

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองพะเยาต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ โดยใช้ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ ทฤษฎีเกี่ยวกับฉลากโภชนาการและอาหารที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ และทฤษฎีส่วนประสมการตลาด เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งเป็นผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองพะเยา ที่เคยซื้อและเคยบริโภคผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (convenience sampling) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาที่ได้นำมาสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

จากผลการศึกษาสามารถสรุปผลออกได้เป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 57.5) มีอายุระหว่าง 20-30 ปี (ร้อยละ 23.8) การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (ร้อยละ 53.2) ประกอบอาชีพรับราชการ (ร้อยละ 28.3) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท (ร้อยละ 41.2)

ส่วนที่ 2 ทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ

2.1 ด้านความรู้ ความเข้าใจ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจในระดับมากเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ มีค่าเฉลี่ยรวมร้อยละ 65.8 โดยมีความเข้าใจในระดับมากที่สุดในระดับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นี้ต้องมีการแสดงฉลากโภชนาการ (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 86.5) มีความเข้าใจระดับมากในระดับความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการกล่าวอ้างนี้เป็นการกล่าวอ้างปริมาณสารอาหาร หรือหน้าที่ของสารอาหารที่มีต่อร่างกาย (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 78.8) การกล่าวอ้างทางโภชนาการ ทำให้สามารถหลีกเลี่ยงสารอาหารที่ไม่ต้องการได้ (มีผู้ตอบถูกร้อยละ

73.3) ผลิตภัณฑ์นี้ไม่ได้เหมาะสำหรับผู้บริโภคที่มีปัญหาด้านสุขภาพเท่านั้น (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 72.3) ผู้ผลิตได้ใช้การกล่าวอ้างนี้เป็นจุดขายในการโฆษณา (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 72.3) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ทำหน้าที่ควบคุมเกี่ยวกับการกล่าวอ้างนี้โดยตรง (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 70.8) ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ไม่จำเป็นต้องวางจำหน่ายในร้านขายสินค้าเพื่อสุขภาพเท่านั้น (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 70.3) และไม่จำเป็นต้องบรรจุเป็นกล่องเท่านั้น (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 66.0) ตามลำดับ มีความเข้าใจระดับปานกลางในประเด็นความรู้เกี่ยวกับการกล่าวอ้างนี้ ไม่สามารถใช้ข้อความระบุว่าสารอาหารนั้น สามารถป้องกันหรือบำบัดโรคได้ (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 47.0) และมีความเข้าใจระดับน้อยในประเด็นความรู้เกี่ยวกับการเปรียบเทียบปริมาณสารอาหาร ที่ไม่สามารถเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันของผู้ผลิตรายใดก็ได้ทั่วโลก (มีผู้ตอบถูก ร้อยละ 20.8)

2.2 ด้านความคิดเห็น พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์นมประเภทนี้ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับที่สนใจไม่แน่ใจ (ค่าเฉลี่ย 3.26) โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยว่า การอ่านฉลากโภชนาการช่วยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่ให้สารอาหารเหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย (ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.17) ซึ่งการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ช่วยในการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์นมก่อนตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.03) และการบริโภคผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ มีส่วนช่วยในการดูแลสุขภาพ (ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.94) โดยได้อ่านข้อมูลปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้รับประทานต่อวัน (Thai RDI) บนฉลากโภชนาการ (ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.88) นอกจากนี้ยังเห็นด้วยว่าผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มกลุ่มนี้ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.00) และสามารถหาซื้อได้ง่ายพอๆ กับนมพร้อมดื่มทั่วไป (ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.89) แต่คิดว่านมพร้อมดื่มกลุ่มนี้มีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์นมทั่วไป (ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.31) หน่วยงานของรัฐยังไม่เพียงพอเกี่ยวกับการกล่าวอ้างทางโภชนาการ (ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.40) และตราสินค้าของผู้ผลิตนมประเภทนี้ยังมีน้อย (ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.48) นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกไม่แน่ใจในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับฉลากโภชนาการไม่จำเป็นในการเลือกซื้อนมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ (ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.14) มีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มจากตราชื่อ โดยไม่สนใจข้อมูลบนฉลากโภชนาการ (ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.01) ข้อมูลบนฉลากโภชนาการอ่านแล้วเข้าใจยาก (ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.62) และขนาดบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ยังมีให้เลือกน้อย (ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.51)

2.3 ด้านพฤติกรรม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านฉลากโภชนาการเป็นบางครั้ง (ร้อยละ 57.8) และเมื่ออ่านแล้วรู้เรื่องและเข้าใจบ้างเล็กน้อย (ร้อยละ 64.2) ซึ่งทั้งผู้ตอบแบบสอบถามที่อ่านฉลากโภชนาการทุกครั้งหรือเป็นบางครั้ง ส่วนใหญ่เมื่ออ่านแล้วรู้เรื่องและเข้าใจบ้างเล็กน้อยเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 53.4 และ 80.5 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่อ่านข้อมูลพลังงานทั้งหมด (ร้อยละ 68.7) รองลงมาอ่านข้อมูลปริมาณแคลเซียม น้ำตาล ไขมัน และโคเลสเตอรอล ตามลำดับ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ข้อมูลปริมาณแคลเซียมในการตัดสินใจซื้อ (ร้อยละ 59.6) รองลงมาใช้ข้อมูลปริมาณน้ำตาล พลังงานทั้งหมด ไขมัน และโคเลสเตอรอล ตามลำดับ โดยมีการเลือกซื้อจากกรกล่าวอ้างทางโภชนาการ เช่น มีปริมาณแคลเซียมสูง หรือไขมันต่ำ เป็นหลัก (ร้อยละ 41.8)

เหตุผลสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้คือให้แร่ธาตุสำคัญที่ร่างกายต้องการ (ร้อยละ 69.5) เกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ 4 อันดับแรก ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการ ราคาเหมาะสม รสชาติ และตราหือ ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่นิยมซื้อจากร้านสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง (ร้อยละ 35.7) และสื่อโทรทัศน์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด (ร้อยละ 92.3)

เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญตามลำดับคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ยรวม 4.18) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ยรวม 4.13) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ยรวม 4.08) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ยรวม 3.63)

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ มีแคลเซียมสูง (ค่าเฉลี่ย 4.38) มีไขมันต่ำ (ค่าเฉลี่ย 4.27) เสริมวิตามิน (ค่าเฉลี่ย 4.26) มีน้ำตาลน้อย (ค่าเฉลี่ย 4.21) รสชาติอร่อย (ค่าเฉลี่ย 4.19) มีการแสดงฉลากโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) ตราสินค้า(หือ) มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.02) และบรรจุภัณฑ์สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ปัจจัยย่อยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.32) ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.23) และราคาถูกกว่าหืออื่นเมื่อเทียบในปริมาณที่เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ หาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.27) และสินค้าไม่ขาดตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.99) มีการลดแลกแจกแถม (ค่าเฉลี่ย 3.63) และมีพนักงานขายแนะนำและให้ข้อมูลสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.52) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการที่บริษัทจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคม ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40)

2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ความเข้าใจ และความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ต่อพฤติกรรมการอ่านฉลากโภชนาการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อ่านฉลากโภชนาการทุกครั้ง อ่านเป็นบางครั้ง และไม่อ่านเลย มีความรู้ ความเข้าใจโดยรวมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นี้ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 66.4, 65.8 และ 65.0 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่ทราบว่าผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ต้องมีการแสดงฉลากโภชนาการ และการกล่าวอ้างนี้เป็นการกล่าวอ้างปริมาณสารอาหาร หรือหน้าที่ของสารอาหารที่มีต่อร่างกาย แต่ส่วนใหญ่ยังเข้าใจผิดว่าการกล่าวอ้างปริมาณ โดยเปรียบเทียบ สามารถเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตรายใดก็ได้ทั่วโลก ด้านความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นี้อยู่ในระดับไม่แน่ใจเช่นเดียวกัน มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.44, 3.26 และ 3.07 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ช่วยในการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์นมก่อนตัดสินใจซื้อ และการอ่านฉลากโภชนาการ ช่วยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่ให้สารอาหารเหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย แต่หน่วยงานของรัฐยังมีการให้ความรู้ไม่เพียงพอแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ความเข้าใจ และความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ต่อความเข้าใจเมื่ออ่านฉลากโภชนาการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อ่านฉลากโภชนาการแล้วไม่รู้เรื่องและไม่เข้าใจเลย มีระดับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภทนี้อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 54.8 โดยมีความรู้ ความเข้าใจระดับน้อยในประเด็นเกี่ยวกับนมพร้อมดื่มประเภทนี้ต้องบรรจุเป็นกล่องเท่านั้น และประเด็นเกี่ยวกับการกล่าวอ้างปริมาณ โดยเปรียบเทียบ ด้านความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นี้อยู่ในระดับไม่แน่ใจ มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.09 โดยเห็นด้วยว่าการบริโภคผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มประเภทนี้มีส่วนช่วยในการดูแลสุขภาพ และข้อมูลบนฉลากโภชนาการอ่านแล้วเข้าใจยาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อ่านฉลากโภชนาการแล้วรู้เรื่องและเข้าใจบ้างเล็กน้อย และรู้เรื่องและเข้าใจดี มีระดับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภทนี้อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 70.8 และ 71.6 ตามลำดับ โดยมีความรู้ ความเข้าใจมากที่สุดในเรื่องนี้ได้แก่ นมพร้อมดื่มกลุ่มนี้ต้องมีการแสดงฉลากโภชนาการ การกล่าวอ้างนี้เป็นการกล่าวอ้างปริมาณสารอาหาร หรือหน้าที่ของสารอาหารที่มีต่อร่างกาย นมพร้อมดื่มกลุ่มนี้ ไม่จำเป็นต้องวางจำหน่ายในร้านขายสินค้า

เพื่อสุขภาพเท่านั้น และไม่จำเป็นต้องบรรจุเป็นกล่องเท่านั้น แต่มีความรู้ ความเข้าใจระดับน้อยที่สุดเกี่ยวกับการกล่าวอ้างปริมาณ โดยเปรียบเทียบ ด้านความคิดเห็น โดยรวมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นี้อยู่ในระดับไม่แน่ใจ มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.28 และ 3.41 ตามลำดับ โดยเห็นด้วยว่าการอ่านฉลากโภชนาการช่วยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่ให้สารอาหารเหมาะสมกับความ ต้องการของร่างกาย แต่ราคาของนมพร้อมดื่มประเภทนี้ยังมีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์นมทั่วไป

ส่วนที่ 3 ทักษะของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.1 จำแนกตามเพศ พบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 65.7 และ 65.8 ตามลำดับ โดยมีความรู้ ความเข้าใจมากที่สุดในประเด็นเกี่ยวกับนมพร้อมดื่มกลุ่มนี้ ต้องมีการแสดงฉลากโภชนาการ แต่มีความรู้ ความเข้าใจน้อยในประเด็นเกี่ยวกับการกล่าวอ้างปริมาณ โดยเปรียบเทียบนั้น สามารถใช้เปรียบเทียบปริมาณสารอาหารกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน ของผู้ผลิตรายใดก็ได้ทั่วโลก ด้านความคิดเห็นพบว่า มีความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภทนี้อยู่ในระดับไม่แน่ใจ มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.23 และ 3.29 ตามลำดับ โดยเห็นด้วยว่าการอ่านฉลากโภชนาการช่วยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่ม ที่ให้สารอาหารเหมาะสมกับความ ต้องการของร่างกาย แต่ราคาของนมพร้อมดื่มกลุ่มนี้ยังสูงกว่าผลิตภัณฑ์นมโดยทั่วไป ด้านพฤติกรรมพบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่อ่านฉลากโภชนาการประกอบในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมชนิดนี้เป็นบางครั้ง และเมื่ออ่านแล้วส่วนใหญ่รู้เรื่องและเข้าใจบ้างเล็กน้อย โดยเพศชายส่วนใหญ่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทนี้จากร้านสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง (ร้อยละ 45.3) ในขณะที่เพศหญิงส่วนใหญ่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทนี้จากซูเปอร์มาร์เก็ต (ร้อยละ 39.6) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกซื้อในระดับมากทุกปัจจัย

3.2 จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งกลุ่มที่มีอายุไม่เกิน 40 ปี และ 40 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 65.9 และ 65.5 ตามลำดับ โดยมีความรู้ ความเข้าใจมากที่สุดในประเด็นเกี่ยวกับนมพร้อมดื่มกลุ่มนี้ ต้องมีการแสดงฉลากโภชนาการ แต่มีความรู้ ความเข้าใจน้อยในประเด็นเกี่ยวกับการกล่าวอ้างปริมาณ โดยเปรียบเทียบนั้น สามารถใช้เปรียบเทียบปริมาณสารอาหารกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน ของผู้ผลิตรายใดก็ได้ทั่วโลก ด้านความคิดเห็นพบว่า มีความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภทนี้อยู่ในระดับไม่แน่ใจ มีค่าเฉลี่ยระดับความ

คิดเห็น 3.28 และ 3.23 ตามลำดับ โดยมีระดับความคิดเห็นสูงสุดในข้อความที่กล่าวว่า การอ่านฉลากโภชนาการช่วยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่ให้สารอาหารเหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย แต่มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันคือ ในกลุ่มผู้ที่มีอายุไม่เกิน 40 ปี เห็นด้วยว่าตราสินค้าและขนาดบรรจุภัณฑ์ของนมพร้อมดื่มกลุ่มนี้มีให้เลือกน้อย ในขณะที่ผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ไม่แน่ใจในข้อความดังกล่าว ด้านพฤติกรรมพบว่าส่วนใหญ่อ่านฉลากโภชนาการประกอบในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมชนิดนี้เป็นบางครั้ง และเมื่ออ่านแล้วรู้เรื่องและเข้าใจบ้างเล็กน้อย ผู้ที่มีอายุไม่เกิน 40 ปี ส่วนใหญ่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทนี้จากร้านสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง (ร้อยละ 45.6) ขณะที่กลุ่มที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป นิยมซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ต (ร้อยละ 34.0) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกซื้อในระดับมากทุกปัจจัย

3.3 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท รายได้ 10,000-20,000 บาท และ 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 60.2, 64.3 และ 67.5 ตามลำดับ โดยมีความรู้ความเข้าใจมากที่สุดในระดับนี้เกี่ยวกับนมพร้อมดื่มกลุ่มนี้ ต้องมีการแสดงฉลากโภชนาการ แต่มีความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุดในประเด็นเกี่ยวกับการกล่าวอ้างปริมาณ โดยเปรียบเทียบนั้น สามารถใช้เปรียบเทียบปริมาณสารอาหารกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันของผู้ผลิตรายใดก็ได้ทั่วโลก ด้านความคิดเห็นพบว่ามีความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภทนี้อยู่ในระดับไม่แน่ใจเช่นเดียวกัน มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.26, 3.27 และ 3.26 ตามลำดับ โดยเห็นด้วยว่าการอ่านฉลากโภชนาการช่วยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่ให้สารอาหารเหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย และการกล่าวอ้างทางโภชนาการช่วยในการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์นมก่อนตัดสินใจซื้อ แต่ตราสินค้าของผู้ผลิตนมพร้อมดื่มกลุ่มนี้ยังมีน้อย และยังมีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์นมทั่วไป ด้านพฤติกรรมพบว่าส่วนใหญ่อ่านฉลากโภชนาการประกอบในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมชนิดนี้เป็นบางครั้ง และเมื่ออ่านแล้วส่วนใหญ่รู้เรื่องและเข้าใจบ้างเล็กน้อย ผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทนี้จากร้านสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง (ร้อยละ 47.9) ผู้ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท นิยมซื้อจากร้านสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง (ร้อยละ 32.7) และซูเปอร์มาร์เก็ต (ร้อยละ 32.0) ส่วนผู้ที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป นิยมซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ต (ร้อยละ 46.6) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกซื้อในระดับมากทุกปัจจัย ยกเว้นผู้ที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไปจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 59.3) ไม่มีปัญหาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ และระบุว่าผลิตภัณฑ์ชนิดนี้น่าจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในอนาคต แต่ที่มีปัญหาอยู่บ้าง เช่น มีการโฆษณาเกินจริง คุณภาพต่ำกว่าที่มีการกล่าวอ้าง ราคาแพงกว่ายี่ห้ออื่นในปริมาณที่เท่ากัน ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ และราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ

5.2 อภิปรายผล

จากผลการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองพะเยา ต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ สามารถอภิปรายผลตามแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ ได้ดังนี้

5.2.1 องค์ประกอบทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจ

องค์ประกอบด้านนี้เป็นส่วนที่เป็นความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ที่จะสะท้อนให้เห็นถึงความคิดและความเชื่อของแต่ละบุคคล ซึ่งอาจถูกหรือผิดได้ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจในระดับมากเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ (ร้อยละ 65.8) สอดคล้องกับผลการศึกษาของโสภิต ทองดั่ง (2544) ที่พบว่านักเรียนในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ส่วนใหญ่มีการรับรู้ในการแปลข้อมูลบนฉลากโภชนาการกับการเลือกบริโภคอยู่ในระดับมาก และการศึกษาของวรรณิ สุขจันทร์ (2546) ที่พบว่าความรู้เรื่องฉลากโภชนาการของนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีความรู้เรื่องฉลากโภชนาการในเกณฑ์สูง ซึ่งความเข้าใจในระดับที่มากนั้น อาจนำไปสู่การเลือกซื้อ หรือหลีกเลี่ยงที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่ไม่เหมาะสมต่อร่างกายตนเองได้

เมื่อพิจารณาถึงความแตกต่างของระดับความรู้ ความเข้าใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมกลุ่มนี้ในระดับมาก ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของบัณฑิตา ศรีวิชัย (2551) ที่พบว่าบุคลากรด้านสาธารณสุข ในอำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน เพศหญิงมีการรับรู้เรื่องฉลากโภชนาการในระดับสูง ในขณะที่เพศชายมีการรับรู้ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาความแตกต่างของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งกลุ่มที่มีอายุไม่เกิน 40 ปี และ 40 ปีขึ้นไป มีระดับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภทนี้อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของวรรณิ สุขจันทร์ (2546) ที่พบว่านักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะ

ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี มีความรู้เรื่องฉลากโภชนาการในระดับมาก ในขณะที่ผู้ที่มียุ 30 ปี ขึ้นไป มีความรู้เรื่องฉลากโภชนาการในระดับปานกลาง

5.2.2 องค์ประกอบทัศนคติด้านความคิดเห็นหรือความรู้สึก

องค์ประกอบด้านนี้ เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงอารมณ์ ความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จากการศึกษาพบว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 จัดอยู่ในระดับไม่แน่ใจ โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความที่วัดความคิดเห็นทางบวก ในประเด็นเกี่ยวกับความสำคัญของฉลากโภชนาการ และการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ในด้านต่างๆ ได้แก่ ช่วยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ให้สารอาหารเหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย ช่วยในการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ก่อนตัดสินใจซื้อ และมีส่วนช่วยในการดูแลสุขภาพสภาพ รวมทั้งเห็นด้วยว่าผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้มีการโฆษณาทางสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง และสามารถหาซื้อได้ง่าย สอดคล้องกับการศึกษาของชลิลักษณ์ สุทธิภักดี (2549) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยว่า ฉลากโภชนาการมีประโยชน์ต่อผู้บริโภค ทำให้สามารถเลือกซื้ออาหารที่มีประโยชน์ มีคุณค่า และหลีกเลี่ยงสารอาหารที่ไม่ต้องการได้

สำหรับข้อความที่วัดความคิดเห็นทางลบนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในประเด็นเกี่ยวกับการที่หน่วยงานของรัฐยังให้ความรู้ไม่เพียงพอแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ รวมทั้งตราสินค้าของผู้ผลิตนมประเภทนี้ยังมีน้อย และมีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์นมโดยทั่วไป นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกไม่แน่ใจในข้อความต่างๆ ที่กล่าวว่า ฉลากโภชนาการไม่จำเป็นในการเลือกซื้อนมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ มีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มจากตราชื้อ โดยไม่สนใจข้อมูลบนฉลากโภชนาการ ข้อมูลบนฉลากโภชนาการอ่านแล้วเข้าใจยาก และขนาดบรรจุภัณฑ์ของนมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการมีให้เล็กน้อย สอดคล้องกับผลการศึกษาของวรรณิ สุขจันทร์ (2546) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคเห็นความสำคัญของฉลากโภชนาการให้มากขึ้น และควรปรับปรุงฉลากโภชนาการ โดยใช้ภาษาที่อ่านและเข้าใจได้ง่าย และการศึกษาของวาสนา สุกฤตยา (2543) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการให้ผู้ประกอบการปรับปรุงราคาของผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มให้ถูกลง และเพิ่มความหลากหลายของขนาดบรรจุนมพร้อมดื่ม

5.2.3 องค์ประกอบทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรม

องค์ประกอบด้านนี้ เป็นความโน้มเอียงของพฤติกรรมที่จะกระทำหรือไม่กระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ขึ้นอยู่กับความคิดหรือความรู้สึกของแต่ละบุคคล จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านฉลากโภชนาการประกอบในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการเป็นบางครั้ง และเมื่ออ่านฉลากโภชนาการแล้วรู้เรื่องและเข้าใจบ้างเล็กน้อย สอดคล้องกับการศึกษาของชลีลักษณ์ สุทธภักติ (2549) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านฉลากโภชนาการเป็นบางครั้ง ก่อนซื้ออาหารสำเร็จรูปมารับประทาน แสดงให้เห็นว่าถึงแม้บางคนจะยังไม่เข้าใจฉลากโภชนาการดีนัก แต่ส่วนใหญ่ก็ยังให้ความสำคัญกับการอ่านฉลากโภชนาการบ้างในบางครั้ง ซึ่งอาจขึ้นอยู่กับเวลาในการซื้อ และความน่าสนใจของฉลากโภชนาการ

ข้อมูลบนฉลากโภชนาการที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่าน ได้แก่ ข้อมูลพลังงาน ทั้งหมด ปริมาณแคลเซียม น้ำตาล ไขมัน และโคเลสเตอรอล และได้ใช้ข้อมูลเหล่านี้ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ โดยข้อมูลที่ใช้มากที่สุดคือ ปริมาณแคลเซียม เหตุผลสำคัญที่บริโภคนผลิตภัณฑ์นมประเภทนี้ คือให้แร่ธาตุสำคัญที่ร่างกายต้องการ สอดคล้องกับผลการวัดระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านมีแคลเซียมสูงมากที่สุด รวมทั้งสอดคล้องกับผลการศึกษาของอรพร วนมงคล (2544) พบว่าการอ่านข้อมูลโภชนาการของผู้บริโภค อายุ 20-60 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการใช้ข้อมูลโภชนาการในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่ม การศึกษาของชลีลักษณ์ สุทธภักติ (2549) ที่พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่สนใจค่ากล่าวอ้างที่ว่า “ไขมันต่ำ” หรือ “แคลเซียมสูง” มากที่สุด ซึ่งอาจเนื่องมาจากผู้บริโภคเห็นถึงคุณประโยชน์และความจำเป็นของแร่ธาตุแคลเซียมที่มีต่อร่างกาย รวมทั้งผลเสียหากร่างกายได้รับแคลเซียมไม่เพียงพอ เช่น เป็นโรคกระดูกพรุน กระดูกเปราะง่าย เป็นต้น ซึ่งน่าจะเป็นผลสืบเนื่องมาจากการโฆษณา ที่ผู้ผลิตส่วนใหญ่ในปัจจุบันนิยมใช้แคลเซียมมาเป็นจุดขายในการโฆษณามากขึ้น

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการจากร้านสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง สอดคล้องกับการศึกษาของศิริรัตน์ ตรีรัตน์ (2549) ที่พบว่าสถานที่ที่ผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองราชบุรี เลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มบ่อยที่สุด คือร้าน 7-Eleven และการศึกษาของบุษบา ไชยอุปละ (2549) พบว่าผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ซื้อผลิตภัณฑ์นมที่ร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven และมินิมาร์ทในปั้มน้ำมันบ่อยที่สุด

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองพะเยา ต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ สามารถสรุปข้อค้นพบได้ดังนี้

5.3.1 ด้านความรู้ ความเข้าใจ

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบดีว่านมพร้อมดื่มประเภทนี้ต้องมีการแสดงฉลากโภชนาการ และการกล่าวอ้างนี้เป็นการกล่าวอ้างปริมาณสารอาหาร หรือหน้าที่ของสารอาหารที่มีต่อร่างกาย แต่ส่วนใหญ่ยังเข้าใจผิดว่าในฉลากโภชนาการนั้น สามารถเปรียบเทียบปริมาณสารอาหารกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันของผู้ผลิตรายใดก็ได้ และในการกล่าวอ้างทางโภชนาการนั้น สามารถใช้ข้อความระบุว่าสารอาหารนั้น สามารถป้องกันหรือบำบัดโรคได้

2. ผู้ตอบแบบสอบถามที่อ่านฉลากโภชนาการแล้วไม่รู้เรื่องและไม่เข้าใจเลย มีระดับความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ อยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ผู้ที่อ่านแล้วรู้เรื่องและเข้าใจบ้างเล็กน้อย หรืออ่านแล้วรู้เรื่องและเข้าใจดี มีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภทนี้อยู่ในระดับมาก

3. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท มีความรู้ ความเข้าใจในระดับน้อย ในประเด็นเกี่ยวกับการกล่าวอ้างทางโภชนาการ สามารถใช้ข้อความระบุว่าสารอาหารนั้นสามารถป้องกันหรือบำบัดโรคได้นั้น ในขณะที่ผู้ที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท มีความรู้ความเข้าใจระดับปานกลาง และผู้ที่มีรายได้ 20,000 บาท ขึ้นไป มีความรู้ ความเข้าใจในระดับมาก เกี่ยวกับประเด็นดังกล่าว ตามลำดับ

5.3.2 ด้านความคิดเห็นหรือความรู้ลึก

1. ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่อ่านฉลากโภชนาการเลย และผู้ที่อ่านฉลากโภชนาการแล้วไม่รู้เรื่องและไม่เข้าใจเลย เห็นด้วยว่าข้อมูลบนฉลากโภชนาการ อ่านแล้วเข้าใจยาก และฉลากโภชนาการไม่จำเป็นในการเลือกซื้อนมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ แต่ในขณะเดียวกันก็เห็นด้วยว่า การอ่านฉลากโภชนาการช่วยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่ให้สารอาหารเหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย และการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ช่วยในการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์นมก่อนตัดสินใจซื้อ

2. ผู้ตอบแบบสอบถามที่อ่านฉลากโภชนาการแล้วรู้เรื่องและเข้าใจดี ไม่เห็นด้วยกับข้อความที่กล่าวว่า ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มจากตราที่หือ โดยไม่สนใจข้อมูลบนฉลากโภชนาการ แต่ในขณะเดียวกันก็ไม่แน่ใจว่าฉลากโภชนาการจำเป็นในการเลือกซื้อนมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการหรือไม่

3. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 40 ปี เห็นด้วยว่าตราสินค้า และขนาดบรรจุภัณฑ์ของนมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ยังมีให้เลือกน้อย แต่ในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปกลับไม่แน่ใจว่ามีให้เลือกน้อยหรือไม่

5.3.3 ด้านแนวโน้มพฤติกรรม

1. รายละเอียดบนฉลากโภชนาการที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญในการอ่านและใช้ในการตัดสินใจซื้อนมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ มีอยู่ 5 รายการ คือ พลังงานทั้งหมด ปริมาณแคลเซียม ปริมาณน้ำตาล ปริมาณไขมัน และปริมาณโคเลสเตอรอล

2. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 40 ปี ส่วนใหญ่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์นมประเภทนี้จากร้านสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง ในขณะที่ผู้ที่มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป ส่วนใหญ่นิยมซื้อจากในซูเปอร์มาร์เก็ต รองลงมา คือ ซื้อจากร้านค้าหรือร้านชำทั่วไป

3. ผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ในขณะที่ผู้ที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองพะเยาต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ สามารถเสนอแนะแนวทางสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้ประกอบการธุรกิจนมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ดังนี้

5.4.1 ข้อเสนอแนะต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

จากการที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เห็นด้วยว่าหน่วยงานของรัฐยังมีการให้ความรู้ไม่เพียงพอแก่ผู้บริโภค เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ โดยส่วนใหญ่ยังมีความเข้าใจระดับปานกลางและน้อย ใน 2 ประเด็น เกี่ยวกับการที่ไม่สามารถระบุข้อความในการป้องกันหรือบำบัดโรค และการเปรียบเทียบปริมาณสารอาหารกับผู้ผลิตรายอื่น ดังนั้นสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบโดยตรงเกี่ยวกับฉลากโภชนาการและการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ควรมีการดำเนินการที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม ในการให้ความรู้เกี่ยวกับฉลากโภชนาการ และการกล่าวอ้างทางโภชนาการแก่ผู้บริโภคให้มากขึ้น โดยอาจจัดทำเป็นการประชาสัมพันธ์แนะนำวิธีการอ่านฉลากโภชนาการ และแสดงให้เห็นความสำคัญของการอ่านฉลากโภชนาการ ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด ซึ่งอาจจัดทำเป็นรายการเกร็ดความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว ที่ใช้ระยะเวลาดำเนินรายการไม่นาน แทรกไป

ระหว่างการโฆษณาสินค้าอื่นๆ หรืออาจใช้การ์ตูนเป็นสื่อในการให้ความรู้ เพื่อสร้างความน่าสนใจ นอกจากนี้ยังควรจัดโครงการบรรยายให้ความรู้ในเรื่องฉลากโภชนาการแก่ผู้บริโภคในจังหวัดต่างๆ โดยดำเนินการควบคู่ไปกับโครงการต่างๆ ที่ได้จัดทำขึ้นก่อนหน้านี้ เช่น โครงการอ่านฉลากก่อนซื้อ โครงการเสริมสร้างความตื่นตัวในการปกป้องสิทธิผู้บริโภค โครงการสายช่วยผู้บริโภคกับอย. เป็นต้น รวมทั้งเพิ่มเติมความรู้เกี่ยวกับฉลากโภชนาการในหลักสูตรการศึกษา ทุกระดับการศึกษา อีกทั้งยังควรปรับปรุงรูปแบบของการแสดงฉลากโภชนาการ ให้มีความน่าสนใจมากขึ้น และง่ายต่อการทำความเข้าใจ เช่น ปรับปรุงตัวหนังสือให้มีขนาดที่เหมาะสมต่อการอ่าน สามารถมองเห็นได้ชัดเจน มีข้อมูลทางโภชนาการเท่าที่จำเป็นและอ่านเข้าใจง่าย สีที่ใช้จัดพิมพ์ฉลากโภชนาการควรเป็นสีที่เห็นเด่นชัด ซึ่งอาจจัดทำฉลากโภชนาการในรูปแบบต่างๆ แล้วทดลองศึกษาจากประชากรกลุ่มตัวอย่างว่าฉลากโภชนาการแบบใดที่ผู้บริโภคจะเข้าใจได้ง่ายที่สุด

5.4.2 ข้อเสนอแนะต่อผู้ผลิต

จากการที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับข้อมูลพลังงานทั้งหมด ปริมาณแคลเซียม ปริมาณน้ำตาล ปริมาณไขมัน และปริมาณโคเลสเตอรอล ดังนั้นผู้ประกอบการควรจะเน้นความสำคัญของข้อมูลเหล่านี้ให้เห็นได้ง่ายและชัดเจน เช่น ใช้สีตัวหนังสือที่เห็นเด่นชัด ใช้ตัวหนังสือที่มีขนาดใหญ่ สามารถอ่านได้ง่าย ใช้แถบสีเน้นปริมาณของข้อมูลที่สำคัญที่ต้องการแสดงให้ผู้บริโภคเห็นความแตกต่าง เพื่อสร้างความสนใจ นอกจากนี้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ่านทางสื่อต่างๆ ควรแทรกความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับฉลากโภชนาการ และแนะนำวิธีการอ่านฉลากอย่างง่ายๆ เข้าไปในโฆษณาด้วย

นอกจากนี้ จากการที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เห็นด้วยว่านมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการมีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์นมทั่วไป และตราสินค้าของผู้ผลิตนมประเภทนี้ยังมีให้เลือกน้อย อีกทั้งยังรู้สึกไม่แน่ใจว่าขนาดบรรจุภัณฑ์ของนมพร้อมดื่มกลุ่มนี้มีให้เลือกน้อยหรือไม่ ดังนั้นผู้ผลิตควรผลิตนมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการให้มีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งด้านขนาดบรรจุภัณฑ์ รสชาติ ราคา และคุณค่าทางโภชนาการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน รวมทั้งควรปรับปรุงในเรื่องราคา โดยให้มีราคาที่เหมาะสมและใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มทั่วไป ควรมีการวางแผนการผลิตให้เหมาะสม ป้องกันไม่ให้สินค้าขาดตลาด และจัดจำหน่ายให้ทั่วถึง สามารถหาซื้อได้ง่าย อีกทั้งควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาด โดยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง และมีการจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคม เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท

5.4.3 ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดพะเยา

เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของจังหวัด ในการส่งเสริมสุขภาพให้กับประชาชนอย่างทั่วถึง นอกจากการรณรงค์ให้เลือกบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ เหมาะสมกับภาวะสุขภาพของคนแล้ว ทางสำนักงานจังหวัด และสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ควรมีการส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้และความเข้าใจ รวมทั้งประโยชน์ของการอ่านฉลากโภชนาการ ผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น วิทยุเสียงตามสาย หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เป็นต้น และผ่านทางบุคลากรทางด้านสาธารณสุข ได้แก่ แพทย์พยาบาล รวมทั้งครูอาจารย์ที่สอนในระดับต่างๆ