

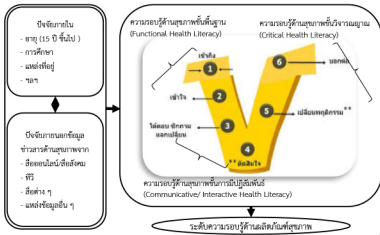
ความรอบรู้สุขภาพด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ปี 2563

กองพัฒนานโยบายผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (ข้อมูลเป็นแบบมารวมคิดถัวเฉลี่ย)

“ความรอบรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ”

หมายถึง ทักษะของบุคคลในการสามารถเข้าถึง เข้าใจ ใช้ความรู้ ทักษะและมั่นใจในการใช้ข้อมูลสุขภาพเพื่อปรับปรุงสุขภาพทั้งของตนเองและชุมชนได้

“กรอบแนวคิด”

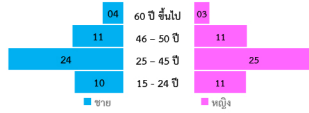


วัตถุประสงค์เพื่อ

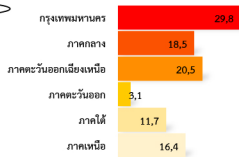
- การพัฒนาและประเมินเครื่องมือวัดความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชากรไทย อายุ 15 ปีขึ้นไป
- ประชากรไทยอายุ 15 ปีขึ้นไป
- พื้นที่เก็บข้อมูลในตัวแทนจังหวัดจาก 6 ภูมิภาค ทั้งประเทศ และกรุงเทพฯ
- จำนวนตัวอย่างรวม 2,913 ราย

กลุ่มตัวอย่าง

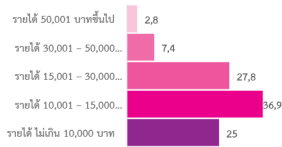
เพศ (ร้อยละ)



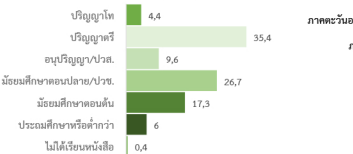
ภูมิภาค (ร้อยละ)



รายได้ต่อเดือน (ร้อยละ)



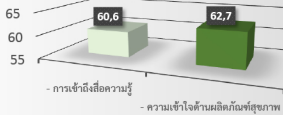
ระดับการศึกษา (ร้อยละ)



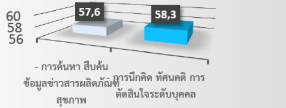
ความรอบรู้สุขภาพด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ 3 ระดับ

ร้อยละของผู้ที่เลือกตอบ มาก-มากที่สุด (รวม 58.4 %)

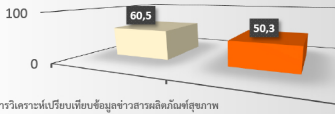
1. ความรอบรู้ด้านสุขภาพพื้นฐาน (61.7%)



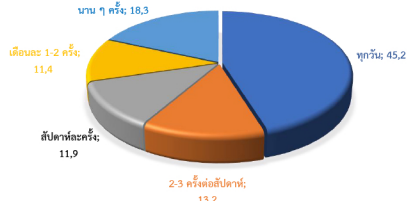
2. ความรอบรู้ด้านสุขภาพขั้นการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน (58%)



3. ความรอบรู้ด้านสุขภาพขั้นวิจารณ์ญาณ (55.4%)



การรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพจากสื่อต่าง ๆ ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา (ร้อยละ)



การเลือกใช้ช่องทางสื่อ

ผู้เลือกใช้ 2,719 ราย (ร้อยละ 93)

ผู้เลือกใช้ 2,816 ราย (ร้อยละ 97)

