /เพจต่างๆ (38.09 %)
 3. Facebook.com/PDATHai (23.04 %)
 4. เว็บไซต์ทั่วไป (14.92 %)

กลุ่มพัฒนาระบบ กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค

ไทย ศก. กู๋ลีลีลี่ ของทาง
กม. สก. สลีลีลี