

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองพะเยา ต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ เก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย นำผลการศึกษามาทำการวิเคราะห์ทางสถิติ และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย โดยแบ่งการแสดงผลการวิเคราะห์ออกเป็น ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตาราง 1)

ส่วนที่ 2 ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ แบ่งเป็น

2.1 ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ (ตาราง 2)

2.2 ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ (ตาราง 3)

2.3 แนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ (ตาราง 4 – ตาราง 17)

2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ความเข้าใจ และความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ต่อพฤติกรรมการอ่านฉลากโภชนาการ และความเข้าใจเมื่ออ่านฉลากโภชนาการ (ตาราง 18 - ตาราง 21)

ส่วนที่ 3 ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.1 จำแนกตามเพศ (ตาราง 22 – ตาราง 30)

3.2 จำแนกตามอายุ (ตาราง 31 – ตาราง 39)

3.3 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตาราง 40 – ตาราง 48)

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ (ตาราง 49 – ตาราง 51)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองพะเยา ต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.5 (ตาราง 1) อายุระหว่าง 20-30 ปี (ร้อยละ 23.8) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (ร้อยละ 53.2) ประกอบอาชีพรับราชการ (ร้อยละ 28.3) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท (ร้อยละ 41.2)

ตาราง 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	170	42.5
หญิง	230	57.5
อายุ		
ไม่เกิน 20 ปี	73	18.2
20 – 30 ปี	95	23.8
31 – 40 ปี	82	20.5
41 – 50 ปี	92	23.0
51 – 60 ปี	43	10.7
61 ปีขึ้นไป	15	3.8
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น	15	3.7
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.	54	13.5
อนุปริญญา หรือ ปวส.	68	17.0
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	213	53.2
ปริญญาโทหรือเทียบเท่า	47	11.8
ปริญญาเอก	3	0.8

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	84	21.0
รับราชการ	113	28.3
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	62	15.5
พนักงานบริษัทเอกชน	51	12.7
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	43	10.7
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	25	6.3
เกษตรกร	10	2.5
อื่นๆ (รับจ้างทั่วไป และลูกจ้างชั่วคราว)	12	3.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	165	41.2
10,000 – 20,000 บาท	147	36.7
20,001 – 30,000 บาท	52	13.0
30,001 – 40,000 บาท	17	4.3
40,001 – 50,000 บาท	13	3.3
50,001 บาทขึ้นไป	6	1.5

ส่วนที่ 2 ทักษะของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ

2.1 ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ

จากการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองพะเยา ต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ต่อความรู้ความเข้าใจทั้งหมด 10 ข้อ พบว่าโดยรวมผู้บริโภครู้ความเข้าใจในระดับมากเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ มีค่าเฉลี่ยรวมร้อยละ 65.8 (ตาราง 2) โดยแบ่งตามระดับความเข้าใจดังนี้ คือ

1. มีความเข้าใจระดับมากที่สุด ในประเด็นความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์นี้ ต้องมีการแสดงฉลากโภชนาการ โดยมีผู้ตอบถูกร้อยละ 86.5
2. มีความเข้าใจระดับมาก ในประเด็นความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการกล่าวอ้างนี้ เป็นการกล่าวอ้างปริมาณสารอาหาร 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
3. มีความเข้าใจระดับปานกลาง ในประเด็นความรู้เกี่ยวกับการกล่าวอ้างนี้ ไม่สามารถใช้ข้อความระบุว่าสารอาหารนั้น สามารถป้องกันหรือบำบัดโรคได้ (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 47.0)
4. มีความเข้าใจระดับน้อย ในประเด็นความรู้เกี่ยวกับการเปรียบเทียบปริมาณสารอาหารนั้น ไม่สามารถเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันของผู้ผลิตรายใดก็ได้ทั่วโลก (มีผู้ตอบถูก ร้อยละ 20.8)
5. ไม่มีประเด็นความรู้ใด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจระดับน้อยที่สุด

ตาราง 2 ผลการตอบคำถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	จำนวนคนที่ตอบถูก (ร้อยละ)	จำนวนคนที่ตอบผิด (ร้อยละ)	จำนวนคนที่ตอบไม่ทราบ/ไม่แน่ใจ (ร้อยละ)	ระดับความเข้าใจ
1.การกล่าวอ้างทางโภชนาการ เป็นการกล่าวอ้างปริมาณสารอาหาร หรือหน้าที่ของสารอาหารที่มีต่อร่างกาย	315 (78.8)	29 (7.2)	56 (14.0)	มาก
2.ในการกล่าวอ้างทางโภชนาการ สามารถใช้ข้อความระบุว่าสารอาหารนั้น สามารถป้องกันหรือบำบัดโรคได้	188 (47.0)	128 (32.0)	84 (21.0)	ปานกลาง
3.สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ทำหน้าที่ควบคุมเกี่ยวกับการกล่าวอ้างทางโภชนาการ โดยตรง	275 (68.7)	53 (13.3)	72 (18.0)	มาก
4.นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ต้องมีการแสดงฉลากโภชนาการ	354 (86.5)	22 (7.5)	24 (6.0)	มากที่สุด
5.นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ เหมาะสำหรับผู้บริโภคที่มีปัญหาด้านสุขภาพเท่านั้น	289 (72.3)	74 (18.5)	37 (9.3)	มาก
6.ในการกล่าวอ้างปริมาณโดยเปรียบเทียบนั้น สามารถใช้เปรียบเทียบปริมาณสารอาหารกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน ของผู้ผลิตรายใดก็ได้ทั่วโลก	83 (20.8)	225 (56.3)	92 (23.0)	น้อย
7.นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างว่ามี "ปริมาณไขมันต่ำ" หรือ "น้ำตาลน้อย" ทำให้ท่านสามารถหลีกเลี่ยงสารอาหารที่ไม่ต้องการได้	293 (73.3)	41 (10.3)	66 (16.5)	มาก

ตาราง 2 (ต่อ)

ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	จำนวนคน ที่ตอบถูก (ร้อยละ)	จำนวนคน ที่ตอบผิด (ร้อยละ)	จำนวนคน ที่ตอบ ไม่ทราบ /ไม่แน่ใจ (ร้อยละ)	ระดับ ความเข้าใจ
8.นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ สามารถวางจำหน่ายได้ในร้านขายสินค้าเพื่อ สุขภาพเท่านั้น	281 (70.3)	82 (20.5)	37 (9.3)	มาก
9.ผู้ผลิตได้ใช้การกล่าวอ้างทางโภชนาการเป็น จุดขายในการโฆษณาผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่ม ที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	289 (72.3)	61 (15.3)	50 (12.5)	มาก
10.นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ต้องบรรจุเป็นกล่องเท่านั้น	270 (67.5)	73 (18.3)	57 (14.3)	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม (ร้อยละ)	65.8			มาก

2.2 ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ

จากการสอบถามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่าความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 จัดอยู่ในระดับความคิดเห็นที่ไม่แน่ใจ (ตาราง 3) โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในข้อความต่างๆ แยกตามความคิดเห็นทางบวกและทางลบ ในแต่ละกลุ่มความคิดเห็น ดังนี้ คือ

1. ข้อความที่วัดความคิดเห็นทางบวก ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อความที่ว่า การอ่านฉลากโภชนาการช่วยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่ม ที่ให้สารอาหารเหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นสูงสุดถึง 4.17 รองลงมาคือการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ช่วยในการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์นมก่อนตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเท่ากับ 4.03 นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.00) การบริโภคผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ มีส่วนช่วยในการดูแลสุขภาพ (ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.94) นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ หาซื้อได้ง่ายๆ กับนมพร้อมดื่มทั่วไป (ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.89) และผู้ตอบแบบสอบถามได้อ่านข้อมูลปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้รับประทานต่อวัน (Thai RDI) บนฉลากโภชนาการ (ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.88) ตามลำดับ

2. ข้อความที่วัดความคิดเห็นทางลบ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อความที่ระบุว่า นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการมีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์นมทั่วไป มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเท่ากับ 2.31 ลำดับถัดไปคือข้อความที่ว่า หน่วยงานของรัฐยังมีการให้ความรู้ไม่เพียงพอแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ (ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.40) และตราสินค้าของผู้ผลิตนมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการยังมีน้อย (ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.48) ซึ่งข้อความวัดความคิดเห็นทางลบนี้ หากมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นยิ่งน้อย แสดงว่ายิ่งเห็นด้วยกับข้อความดังกล่าว

นอกจากนี้ยังมีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความรู้สึกไม่แน่ใจในข้อความต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การวัดความคิดเห็นทางลบที่กล่าวว่า ฉลากโภชนาการไม่จำเป็นในการเลือกซื้อนมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.14 รองลงมาคือผู้ตอบแบบสอบถามมีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มจากตรารายี่ห้อ โดยไม่สนใจข้อมูลบนฉลากโภชนาการ (ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.01) ข้อมูลบนฉลากโภชนาการอ่านแล้ว เข้าใจยาก (ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.62) และขนาดบรรจุภัณฑ์ของนมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการมีให้เลือกน้อย (ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.51)

ตาราง 3 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ

ความคิดเห็นที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มี การกล่าวอ้างทางโภชนาการ	จำนวน (ร้อยละ) ในแต่ละระดับความคิดเห็น							ระดับ ความ คิดเห็น
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม	ค่าเฉลี่ย	
1.การบริโภคผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ มีส่วนช่วยในการดูแลรักษาสุขภาพ	1 (0.3)	12 (3.0)	62 (15.3)	260 (65.3)	65 (16.3)	400 (100.0)	3.94	เห็นด้วย
2.การอ่านฉลากโภชนาการช่วยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่ให้สารอาหารเหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย	0 (0.0)	5 (1.3)	28 (7.0)	262 (65.5)	105 (26.3)	400 (100.0)	4.17	เห็นด้วย
3.ข้อมูลบนฉลากโภชนาการอ่านแล้วเข้าใจยาก	10 (2.5)	82 (20.5)	106 (26.5)	152 (38.0)	50 (12.5)	400 (100.0)	2.62	ไม่แน่ใจ
4.ฉลากโภชนาการไม่จำเป็นในการเลือกซื้อนมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	49 (12.3)	136 (34.0)	67 (16.8)	117 (29.3)	31 (7.8)	400 (100.0)	3.14	ไม่แน่ใจ
5.ท่านอ่านข้อมูลปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้รับประทานต่อวัน (Thai RDI) บนฉลากโภชนาการ	0 (0.0)	18 (4.5)	99 (24.8)	195 (48.8)	88 (22.0)	400 (100.0)	3.88	เห็นด้วย
6.ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มจากตราหือโดยไม่สนใจข้อมูลบนฉลากโภชนาการ	39 (9.8)	144 (36.0)	64 (16.0)	118 (29.5)	35 (8.8)	400 (100.0)	3.01	ไม่แน่ใจ

ตาราง 3 (ต่อ)

ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ นมพร้อมดื่มที่มีการ กล่าวอ้างทางโภชนาการ	จำนวน (ร้อยละ) ในแต่ละระดับความคิดเห็น							ระดับ ความ คิดเห็น
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม	ค่าเฉลี่ย	
7.การกล่าวอ้างทางโภชนาการ ช่วยในการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ นมก่อนตัดสินใจซื้อ	0 (0.0)	13 (3.3)	50 (12.5)	250 (62.5)	87 (21.8)	400 (100.0)	4.03	เห็นด้วย
8.นมพร้อมดื่มที่มีการ กล่าวอ้างทางโภชนาการ หาซื้อได้ง่ายพอๆ กับ นมพร้อมดื่มทั่วไป	2 (0.5)	7 (1.8)	97 (24.3)	221 (55.3)	73 (18.3)	400 (100.0)	3.89	เห็นด้วย
9.นมพร้อมดื่มที่มีการ กล่าวอ้างทางโภชนาการ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทางสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง	1 (0.3)	14 (3.5)	55 (13.8)	250 (63.5)	80 (19.0)	400 (100.0)	4.00	เห็นด้วย
10.ตราสินค้าของผู้ผลิตนม พร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้าง ทางโภชนาการยังมีน้อย	3 (0.8)	41 (10.3)	140 (35.0)	176 (44.0)	40 (10.0)	400 (100.0)	2.48	เห็นด้วย
11.ราคาของนมพร้อมดื่มที่มี การกล่าวอ้างทางโภชนาการ มีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์นม ทั่วไป	15 (3.8)	22 (5.5)	112 (28.0)	173 (43.3)	78 (19.5)	400 (100.0)	2.31	เห็นด้วย
12.ขนาดบรรจุภัณฑ์ของนม พร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้าง ทางโภชนาการมีให้เลือกน้อย	6 (1.5)	40 (10.0)	153 (38.3)	153 (38.3)	48 (12.0)	400 (100.0)	2.51	ไม่แน่ใจ
13.หน่วยงานของรัฐยังมีการ ให้ความรู้ไม่เพียงพอแก่ ผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้าง ทางโภชนาการ	3 (0.8)	18 (4.5)	93 (22.0)	186 (46.5)	110 (26.3)	400 (100.0)	2.40	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยรวม							3.26	ไม่แน่ใจ

หมายเหตุ คำถามวัดความคิดเห็นทางบวก คือ ข้อ 1, 2, 5, 7, 8 และ 9

คำถามวัดความคิดเห็นทางลบ คือ ข้อ 3, 4, 6, 10, 11, 12 และ 13

2.3 แนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ

การศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านฉลากโภชนาการประกอบในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 57.8 (ตาราง 4) และมีผู้ตอบแบบสอบถามถึงร้อยละ 33.3 ที่อ่านฉลากโภชนาการทุกครั้ง นอกจากนี้ยังพบว่าส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามเมื่ออ่านฉลากโภชนาการแล้ว รู้เรื่องและเข้าใจบ้างเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 64.2 (ตาราง 5)

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการอ่านฉลากโภชนาการ กับความเข้าใจเมื่ออ่านฉลากโภชนาการ พบว่าส่วนใหญ่ของผู้ที่อ่านฉลากโภชนาการทุกครั้ง เมื่ออ่านแล้วรู้เรื่องและเข้าใจบ้างเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 53.4 (ตาราง 6) และมีผู้ที่อ่านฉลากโภชนาการทุกครั้ง แล้วรู้เรื่องและเข้าใจดีถึงร้อยละ 38.3 ในขณะที่ผู้ที่อ่านฉลากโภชนาการเป็นบางครั้ง ร้อยละ 80.5 เมื่ออ่านแล้วรู้เรื่องและเข้าใจบ้างเล็กน้อย และมีเพียงร้อยละ 13.9 ที่รู้เรื่องและเข้าใจดี

ตาราง 4 พฤติกรรมการอ่านฉลากโภชนาการในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมการอ่านฉลากโภชนาการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อ่านทุกครั้ง	133	33.3
อ่านบางครั้ง	231	57.8
ไม่อ่านเลย	36	9.0
รวม	400	100.0

ตาราง 5 ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่ออ่านฉลากโภชนาการของผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ

ความเข้าใจเมื่ออ่านฉลากโภชนาการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่รู้เรื่องและไม่เข้าใจเลย	60	15.0
รู้เรื่องและเข้าใจบ้างเล็กน้อย	257	64.2
รู้เรื่องและเข้าใจดี	83	20.8
รวม	400	100.0

ตารางที่ 6 พฤติกรรมการอ่าน และความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่ออ่านฉลากโภชนาการ ของผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ

ความเข้าใจเมื่ออ่านฉลากโภชนาการ	จำนวน (ร้อยละ) จำแนกตามพฤติกรรมการอ่านฉลากโภชนาการ	
	อ่านทุกครั้ง	อ่านบางครั้ง
ไม่รู้เรื่องและไม่เข้าใจเลย	11 (8.3)	13 (5.6)
รู้เรื่องและเข้าใจบ้างเล็กน้อย	71 (53.4)	186 (80.5)
รู้เรื่องและเข้าใจดี	51 (38.3)	32 (13.9)
รวม	133 (100.0)	231 (100.0)

เมื่อพิจารณารายละเอียดบนฉลากโภชนาการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข้อมูลเกี่ยวกับพลังงานทั้งหมดถึงร้อยละ 68.7 (ตาราง 7) รองลงมาเป็นการอ่านข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณแคลเซียม (ร้อยละ 68.4) ปริมาณน้ำตาล (ร้อยละ 64.3) ปริมาณไขมัน (ร้อยละ 63.7) และปริมาณโคเลสเตอรอล (ร้อยละ 60.4) ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาการใช้ข้อมูลบนฉลากโภชนาการในการตัดสินใจซื้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณแคลเซียม คิดเป็นร้อยละ 59.6 (ตาราง 8) รองลงมาใช้ข้อมูลปริมาณน้ำตาล (ร้อยละ 57.7) ข้อมูลพลังงานทั้งหมด (ร้อยละ 56.9) ปริมาณไขมัน (ร้อยละ 56.6) และปริมาณโคเลสเตอรอล (ร้อยละ 55.2) ตามลำดับ สำหรับข้อมูลนอกเหนือจากนี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจซื้อ โดยเหตุผลสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 69.5) บริโภคผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ คือ ให้แร่ธาตุสำคัญที่ร่างกายต้องการ (ตาราง 9)

ตาราง 7 รายละเอียดบนฉลากโภชนาการของผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามอ่าน

ข้อมูลบนฉลากโภชนาการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
พลังงานทั้งหมด	250	68.7	1
พลังงานจากไขมัน	151	41.5	7
ปริมาณไขมัน	232	63.7	4
ปริมาณโคเลสเตอรอล	220	60.4	5
ปริมาณน้ำตาล	234	64.3	3
ปริมาณแคลเซียม	249	68.4	2
ปริมาณใยอาหาร	149	40.9	8
ปริมาณธาตุเหล็ก	153	42.0	6
ปริมาณวิตามิน เอ	122	33.5	12
ปริมาณวิตามิน บี 1 และ บี 12	146	40.1	10
ปริมาณร้อยละของสารอาหารที่แนะนำต่อวัน	147	40.4	9
ปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้รับประทานต่อวัน (Thai RDI)	137	37.6	11
อื่นๆ (ปริมาณโซเดียม ปริมาณโปรตีน และ ปริมาณไขมันอิ่มตัว)	6	1.6	13

หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน

ตาราง 8 ข้อมูลบนฉลากโภชนาการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ

ข้อมูลบนฉลากโภชนาการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
พลังงานทั้งหมด	207	56.9	3
พลังงานจากไขมัน	138	37.9	6
ปริมาณไขมัน	206	56.6	4
ปริมาณโคเลสเตอรอล	201	55.2	5
ปริมาณน้ำตาล	210	57.7	2
ปริมาณแคลเซียม	217	59.6	1
ปริมาณใยอาหาร	114	31.3	9
ปริมาณธาตุเหล็ก	115	31.6	7
ปริมาณวิตามิน เอ	100	27.5	12
ปริมาณวิตามิน บี 1 และ บี 12	115	31.6	7
ปริมาณร้อยละของสารอาหารที่แนะนำต่อวัน	110	30.2	10
ปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้รับประทานต่อวัน (Thai RDI)	109	29.9	11
อื่นๆ (ปริมาณโซเดียม ปริมาณโปรตีน และปริมาณไขมันอิ่มตัว)	3	0.8	13

หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน

ตาราง 9 เหตุผลสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามบริโภคผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ

เหตุผลสำคัญที่บริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ให้แร่ธาตุสำคัญที่ร่างกายต้องการ	278	69.5
หลีกเลี่ยงสารอาหารที่ไม่ต้องการ	87	21.8
ป้องกันและบำบัดโรค	32	8.0
อื่นๆ (เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐานจาก ออย. และได้คุณค่าทางอาหารโดยรวม)	3	0.8
รวม	400	100.0

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ จากการกล่าวอ้างทางโภชนาการ เช่น มีปริมาณแคลเซียมสูง หรือไขมันต่ำเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 41.8 (ตาราง 10) รองลงมาคือเลือกซื้อจากข้อมูลปริมาณสารอาหาร และพลังงานของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก (ร้อยละ 36.2) และมีผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 22.0 ที่เลือกซื้อจากรายชื่อเป็นหลัก โดยเกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ 4 อันดับแรก ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการ คิดเป็นร้อยละ 73.5 (ตาราง 11) รองลงมาคือราคาเหมาะสม (ร้อยละ 72.3) รสชาติ (ร้อยละ 62.8) และรายชื่อ (ร้อยละ 56.8) ตามลำดับ

ในด้านสถานที่ซื้อนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 35.7) นิยมซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ จากร้านสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง (ตาราง 12) รองลงมาได้แก่ ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านค้าหรือร้านชำทั่วไป (ร้อยละ 29.0 และ 22.5 ตามลำดับ) มีส่วนน้อยที่ซื้อจากมินิมาร์ท และไฮเปอร์มาร์เก็ต โดยสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมชนิดนี้มากที่สุดคือ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 92.3 (ตาราง 13)

ตาราง 10 พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมการเลือกซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เลือกซื้อจากรายชื่อเป็นหลัก	88	22.0
เลือกซื้อจากข้อมูลปริมาณสารอาหาร และพลังงานของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก	145	36.2
เลือกซื้อจากการกล่าวอ้างทางโภชนาการ เช่น มีปริมาณแคลเซียมสูง หรือไขมันต่ำเป็นหลัก	167	41.8
รวม	400	100.0

ตาราง 11 เกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถาม

เกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
ตรายี่ห้อ	227	56.8	4
คุณค่าทางโภชนาการ	294	73.5	1
ราคาเหมาะสม	289	72.3	2
รสชาติ	251	62.8	3
ขนาดบรรจุ	142	35.5	6
บรรจุภัณฑ์	117	29.3	7
โฆษณาตามสื่อต่างๆ	70	17.5	8
มีการแสดงฉลากโภชนาการ	167	41.8	5
อื่นๆ (วันหมดอายุ)	3	0.8	9

หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน

ตาราง 12 แหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถาม

แหล่งที่ซื้อบ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ร้านสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง	143	35.7
มินิมาร์ท	17	4.3
ร้านค้า/ร้านชำทั่วไป	90	22.5
ซูเปอร์มาร์เก็ต	116	29.0
ไฮเปอร์มาร์เก็ต	34	8.5
รวม	400	100.0

ตาราง 13 สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ชนิดของสื่อ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
โทรทัศน์	369	92.3	1
วิทยุ	52	13.0	7
หนังสือพิมพ์	144	36.0	2
นิตยสาร	99	24.8	6
อินเทอร์เน็ต	103	25.8	4
ป้ายโฆษณา	131	32.8	3
ผู้อื่นแนะนำ	100	25.0	5

หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน

เมื่อพิจารณาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดตามลำดับคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีระดับความสำคัญเท่ากับ 4.18 (ตาราง 14) ด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับความสำคัญเท่ากับ 4.13 (ตาราง 15) ด้านราคา มีระดับความสำคัญเท่ากับ 4.08 (ตาราง 16) และด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความสำคัญเท่ากับ 3.63 (ตาราง 17) ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากกับปัจจัยย่อยทุกปัจจัย โดยเรียงตามลำดับ ได้ดังนี้ 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) ทรานส์ไขมัน (ค่าเฉลี่ย 4.02) และบรรจุภัณฑ์สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากกับปัจจัยย่อยทุกปัจจัย โดยเรียงตามลำดับ ได้ดังนี้ คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.32) ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.23) และราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่นเมื่อเทียบในปริมาณที่เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากกับปัจจัยย่อยทุกปัจจัย ได้แก่ หาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.27) และสินค้าไม่ขาดตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.08) ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากกับปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ ดังนี้คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.99) มีการลดแลกแจกแถม (ค่าเฉลี่ย 3.63) และมีพนักงานขายแนะนำและให้ข้อมูลสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการที่บริษัทจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคม ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ตาราง 14 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	จำนวน (ร้อยละ) ในแต่ละระดับความสำคัญ							ระดับ ความสำคัญ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	
ตราสินค้า (ยี่ห้อ) มีชื่อเสียง เป็นที่ ยอมรับ	1 (0.3)	10 (2.5)	86 (21.5)	186 (46.5)	117 (29.3)	400 (100.0)	4.02	มาก
บรรจุภัณฑ์สวยงาม	7 (1.8)	33 (8.3)	146 (36.5)	166 (41.5)	48 (12.0)	400 (100.0)	3.54	มาก
รสชาติอร่อย	0 (0.0)	3 (0.8)	61 (15.3)	193 (48.3)	143 (35.8)	400 (100.0)	4.19	มาก
มีแคลเซียมสูง	0 (0.0)	1 (0.3)	37 (9.3)	173 (43.3)	189 (47.3)	400 (100.0)	4.38	มาก
มีไขมันต่ำ	1 (0.3)	10 (2.5)	52 (13.0)	156 (39.0)	181 (45.3)	400 (100.0)	4.27	มาก
มีน้ำตาลน้อย	0 (0.0)	18 (4.5)	58 (14.5)	147 (36.8)	177 (44.3)	400 (100.0)	4.21	มาก
เสริมวิตามิน	1 (0.3)	5 (1.3)	62 (15.5)	154 (38.5)	178 (44.5)	400 (100.0)	4.26	มาก
มีการแสดงฉลาก โภชนาการ	6 (1.5)	7 (1.8)	60 (15.0)	180 (45.0)	147 (36.8)	400 (100.0)	4.14	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							4.13	มาก

ตาราง 15 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	จำนวน (ร้อยละ) ในแต่ละระดับความสำคัญ							ระดับความสำคัญ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	2 (0.5)	7 (1.8)	51 (12.8)	140 (35.0)	200 (50.0)	400 (100.0)	4.32	มาก
ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	6 (1.5)	5 (1.3)	56 (14.0)	156 (39.0)	177 (44.3)	400 (100.0)	4.23	มาก
ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่นเมื่อเทียบในปริมาณที่เท่ากัน	13 (3.3)	29 (7.3)	124 (31.0)	134 (33.5)	100 (25.0)	400 (100.0)	3.70	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							4.08	มาก

ตาราง 16 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน (ร้อยละ) ในแต่ละระดับความสำคัญ							ระดับความสำคัญ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	
หาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป	1 (0.3)	8 (2.0)	51 (12.8)	161 (40.3)	179 (44.8)	400 (100.0)	4.27	มาก
สินค้าไม่ขาดตลาด	0 (0.0)	17 (4.3)	69 (17.3)	177 (44.3)	137 (34.3)	400 (100.0)	4.08	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							4.18	มาก

ตาราง 17 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน (ร้อยละ) ในแต่ละระดับความสำคัญ							ระดับความสำคัญ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	4 (1.0)	14 (3.5)	83 (20.8)	181 (45.3)	118 (29.5)	400 (100.0)	3.99	มาก
มีการลดแลกแจกแถม	9 (2.3)	52 (13.0)	105 (26.3)	147 (36.8)	87 (21.8)	400 (100.0)	3.63	มาก
พนักงานขายแนะนำและให้ข้อมูลสินค้า	10 (2.5)	48 (12.0)	136 (34.0)	136 (34.0)	70 (17.5)	400 (100.0)	3.52	มาก
บริษัทจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคม	22 (5.5)	50 (12.5)	142 (35.5)	117 (29.3)	69 (17.3)	400 (100.0)	3.40	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม							3.63	มาก

2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ความเข้าใจ และความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ต่อพฤติกรรมการอ่านฉลากโภชนาการ และความเข้าใจเมื่ออ่านฉลากโภชนาการ

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ กับพฤติกรรมการอ่านฉลากโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อ่านฉลากโภชนาการทุกครั้ง มีความรู้ ความเข้าใจโดยรวมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นี้ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 66.4 (ตาราง 18) โดยมีความเข้าใจมากที่สุดในประเด็นความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการกล่าวอ้างนี้ เป็นการกล่าวอ้างปริมาณสารอาหาร หรือหน้าที่ของสารอาหารที่มีต่อร่างกาย (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 89.3) รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์นี้ต้องมีการแสดงฉลากโภชนาการ โดยมีผู้ตอบถูกร้อยละ 88.7 และผู้ผลิตได้ใช้การกล่าวอ้างนี้เป็นจุดขายในการโฆษณาผลิตภัณฑ์นมประเภทดังกล่าว (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 80.2) แต่มีความรู้ ความเข้าใจในระดับน้อยที่สุดในประเด็นความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการกล่าวอ้างปริมาณ โดยเปรียบเทียบ ซึ่งมีผู้ตอบถูกเพียงร้อยละ 17.5

ในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่อ่านฉลากโภชนาการเป็นบางครั้ง มีความรู้ ความเข้าใจโดยรวมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นี้ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 65.8 โดยมีความเข้าใจมากที่สุดในประเด็นความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์นี้ต้องมีการแสดงฉลากโภชนาการ โดยมีผู้ตอบถูกร้อยละ 84.5 แต่มีความรู้ ความเข้าใจในระดับน้อย ในประเด็นความรู้ที่เกี่ยวกับการกล่าวอ้างปริมาณ โดยเปรียบเทียบ ซึ่งมีผู้ตอบถูกเพียงร้อยละ 25.6

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่อ่านฉลากโภชนาการเลย มีความรู้ ความเข้าใจโดยรวมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นี้ในระดับมากเช่นกัน มีค่าเฉลี่ยรวม 65.0 โดยมีความเข้าใจมากที่สุดว่าผลิตภัณฑ์นี้ต้องมีการแสดงฉลากโภชนาการ ซึ่งมีผู้ตอบถูกร้อยละ 86.3 แต่มีความรู้ ความเข้าใจในระดับน้อยที่สุดที่เกี่ยวกับการกล่าวอ้างปริมาณ โดยเปรียบเทียบ โดยมีผู้ตอบถูกเพียงร้อยละ 19.4

ตาราง 18 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ จำแนกตามพฤติกรรมการอ่านฉลากโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	ร้อยละ (ระดับความรู้ ความเข้าใจ) ของผู้ที่ตอบคำถามถูก จำแนกตามพฤติกรรมการอ่านฉลากโภชนาการ		
	อ่านทุกครั้ง	อ่านบางครั้ง	ไม่อ่านเลย
1. การกล่าวอ้างทางโภชนาการ เป็นการกล่าวอ้างปริมาณสารอาหาร หรือหน้าที่ของสารอาหารที่มีต่อร่างกาย	89.3 (มากที่สุด)	86.3 (มาก)	60.7 (มาก)
2. ในการกล่าวอ้างทางโภชนาการ สามารถใช้ข้อความระบุว่าสารอาหารนั้น สามารถป้องกันหรือบำบัดโรคได้	43.4 (ปานกลาง)	45.3 (ปานกลาง)	51.1 (ปานกลาง)
3. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ทำหน้าที่ควบคุมเกี่ยวกับการกล่าวอ้างทางโภชนาการโดยตรง	66.5 (มาก)	69.6 (มาก)	69.9 (มาก)
4. นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการต้องมีการแสดงฉลากโภชนาการ	88.7 (มากที่สุด)	84.5 (มากที่สุด)	86.3 (มากที่สุด)
5. นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการเหมาะสำหรับผู้บริโภคที่มีปัญหาด้านสุขภาพเท่านั้น	67.4 (มาก)	76.0 (มาก)	73.0 (มาก)

ตาราง 18 (ต่อ)

ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการ กล่าวอ้างทางโภชนาการ	ร้อยละ (ระดับความรู้ ความเข้าใจ) ของผู้ที่ตอบคำถามถูก จำแนกตามพฤติกรรมการอ่านฉลากโภชนาการ		
	อ่านทุกครั้ง	อ่านบางครั้ง	ไม่อ่านเลย
6. ในกรกรกล่าวอ้างปริมาณโดยเปรียบเทียบ นั้น สามารถใช้เปรียบเทียบปริมาณ สารอาหารกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน ของผู้ผลิตรายใดก็ได้ทั่วโลก	17.5 (น้อยที่สุด)	25.6 (น้อย)	19.4 (น้อยที่สุด)
7. นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างว่ามี "ปริมาณไขมันต่ำ" หรือ "น้ำตาลน้อย" ทำ ให้ท่านสามารถหลีกเลี่ยงสารอาหาร ที่ไม่ต้องการได้	74.2 (มาก)	72.3 (มาก)	73.2 (มาก)
8. นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทาง โภชนาการ สามารถวางจำหน่ายได้ ในร้านขายสินค้าเพื่อสุขภาพเท่านั้น	72.9 (มาก)	67.1 (มาก)	71.2 (มาก)
9. ผู้ผลิตได้ใช้การกล่าวอ้างทางโภชนาการ เป็นจุดขายในการโฆษณาผลิตภัณฑ์นม พร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	80.2 (มากที่สุด)	60.3 (มาก)	76.8 (มาก)
10. นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทาง โภชนาการต้องบรรจุเป็นกล่องเท่านั้น	63.9 (มาก)	70.5 (มาก)	68.4 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	66.4 (มาก)	65.8 (มาก)	65.0 (มาก)

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ กับความเข้าใจเมื่ออ่านฉลากโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อ่านฉลากโภชนาการแล้วไม่รู้เรื่องและไม่เข้าใจเลย มีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภทนี้อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 54.8 (ตาราง 19) โดยที่ไม่มีประเด็นใดที่มีความรู้ ความเข้าใจในระดับมากที่สุด แต่มีความรู้ ความเข้าใจระดับน้อยในประเด็นต่างๆ ได้แก่ ส่วนใหญ่ยังเข้าใจผิดว่านมพร้อมดื่มประเภทนี้ต้องบรรจุเป็นกล่องเท่านั้น (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 38.3) และประเด็นเกี่ยวกับการกล่าวอ้างปริมาณ โดยเปรียบเทียบ (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 20.9)

ในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่อ่านฉลากโภชนาการแล้วรู้เรื่องและเข้าใจบ้างเล็กน้อย มีระดับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภทนี้อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 70.8 โดยมีความรู้ ความเข้าใจมากที่สุดในสี่ประเด็น ได้แก่ นมพร้อมดื่มกลุ่มนี้ต้องมีการแสดงฉลากโภชนาการ (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 93.5) การกล่าวอ้างนี้เป็นการกล่าวอ้างปริมาณสารอาหาร หรือหน้าที่ของสารอาหารที่มีต่อร่างกาย (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 86.0) นมพร้อมดื่มกลุ่มนี้ไม่จำเป็นต้องวางจำหน่ายในร้านขายสินค้าเพื่อสุขภาพเท่านั้น และไม่จำเป็นต้องบรรจุเป็นกล่องเท่านั้น (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 81.4 และ 81.3 ตามลำดับ) และมีความรู้ ความเข้าใจระดับน้อยที่สุดเกี่ยวกับการกล่าวอ้างปริมาณ โดยเปรียบเทียบ โดยส่วนใหญ่คิดว่าสามารถใช้เปรียบเทียบปริมาณสารอาหารกับผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตรายใดก็ได้ทั่วโลก โดยมีผู้ตอบถูกเพียงร้อยละ 19.8

ในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่อ่านฉลากโภชนาการแล้วรู้เรื่องและเข้าใจดี มีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภทนี้อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 71.6 โดยมีความรู้ ความเข้าใจมากที่สุดในสี่ประเด็น ได้แก่ นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการต้องมีการแสดงฉลากโภชนาการ (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 96.4) การกล่าวอ้างนี้เป็นการกล่าวอ้างปริมาณสารอาหาร หรือหน้าที่ของสารอาหารที่มีต่อร่างกาย (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 83.7) นมพร้อมดื่มกลุ่มนี้ไม่จำเป็นต้องวางจำหน่ายในร้านขายสินค้าเพื่อสุขภาพเท่านั้น และไม่จำเป็นต้องบรรจุเป็นกล่องเท่านั้น (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 85.5 และ 83.2 ตามลำดับ) และมีความรู้ ความเข้าใจระดับน้อยเกี่ยวกับการกล่าวอ้างปริมาณ โดยเปรียบเทียบ สามารถใช้เปรียบเทียบปริมาณสารอาหารกับผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตรายใดก็ได้ทั่วโลก มีผู้ตอบถูกเพียงร้อยละ 21.7

ตาราง 19 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ
จำแนกตามความเข้าใจเมื่ออ่านฉลากโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการ กล่าวอ้างทางโภชนาการ	ร้อยละ (ระดับความรู้ความเข้าใจ) ของผู้ที่ตอบคำถามถูก จำแนกตามความเข้าใจเมื่ออ่านฉลากโภชนาการ		
	ไม่รู้เรื่อง และไม่เข้าใจเลย	รู้เรื่องและเข้าใจ บ้างเล็กน้อย	รู้เรื่อง และเข้าใจดี
1. การกล่าวอ้างทางโภชนาการ เป็นการ กล่าวอ้างปริมาณสารอาหาร หรือหน้าที่ ของสารอาหารที่มีต่อร่างกาย	66.7 (มาก)	86.0 (มากที่สุด)	83.7 (มากที่สุด)
2. ในการกล่าวอ้างทางโภชนาการ สามารถ ใช้ข้อความระบุว่าสารอาหารนั้น สามารถ ป้องกันหรือบำบัดโรคได้	50.5 (ปานกลาง)	46.9 (ปานกลาง)	43.4 (ปานกลาง)
3. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ทำหน้าที่ควบคุมเกี่ยวกับการกล่าวอ้างทาง โภชนาการโดยตรง	68.0 (มาก)	69.5 (มาก)	68.7 (มาก)
4. นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทาง โภชนาการต้องมีการแสดงฉลาก โภชนาการ	69.5 (มาก)	93.5 (มากที่สุด)	96.4 (มากที่สุด)
5. นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทาง โภชนาการเหมาะสำหรับผู้บริโภคที่มี ปัญหาด้านสุขภาพเท่านั้น	63.5 (มาก)	75.2 (มาก)	77.9 (มาก)
6. ในการกล่าวอ้างปริมาณ โดยเปรียบเทียบ นั้น สามารถใช้เปรียบเทียบปริมาณ สารอาหารกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน ของผู้ผลิตรายใดก็ได้ทั่วโลก	20.9 (น้อย)	19.8 (น้อยที่สุด)	21.7 (น้อย)
7. นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างว่ามี "ปริมาณไขมันต่ำ" หรือ "น้ำตาลน้อย" ทำให้ท่านสามารถหลีกเลี่ยงสารอาหาร ที่ไม่ต้องการได้	67.4 (มาก)	75.9 (มาก)	76.7 (มาก)

ตาราง 19 (ต่อ)

ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการ กล่าวอ้างทางโภชนาการ	ร้อยละ (ระดับความรู้ ความเข้าใจ) ของผู้ที่ตอบคำถามถูก จำแนกตามความเข้าใจเมื่ออ่านฉลากโภชนาการ		
	ไม่รู้เรื่อง และไม่เข้าใจเลย	รู้เรื่องและเข้าใจ บ้างเล็กน้อย	รู้เรื่อง และเข้าใจดี
8.นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทาง โภชนาการ สามารถวางจำหน่ายได้ ในร้านขายสินค้าเพื่อสุขภาพเท่านั้น	44.2 (ปานกลาง)	81.4 (มากที่สุด)	85.5 (มากที่สุด)
9.ผู้ผลิตได้ใช้การกล่าวอ้างทางโภชนาการ เป็นจุดขายในการ โฆษณาผลิตภัณฑ์นม พร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	59.3 (ปานกลาง)	78.7 (มาก)	78.9 (มาก)
10.นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทาง โภชนาการต้องบรรจุเป็นกล่องเท่านั้น	38.3 (น้อย)	81.3 (มากที่สุด)	83.2 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	54.8 (ปานกลาง)	70.8 (มาก)	71.6 (มาก)

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ กับพฤติกรรมกรอ่านฉลากโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อ่านฉลากโภชนาการทุกครั้ง มีความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นี้ในระดับไม่แน่ใจ มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.44 (ตาราง 20) โดยข้อความวัดความคิดเห็นทางบวกที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ การกล่าวอ้างทางโภชนาการ ช่วยในการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์นมก่อนตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.44 รองลงมาคือท่านอ่านข้อมูลปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้รับประทานต่อวัน (Thai RDI) บนฉลากโภชนาการ (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.33) ส่วนข้อความวัดความคิดเห็นทางลบ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความที่ระบุว่า หน่วยงานของรัฐยังมีการให้ความรู้ไม่เพียงพอแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.34 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามยังมีความรู้สึกไม่แน่ใจในข้อความที่เกี่ยวข้องกับการวัดความคิดเห็นทางลบ คือ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มจากตราที่ยี่ห้อ โดยไม่สนใจข้อมูลบนฉลากโภชนาการ (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.47) ฉลากโภชนาการ

ไม่จำเป็นในการเลือกซื้อนมประเภทนี้ (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.39) และข้อมูลบนฉลากโภชนาการ อ่านแล้วเข้าใจยาก (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.89)

ในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่อ่านฉลากโภชนาการเป็นบางครั้ง มีความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นี้ในระดับไม่แน่ใจ มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.26 โดยข้อความวัดความคิดเห็นทางบวกที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ การอ่านฉลากโภชนาการช่วยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่ให้สารอาหารเหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.21) สำหรับข้อความวัดความคิดเห็นทางลบ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับข้อความที่ระบุว่าหน่วยงานของรัฐยังมีการให้ความรู้ไม่เพียงพอแก่ผู้บริโภค เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.45) และราคาของนมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ มีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์นมทั่วไป (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.40) ส่วนข้อความที่เกี่ยวข้องกับการวัดความคิดเห็นทางลบข้ออื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกไม่แน่ใจในข้อความเหล่านั้น

ในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่อ่านฉลากโภชนาการเลย มีความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นี้ในระดับไม่แน่ใจ มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.07 โดยข้อความวัดความคิดเห็นทางบวกที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ การอ่านฉลากโภชนาการช่วยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่ให้สารอาหารเหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.00) โดยรู้สึกไม่แน่ใจในข้อความที่กล่าวว่า ท่านอ่านข้อมูลปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้รับประทานต่อวัน (Thai RDI) บนฉลากโภชนาการ (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.38) สำหรับข้อความวัดความคิดเห็นทางลบ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกไม่แน่ใจในข้อความที่ระบุว่าฉลากโภชนาการ ไม่จำเป็นในการเลือกซื้อนมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.94) และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มจากตราฮีโร่ โดยไม่สนใจข้อมูลบนฉลากโภชนาการ (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.58) ส่วนข้อความที่เกี่ยวข้องกับการวัดความคิดเห็นทางลบข้ออื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความเหล่านั้น

ตาราง 20 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ จำแนกตามพฤติกรรมกรรมการอ่านฉลากโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	ค่าเฉลี่ย (ระดับความคิดเห็น) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมกรรมการอ่านฉลากโภชนาการ		
	อ่านทุกครั้ง	อ่านบางครั้ง	ไม่อ่านเลย
1.การบริโภคผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ มีส่วนช่วยในการดูแลรักษาสุขภาพ	4.24 (เห็นด้วย)	3.98 (เห็นด้วย)	3.59 (เห็นด้วย)
2.การอ่านฉลากโภชนาการช่วยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่ให้สารอาหารเหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย	4.30 (เห็นด้วย)	4.21 (เห็นด้วย)	4.00 (เห็นด้วย)
3.ข้อมูลบนฉลากโภชนาการอ่านแล้วเข้าใจยาก	2.89 (ไม่แน่ใจ)	2.62 (ไม่แน่ใจ)	2.31 (เห็นด้วย)
4.ฉลากโภชนาการ ไม่จำเป็นในการเลือกซื้อนมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	3.39 (ไม่แน่ใจ)	3.08 (ไม่แน่ใจ)	2.94 (ไม่แน่ใจ)
5.ท่านอ่านข้อมูลปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้รับประทานต่อวัน (Thai RDI) บนฉลากโภชนาการ	4.33 (เห็นด้วย)	3.91 (เห็นด้วย)	3.38 (ไม่แน่ใจ)
6.ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มจากตรายี่ห้อ โดยไม่สนใจข้อมูลบนฉลากโภชนาการ	3.47 (ไม่แน่ใจ)	2.96 (ไม่แน่ใจ)	2.58 (ไม่แน่ใจ)
7.การกล่าวอ้างทางโภชนาการ ช่วยในการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์นมก่อนตัดสินใจซื้อ	4.44 (เห็นด้วย)	3.90 (เห็นด้วย)	3.74 (เห็นด้วย)
8.นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ หาซื้อได้ง่ายพอๆ กับนมพร้อมดื่มทั่วไป	4.11 (เห็นด้วย)	3.86 (เห็นด้วย)	3.67 (เห็นด้วย)
9.นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง	4.11 (เห็นด้วย)	3.95 (เห็นด้วย)	3.97 (เห็นด้วย)

ตาราง 20 (ต่อ)

ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้าง ทางโภชนาการ	ค่าเฉลี่ย (ระดับความคิดเห็น) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการอ่านฉลากโภชนาการ		
	อ่านทุกครั้ง	อ่านบางครั้ง	ไม่อ่านเลย
10.ตราสินค้าของผู้ผลิตนมพร้อมดื่มที่มี การกล่าวอ้างทางโภชนาการยังมีน้อย	2.47 (เห็นด้วย)	2.57 (ไม่แน่ใจ)	2.39 (เห็นด้วย)
11.ราคาของนมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้าง ทางโภชนาการ มีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์ นมทั่วไป	2.13 (เห็นด้วย)	2.40 (เห็นด้วย)	2.39 (เห็นด้วย)
12.ขนาดบรรจุภัณฑ์ของนมพร้อมดื่มที่มี การกล่าวอ้างทางโภชนาการมีให้เลือกน้อย	2.48 (เห็นด้วย)	2.55 (ไม่แน่ใจ)	2.50 (เห็นด้วย)
13.หน่วยงานของรัฐยังมีการให้ความรู้ไม่ เพียงพอแก่ผู้บริโภค เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นม พร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทาง โภชนาการ	2.34 (เห็นด้วย)	2.45 (เห็นด้วย)	2.41 (เห็นด้วย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.44 (ไม่แน่ใจ)	3.26 (ไม่แน่ใจ)	3.07 (ไม่แน่ใจ)

หมายเหตุ คำถามวัดความคิดเห็นทางบวก คือ ข้อ 1, 2, 5, 7, 8 และ 9

คำถามวัดความคิดเห็นทางลบ คือ ข้อ 3, 4, 6, 10, 11, 12 และ 13

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ กับความเข้าใจเมื่ออ่านฉลากโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อ่านฉลากโภชนาการแล้วไม่รู้เรื่องและไม่เข้าใจเลย มีความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นี้ในระดับไม่แน่ใจ มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.09 (ตาราง 21) โดยข้อความวัดความคิดเห็นทางบวกที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ การบริโภคผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มประเภทนี้มีส่วนช่วยในการดูแลสุขภาพ (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.07) รองลงมาคือการอ่านฉลากโภชนาการช่วยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่ม ที่ให้สารอาหารเหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.04) ส่วนข้อความวัดความคิดเห็นทางลบ ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความที่ระบุว่าข้อมูลบนฉลากโภชนาการอ่านแล้วเข้าใจยาก (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 1.99) ส่วนข้อความอื่นๆ นอกเหนือจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มนี้รู้สึกเห็นด้วยกับทุกข้อความ

ในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่อ่านฉลากโภชนาการแล้วรู้เรื่องและเข้าใจบ้างเล็กน้อย มีความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นี้ในระดับไม่แน่ใจ มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.28 โดยข้อความวัดความคิดเห็นทางบวกที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ การอ่านฉลากโภชนาการช่วยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่ให้สารอาหารเหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.18) และเห็นด้วยกับข้อความวัดความคิดเห็นทางบวกข้ออื่นๆ สำหรับข้อความวัดความคิดเห็นทางลบ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับข้อความที่ระบุว่าราคาของนมพร้อมดื่มประเภทนี้มีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์นมทั่วไป (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.24) และหน่วยงานของรัฐยังมีการให้ความรู้ไม่เพียงพอแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.35) ส่วนข้อความที่เกี่ยวข้องกับการวัดความคิดเห็นทางลบข้ออื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกไม่แน่ใจในข้อความเหล่านั้น

ในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่อ่านฉลากโภชนาการแล้วรู้เรื่องและเข้าใจดี มีความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นี้ในระดับไม่แน่ใจ มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.41 โดยข้อความวัดความคิดเห็นทางบวกที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ การอ่านฉลากโภชนาการช่วยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่ม ที่ให้สารอาหารเหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.25) รองลงมาคือการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ช่วยในการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์นมก่อนตัดสินใจซื้อ (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.14) และเห็นด้วยกับข้อความวัดความคิดเห็นทางบวกข้ออื่นๆ สำหรับข้อความวัดความคิดเห็นทางลบผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับข้อความที่ระบุว่า ราคาของนมพร้อมดื่มกลุ่มนี้มีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์นมทั่วไป (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.23) และหน่วยงานของรัฐยังมีการให้ความรู้ไม่เพียงพอแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.38) แต่ไม่เห็นด้วยกับข้อความที่ระบุว่าเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มจากตราหือ โดยไม่สนใจข้อมูลบนฉลากโภชนาการ (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.52)

ตาราง 21 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ จำแนกตามความเข้าใจเมื่ออ่านฉลากโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	ค่าเฉลี่ย (ระดับความคิดเห็น) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเข้าใจเมื่ออ่านฉลากโภชนาการ		
	ไม่รู้เรื่องและไม่เข้าใจเลย	รู้เรื่องและเข้าใจบ้างเล็กน้อย	รู้เรื่องและเข้าใจดี
1. การบริโภคผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ มีส่วนช่วยในการดูแลรักษาสุขภาพ	4.07 (เห็นด้วย)	3.86 (เห็นด้วย)	3.89 (เห็นด้วย)
2. การอ่านฉลากโภชนาการช่วยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่ให้สารอาหารเหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย	4.04 (เห็นด้วย)	4.18 (เห็นด้วย)	4.25 (เห็นด้วย)
3. ข้อมูลบนฉลากโภชนาการอ่านแล้วเข้าใจยาก	1.99 (เห็นด้วย)	2.79 (ไม่แน่ใจ)	3.07 (ไม่แน่ใจ)
4. ฉลากโภชนาการไม่จำเป็นในการเลือกซื้อนมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	2.46 (เห็นด้วย)	3.47 (ไม่แน่ใจ)	3.48 (ไม่แน่ใจ)
5. ท่านอ่านข้อมูลปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้รับประทานต่อวัน (Thai RDI) บนฉลากโภชนาการ	3.68 (เห็นด้วย)	3.89 (เห็นด้วย)	4.08 (เห็นด้วย)
6. ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มจากตราที่หือ โดยไม่สนใจข้อมูลบนฉลากโภชนาการ	2.42 (เห็นด้วย)	3.08 (ไม่แน่ใจ)	3.52 (ไม่เห็นด้วย)
7. การกล่าวอ้างทางโภชนาการ ช่วยในการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์นมก่อนตัดสินใจซื้อ	3.96 (เห็นด้วย)	4.00 (เห็นด้วย)	4.14 (เห็นด้วย)
8. นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ หาซื้อได้ง่ายพอๆ กับนมพร้อมดื่มทั่วไป	3.88 (เห็นด้วย)	3.86 (เห็นด้วย)	3.94 (เห็นด้วย)

ตาราง 21 (ต่อ)

ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้าง ทางโภชนาการ	ค่าเฉลี่ย (ระดับความคิดเห็น) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเข้าใจเมื่ออ่านฉลากโภชนาการ		
	ไม่รู้เรื่องและ ไม่เข้าใจเลย	รู้เรื่องและเข้าใจ บ้างเล็กน้อย	รู้เรื่องและเข้าใจดี
9.นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทาง โภชนาการ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทางสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง	4.00 (เห็นด้วย)	3.87 (เห็นด้วย)	4.12 (เห็นด้วย)
10.ตราสินค้าของผู้ผลิตนมพร้อมดื่มที่มี การกล่าวอ้างทางโภชนาการยังมีน้อย	2.36 (เห็นด้วย)	2.53 (ไม่แน่ใจ)	2.54 (ไม่แน่ใจ)
11.ราคาของนมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้าง ทางโภชนาการ มีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์ นมทั่วไป	2.46 (เห็นด้วย)	2.24 (เห็นด้วย)	2.23 (เห็นด้วย)
12.ขนาดบรรจุภัณฑ์ของนมพร้อมดื่มที่มี การกล่าวอ้างทางโภชนาการมีให้เลือกน้อย	2.37 (เห็นด้วย)	2.52 (ไม่แน่ใจ)	2.67 (ไม่แน่ใจ)
13.หน่วยงานของรัฐยังมีการให้ความรู้ไม่ เพียงพอแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นม พร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	2.45 (เห็นด้วย)	2.35 (เห็นด้วย)	2.38 (เห็นด้วย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.09 (ไม่แน่ใจ)	3.28 (ไม่แน่ใจ)	3.41 (ไม่แน่ใจ)

หมายเหตุ คำถามวัดความคิดเห็นทางบวก คือ ข้อ 1, 2, 5, 7, 8 และ 9

คำถามวัดความคิดเห็นทางลบ คือ ข้อ 3, 4, 6, 10, 11, 12 และ 13

ส่วนที่ 3 ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.1 ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ จำแนกตามเพศ

เมื่อพิจารณาทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ พบว่าส่วนใหญ่ทั้งเพศชายและเพศหญิงต่างก็มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 65.7 และ 65.8 ตามลำดับ (ตาราง 22) โดยคำถามข้อที่เพศชายตอบถูกมากที่สุด คือ นมพร้อมดื่มกลุ่มนี้ ต้องมีการแสดงฉลากโภชนาการ (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 87.2) ส่วนคำถามข้อที่ตอบผิดมากที่สุด ได้แก่ การกล่าวอ้างปริมาณโดยเปรียบเทียบนั้น สามารถใช้เปรียบเทียบปริมาณสารอาหารกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน ของผู้ผลิตรายใดก็ได้ทั่วโลก (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 20.0)

สำหรับเพศหญิง พบว่าคำถามที่ตอบถูกมากที่สุด คือ นมพร้อมดื่มกลุ่มนี้ ต้องมีการแสดงฉลากโภชนาการ (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 85.8) รองลงมาคือ การกล่าวอ้างนี้ เป็นการกล่าวอ้างปริมาณสารอาหาร หรือหน้าที่ของสารอาหารที่มีต่อร่างกาย (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 83.5) ส่วนคำถามข้อที่ตอบผิดมากที่สุด ได้แก่ การกล่าวอ้างปริมาณ โดยเปรียบเทียบนั้น สามารถใช้เปรียบเทียบปริมาณสารอาหารกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน ของผู้ผลิตรายใดก็ได้ทั่วโลก (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 21.7)

ตาราง 22 ระดับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	ร้อยละ (ระดับความรู้ ความเข้าใจ) ของผู้ที่ตอบคำถามถูก จำแนกตามเพศ	
	ชาย	หญิง
1.การกล่าวอ้างทางโภชนาการ เป็นการกล่าวอ้างปริมาณสารอาหาร หรือหน้าที่ของสารอาหารที่มีต่อร่างกาย	74.2 (มาก)	83.5 (มากที่สุด)
2.ในการกล่าวอ้างทางโภชนาการ สามารถใช้ข้อความระบุว่าสารอาหารนั้น สามารถป้องกันหรือบำบัดโรคได้	46.6 (ปานกลาง)	47.2 (ปานกลาง)
3.สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ทำหน้าที่ควบคุมเกี่ยวกับการกล่าวอ้างทางโภชนาการโดยตรง	69.2 (มาก)	68.2 (มาก)
4.นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการต้องมีการแสดงฉลากโภชนาการ	87.2 (มากที่สุด)	85.8 (มากที่สุด)

ตาราง 22 (ต่อ)

ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	ร้อยละ (ระดับความรู้ ความเข้าใจ) ของผู้ที่ตอบคำถามถูก จำแนกตามเพศ	
	ชาย	หญิง
5.นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการเหมาะ สำหรับผู้บริโภคที่มีปัญหาด้านสุขภาพเท่านั้น	71.6 (มาก)	73.1 (มาก)
6.ในการกล่าวอ้างปริมาณ โดยเปรียบเทียบนั้น สามารถใช้ เปรียบเทียบปริมาณสารอาหารกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน ของผู้ผลิตรายใดก็ได้ทั่วโลก	20.0 (น้อยที่สุด)	21.7 (น้อย)
7.นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างว่ามี "ปริมาณไขมันต่ำ" หรือ "น้ำตาลน้อย" ทำให้ท่านสามารถหลีกเลี่ยง สารอาหารที่ไม่ต้องการได้	73.9 (มาก)	72.7 (มาก)
8.นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ สามารถ วางจำหน่ายได้ในร้านขายสินค้าเพื่อสุขภาพเท่านั้น	70.6 (มาก)	70.0 (มาก)
9.ผู้ผลิตได้ใช้การกล่าวอ้างทางโภชนาการเป็นจุดขาย ในการโฆษณาผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้าง ทางโภชนาการ	73.2 (มาก)	71.5 (มาก)
10.นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ต้องบรรจุเป็นกล่องเท่านั้น	70.7 (มาก)	64.3 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	65.7 (มาก)	65.8 (มาก)

เมื่อพิจารณาทัศนคติด้านความคิดเห็นของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ พบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการอยู่ในระดับไม่แน่ใจ มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.23 และ 3.29 ตามลำดับ (ตาราง 23) สำหรับเพศชายนั้น ข้อความวัดความคิดเห็นทางบวกที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ การอ่านฉลากโภชนาการช่วยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่ม ที่ให้สารอาหารเหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.13) และเห็นด้วยกับข้อความวัดความคิดเห็นทางบวกข้ออื่นๆ ส่วนข้อความวัดความคิดเห็นทางลบ ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความที่ระบุว่าราคาของนมพร้อมดื่มกลุ่มนี้ มีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์นมทั่วไป (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.29) หน่วยงานของรัฐยังมีการให้ความรู้ไม่เพียงพอแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.43) และตราสินค้าของผู้ผลิตนมพร้อมดื่มกลุ่มนี้ยังมีน้อย (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.45) ส่วนข้อความวัดความคิดเห็นทางลบข้ออื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกไม่แน่ใจในข้อความเหล่านั้น

สำหรับเพศหญิงพบว่า ข้อความวัดความคิดเห็นทางบวกที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ การอ่านฉลากโภชนาการช่วยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่ม ที่ให้สารอาหารเหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.19) และเห็นด้วยกับข้อความวัดความคิดเห็นทางบวกข้ออื่นๆ ส่วนข้อความวัดความคิดเห็นทางลบ ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกไม่แน่ใจในข้อความที่ระบุว่า ข้อมูลบนฉลากโภชนาการ อ่านแล้วเข้าใจยาก (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.57) และฉลากโภชนาการไม่จำเป็นในการเลือกซื้อนมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 3.12) ส่วนข้อความวัดความคิดเห็นทางลบข้ออื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความเหล่านั้น

ตาราง 23 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละเพศ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ

ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	ชาย	หญิง
1.การบริโภคผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ มีส่วนช่วยในการดูแลสุขภาพ	3.93 (เห็นด้วย)	3.95 (เห็นด้วย)
2.การอ่านฉลากโภชนาการช่วยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่ม ที่ให้สารอาหารเหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย	4.13 (เห็นด้วย)	4.19 (เห็นด้วย)

ตาราง 23 (ต่อ)

ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่ม ที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	ชาย	หญิง
3.ข้อมูลบนฉลากโภชนาการ อ่านแล้วเข้าใจยาก	2.67 (ไม่แน่ใจ)	2.57 (ไม่แน่ใจ)
4.ฉลากโภชนาการไม่จำเป็นในการเลือกซื้อ นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	3.17 (ไม่แน่ใจ)	3.12 (ไม่แน่ใจ)
5.ท่านอ่านข้อมูลปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้ รับประทานต่อวัน (Thai RDI) บนฉลากโภชนาการ	3.78 (เห็นด้วย)	3.98 (เห็นด้วย)
6.ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มจากตราซื้อ โดยไม่สนใจข้อมูลบนฉลากโภชนาการ	2.94 (ไม่แน่ใจ)	3.05 (ไม่แน่ใจ)
7.การกล่าวอ้างทางโภชนาการ ช่วยในการเปรียบเทียบ ผลิตภัณฑ์นมก่อนตัดสินใจซื้อ	3.97 (เห็นด้วย)	4.08 (เห็นด้วย)
8.นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ หาซื้อได้ง่ายพอๆ กับนมพร้อมดื่มทั่วไป	3.79 (เห็นด้วย)	3.97 (เห็นด้วย)
9.นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ มีการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ ทางสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง	3.87 (เห็นด้วย)	4.13 (เห็นด้วย)
10.ตราสินค้าของผู้ผลิตนมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้าง ทางโภชนาการยังมีน้อย	2.45 (เห็นด้วย)	2.50 (เห็นด้วย)
11.ราคาของนมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทาง โภชนาการ มีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์นมทั่วไป	2.29 (เห็นด้วย)	2.34 (เห็นด้วย)
12.ขนาดบรรจุภัณฑ์ของนมพร้อมดื่มที่มีการ กล่าวอ้างทางโภชนาการมีให้เลือกน้อย	2.51 (ไม่แน่ใจ)	2.50 (เห็นด้วย)
13.หน่วยงานของรัฐยังมีการให้ความรู้ ไม่เพียงพอแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	2.43 (เห็นด้วย)	2.41 (เห็นด้วย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.23 (ไม่แน่ใจ)	3.29 (ไม่แน่ใจ)

หมายเหตุ คำถามวัดความคิดเห็นทางบวก คือ ข้อ 1, 2, 5, 7, 8 และ 9

คำถามวัดความคิดเห็นทางลบ คือ ข้อ 3, 4, 6, 10, 11, 12 และ 13

เมื่อพิจารณาแนวโน้มพฤติกรรมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทั้งเพศชายและเพศหญิง อ่านฉลากโภชนาการประกอบในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 56.5 และ 58.7 ตามลำดับ (ตาราง 24) และมีผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงถึงร้อยละ 34.8 และเพศชายร้อยละ 31.2 ที่อ่านฉลากโภชนาการทุกครั้ง นอกจากนี้ยังพบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ เมื่ออ่านฉลากโภชนาการแล้ว รู้เรื่องและเข้าใจบ้างเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 55.9 และ 70.4 ตามลำดับ (ตาราง 25)

ตาราง 24 พฤติกรรมการอ่านฉลากโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละเพศ ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ

พฤติกรรมกรอ่านฉลากโภชนาการ	จำนวน (ร้อยละ) ในแต่ละเพศ	
	ชาย	หญิง
อ่านทุกครั้ง	53 (31.2)	80 (34.8)
อ่านบางครั้ง	96 (56.5)	135 (58.7)
ไม่อ่านเลย	21 (12.4)	15 (6.5)
รวม	170 (100.0)	230 (100.0)

ตาราง 25 ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละเพศ เมื่ออ่านฉลากโภชนาการของผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ

ความเข้าใจเมื่ออ่านฉลากโภชนาการ	จำนวน (ร้อยละ) ในแต่ละเพศ	
	ชาย	หญิง
ไม่รู้เรื่องและไม่เข้าใจเลย	38 (22.4)	22 (9.6)
รู้เรื่องและเข้าใจบ้างเล็กน้อย	95 (55.9)	162 (70.4)
รู้เรื่องและเข้าใจดี	37 (21.8)	46 (20.0)
รวม	170 (100.0)	230 (100.0)

ในด้านแหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ นิยมซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทนี้จากร้านสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 45.3 (ตาราง 26) โดยมีเพศชายบางส่วน (ร้อยละ 24.1) ที่ซื้อจากร้านค้าหรือร้านชำทั่วไป และร้อยละ 14.7 ที่ซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ต ในขณะที่เพศหญิงส่วนใหญ่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์นี้จากซูเปอร์มาร์เก็ต (ร้อยละ 39.6) รองลงมาคือซื้อจากร้านสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง (ร้อยละ 28.7) และร้อยละ 21.3 ที่ซื้อจากร้านค้าหรือร้านชำทั่วไป

ตาราง 26 แหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการบ่อยที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละเพศ

แหล่งที่ซื้อบ่อยที่สุด	จำนวน (ร้อยละ) ในแต่ละเพศ	
	ชาย	หญิง
ร้านสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง	77 (45.3)	66 (28.7)
มินิมาร์ท	10 (5.9)	7 (3.0)
ร้านค้า/ร้านชำทั่วไป	41 (24.1)	49 (21.3)
ซูเปอร์มาร์เก็ต	25 (14.7)	91 (39.6)
ไฮเปอร์มาร์เก็ต	17 (10.0)	17 (7.4)
รวม	170 (100.0)	230 (100.0)

หากพิจารณาความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ด้านผลิตภัณฑ์พบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.10 และ 4.15 ตามลำดับ (ตาราง 27) โดยเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยแต่ละปัจจัยในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ มีแคลเซียมสูง (ค่าเฉลี่ย 4.32) เสริมวิตามิน (ค่าเฉลี่ย 4.24) มีไขมันต่ำ (ค่าเฉลี่ย 4.22) มีการแสดงฉลากโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) มีน้ำตาลน้อย (ค่าเฉลี่ย 4.14) รสชาติอร่อย (ค่าเฉลี่ย 4.13) และตราสินค้า (ยี่ห้อ) มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางกับการมีบรรจุภัณฑ์สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.47)

สำหรับเพศหญิงนั้นให้ความสำคัญระดับมากกับทุกปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ โดยเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย คือ มีแคลเซียมสูง (ค่าเฉลี่ย 4.44) มีไขมันต่ำ (ค่าเฉลี่ย 4.31) มีน้ำตาลน้อย (ค่าเฉลี่ย 4.30) เสริมวิตามิน (ค่าเฉลี่ย 4.27) รสชาติอร่อย (ค่าเฉลี่ย 4.22) มีการแสดงฉลากโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 4.07) ตราสินค้า (ยี่ห้อ) มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.02) และบรรจุภัณฑ์สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ตาราง 27 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น (ระดับความสำคัญ) ในแต่ละเพศ	
	ชาย	หญิง
ตราสินค้า (ยี่ห้อ) มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	4.03 (มาก)	4.02 (มาก)
บรรจุภัณฑ์สวยงาม	3.47 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
รสชาติอร่อย	4.13 (มาก)	4.22 (มาก)
มีแคลเซียมสูง	4.32 (มาก)	4.44 (มาก)
มีไขมันต่ำ	4.22 (มาก)	4.31 (มาก)
มีน้ำตาลน้อย	4.14 (มาก)	4.30 (มาก)

ตาราง 27 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น (ระดับความสำคัญ) ในแต่ละเพศ	
	ชาย	หญิง
เสริมวิตามิน	4.24 (มาก)	4.27 (มาก)
มีการแสดงฉลากโภชนาการ	4.21 (มาก)	4.07 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.10 (มาก)	4.15 (มาก)

ปัจจัยด้านราคา พบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.04 และ 4.11 ตามลำดับ (ตาราง 28) โดยเพศชายให้ความสำคัญระดับมากกับทุกปัจจัยย่อยด้านราคา เรียงตามลำดับคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.24) ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.19) และราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่นในปริมาณที่เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.69)

สำหรับเพศหญิงให้ความสำคัญระดับมากกับทุกปัจจัยย่อยด้านราคาเช่นเดียวกัน โดยเรียงตามลำดับความสำคัญคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.37) ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.26) และราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่นในปริมาณที่เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ตาราง 28 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละเพศ

ปัจจัยด้านราคา	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น (ระดับความสำคัญ) ในแต่ละเพศ	
	ชาย	หญิง
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.24 (มาก)	4.37 (มาก)
ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	4.19 (มาก)	4.26 (มาก)
ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่นเมื่อเทียบในปริมาณที่เท่ากัน	3.69 (มาก)	3.70 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.04 (มาก)	4.11 (มาก)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.12 และ 4.22 ตามลำดับ (ตาราง 29) โดยเพศชายให้ความสำคัญระดับมากกับทุกปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เรียงตามลำดับคือ หาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.18) และสินค้าไม่ขาดตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.05)

สำหรับเพศหญิงให้ความสำคัญระดับมากกับทุกปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เช่นเดียวกัน โดยเรียงตามลำดับความสำคัญคือ หาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.33) และสินค้าไม่ขาดตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ตาราง 29 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น (ระดับความสำคัญ) ในแต่ละเพศ	
	ชาย	หญิง
หาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป	4.18 (มาก)	4.33 (มาก)
สินค้าไม่ขาดตลาด	4.05 (มาก)	4.11 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.12 (มาก)	4.22 (มาก)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.53 และ 3.72 ตามลำดับ (ตาราง 30) โดยที่เพศหญิงนั้นให้ความสำคัญระดับมากกับทุกปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เรียงตามลำดับความสำคัญ คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีการลดแลกแจกแถม (ค่าเฉลี่ย 3.78) บริษัทจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคม (ค่าเฉลี่ย 3.56) และมีพนักงานขายแนะนำ และให้ข้อมูลสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.55)

สำหรับเพศชาย ให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เพียงปัจจัยเดียว (ค่าเฉลี่ย 3.97) นอกเหนือจากนั้นให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยเรียงตามลำดับความสำคัญ ดังนี้ มีการลดแลกแจกแถม และมีพนักงานขายแนะนำ และให้ข้อมูลสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.47 เช่นเดียวกัน) และบริษัทจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคม (ค่าเฉลี่ย 3.22)

ตาราง 30 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น (ระดับความสำคัญ) ในแต่ละเพศ	
	ชาย	หญิง
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	3.97 (มาก)	4.00 (มาก)
มีการลด แลก แจก แถม	3.47 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)
พนักงานขายแนะนำ และ ให้ข้อมูลสินค้า	3.47 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
บริษัทจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคม	3.22 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.53 (มาก)	3.72 (มาก)

3.2 ทักษะคิดของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ จำแนกตามช่วงอายุ

เมื่อพิจารณาทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ จำแนกตามช่วงอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 40 ปี มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมประเภทนี้ ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 65.9 (ตาราง 31) โดยคำถามข้อที่ตอบถูกมากที่สุด คือ นมพร้อมดื่มกลุ่มนี้ ต้องมีการแสดงฉลากโภชนาการ (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 87.0) ส่วนคำถามข้อที่ตอบผิดมากที่สุดได้แก่ การกล่าวอ้างปริมาณ โดยเปรียบเทียบนั้น สามารถใช้เปรียบเทียบปริมาณสารอาหารกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน ของผู้ผลิตรายใดก็ได้ทั่วโลก (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 21.9)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมประเภทนี้ ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 65.5 โดยคำถามที่ตอบถูกมากที่สุด คือ นมพร้อมดื่มกลุ่มนี้ ต้องมีการแสดงฉลากโภชนาการ (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 85.7) ส่วนคำถามข้อที่ตอบผิดมากที่สุดได้แก่ การกล่าวอ้างปริมาณ โดยเปรียบเทียบนั้น สามารถใช้เปรียบเทียบปริมาณสารอาหารกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน ของผู้ผลิตรายใดก็ได้ทั่วโลก (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 19.4)

ตาราง 31 ระดับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ

ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	ร้อยละ (ระดับความรู้ ความเข้าใจ) ของผู้ที่ตอบคำถามถูก จำแนกตามช่วงอายุ	
	ไม่เกิน 40 ปี	40 ปี ขึ้นไป
1. การกล่าวอ้างทางโภชนาการ เป็นการกล่าวอ้างปริมาณสารอาหาร หรือหน้าที่ของสารอาหารที่มีต่อร่างกาย	78.6 (มาก)	79.1 (มาก)
2. ในการกล่าวอ้างทางโภชนาการ สามารถใช้ข้อความระบุว่าสารอาหารนั้นสามารถป้องกันหรือบำบัดโรคได้	50.1 (ปานกลาง)	42.4 (ปานกลาง)
3. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ทำหน้าที่ควบคุมเกี่ยวกับการกล่าวอ้างทางโภชนาการโดยตรง	67.9 (มาก)	69.8 (มาก)
4. นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ต้องมีการแสดงฉลากโภชนาการ	87.0 (มากที่สุด)	85.7 (มากที่สุด)
5. นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการเหมาะสำหรับผู้บริโภคที่มีปัญหาด้านสุขภาพเท่านั้น	70.7 (มาก)	74.7 (มาก)
6. ในการกล่าวอ้างปริมาณ โดยเปรียบเทียบนั้น สามารถใช้เปรียบเทียบปริมาณสารอาหารกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันของผู้ผลิตรายใดก็ได้ทั่วโลก	21.9 (น้อย)	19.4 (น้อยที่สุด)
7. นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างว่ามี "ปริมาณไขมันต่ำ" หรือ "น้ำตาลน้อย" ทำให้ท่านสามารถหลีกเลี่ยงสารอาหารที่ไม่ต้องการได้	73.4 (มาก)	72.8 (มาก)

ตาราง 31 (ต่อ)

ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	ร้อยละ (ระดับความรู้ ความเข้าใจ) ของผู้ที่ตอบคำถามถูก จำแนกตามช่วงอายุ	
	ไม่เกิน 40 ปี	40 ปี ขึ้นไป
8.นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทาง โภชนาการ สามารถวางจำหน่ายได้ ในร้านขายสินค้าเพื่อสุขภาพเท่านั้น	69.5 (มาก)	71.7 (มาก)
9.ผู้ผลิตได้ใช้การกล่าวอ้างทางโภชนาการ เป็นจุดขายในการ โฆษณาผลิตภัณฑ์นม พร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	72.3 (มาก)	72.3 (มาก)
10.นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทาง โภชนาการต้องบรรจุเป็นกล่องเท่านั้น	67.9 (มาก)	67.0 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	65.9 (มาก)	65.5 (มาก)

ในส่วนของการความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ทั้งผู้ที่มีอายุไม่เกิน 40 ปี และอายุ 40 ปีขึ้นไป จัดอยู่ในระดับไม่แน่ใจเช่นเดียวกัน (ตาราง 32) โดยมีค่าเฉลี่ยรวม คือ 3.28 และ 3.23 ตามลำดับ ในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 40 ปีนั้น ข้อความวัดความคิดเห็นทางบวกที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ การอ่านฉลากโภชนาการ ช่วยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่ให้สารอาหารเหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.26) และเห็นด้วยกับข้อความวัดความคิดเห็นทางบวกข้ออื่นๆ ส่วนข้อความวัดความคิดเห็นทางลบ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับข้อความที่ระบุว่าราคาของนมพร้อมดื่มประเภทนี้ มีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์นมทั่วไป (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.25) หน่วยงานของรัฐยังมีการให้ความรู้ไม่เพียงพอแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.41) ราคาสินค้าของผู้ผลิตนมพร้อมดื่มกลุ่มนี้ยังมีน้อย (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.46) และขนาดบรรจุภัณฑ์มีให้เลือกน้อย (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.49) ส่วนข้อความที่เกี่ยวข้องกับการวัดความคิดเห็นทางลบข้ออื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกไม่แน่ใจในข้อความเหล่านั้น

ในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปนั้น ข้อความวัดความคิดเห็นทางบวกที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ การอ่านฉลากโภชนาการช่วยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่ให้สารอาหารเหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.11) และเห็นด้วยกับข้อความวัดความคิดเห็นทางบวกข้ออื่นๆ ส่วนข้อความวัดความคิดเห็นทางลบ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับข้อความที่ระบุว่าหน่วยงานของรัฐยังมีการให้ความรู้ไม่เพียงพอแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.39) และราคาของนมพร้อมดื่มประเภทนี้ มีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์นมทั่วไป (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.40) สำหรับข้อความที่เกี่ยวข้องกับการวัดความคิดเห็นทางลบข้ออื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกไม่แน่ใจกับข้อความเหล่านั้น

ตาราง 32 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละช่วงอายุ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ

ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็น (แปลผล) ในแต่ละช่วงอายุ	
	ไม่เกิน 40 ปี	40 ปี ขึ้นไป
1. การบริโภคผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ มีส่วนช่วยในการดูแลรักษาสุขภาพ	3.96 (เห็นด้วย)	3.91 (เห็นด้วย)
2. การอ่านฉลากโภชนาการ ช่วยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่ให้สารอาหารเหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย	4.21 (เห็นด้วย)	4.11 (เห็นด้วย)
3. ข้อมูลบนฉลากโภชนาการ อ่านแล้วเข้าใจยาก	2.82 (ไม่แน่ใจ)	2.33 (ไม่แน่ใจ)
4. ฉลากโภชนาการ ไม่จำเป็นในการเลือกซื้อนมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	3.11 (ไม่แน่ใจ)	3.20 (ไม่แน่ใจ)
5. ท่านอ่านข้อมูลปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้รับประทานต่อวัน (Thai RDI) บนฉลากโภชนาการ	3.93 (เห็นด้วย)	3.80 (เห็นด้วย)
6. ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มจากตราที่หือ โดยไม่สนใจข้อมูลบนฉลากโภชนาการ	2.97 (ไม่แน่ใจ)	3.07 (ไม่แน่ใจ)

ตาราง 32 (ต่อ)

ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มี มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็น (แปลผล) ในแต่ละช่วงอายุ	
	ไม่เกิน 40 ปี	40 ปี ขึ้นไป
7.การกล่าวอ้างทางโภชนาการ ช่วยในการ เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์นมก่อนตัดสินใจซื้อ	4.04 (เห็นด้วย)	4.03 (เห็นด้วย)
8.นมพร้อมดื่มที่มีมีการกล่าวอ้างทาง โภชนาการ หาซื้อได้ง่ายพอๆ กับ นมพร้อมดื่มทั่วไป	3.92 (เห็นด้วย)	3.88 (เห็นด้วย)
9.นมพร้อมดื่มที่มีมีการกล่าวอ้างทาง โภชนาการ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทางสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง	4.09 (เห็นด้วย)	3.86 (เห็นด้วย)
10.ตราสินค้าของผู้ผลิตนมพร้อมดื่มที่มีมีการ กล่าวอ้างทางโภชนาการยังมีน้อย	2.46 (เห็นด้วย)	2.51 (ไม่แน่ใจ)
11.ราคาของนมพร้อมดื่มที่มีมีการกล่าวอ้าง ทางโภชนาการ มีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์นม ทั่วไป	2.25 (เห็นด้วย)	2.40 (เห็นด้วย)
12.ขนาดบรรจุภัณฑ์ของนมพร้อมดื่มที่มีมีการ กล่าวอ้างทางโภชนาการมีให้เลือกน้อย	2.49 (เห็นด้วย)	2.56 (ไม่แน่ใจ)
13.หน่วยงานของรัฐยังมีการให้ความรู้ไม่ เพียงพอแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นม พร้อมดื่มที่มีมีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	2.41 (เห็นด้วย)	2.39 (เห็นด้วย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.28 (ไม่แน่ใจ)	3.23 (ไม่แน่ใจ)

หมายเหตุ คำถามวัดความคิดเห็นทางบวก คือ ข้อ 1, 2, 5, 7, 8 และ 9

คำถามวัดความคิดเห็นทางลบ คือ ข้อ 3, 4, 6, 10, 11, 12 และ 13

เมื่อพิจารณาพฤติกรรมกรรมการอ่านฉลากโภชนาการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านฉลากโภชนาการในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการเป็นบางครั้ง (ตาราง 33) โดยช่วงอายุไม่เกิน 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 58.4 และอายุ 40 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 56.7 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เมื่ออ่านฉลากโภชนาการแล้วรู้เรื่องและเข้าใจบ้างเล็กน้อย (ตาราง 34) โดยช่วงอายุไม่เกิน 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 68.8 และอายุ 40 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 56.7

ตาราง 33 พฤติกรรมการอ่านฉลากโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละช่วงอายุ ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ

พฤติกรรมกรรมการอ่านฉลากโภชนาการ	จำนวน (ร้อยละ) ในแต่ละช่วงอายุ	
	ไม่เกิน 40 ปี	40 ปีขึ้นไป
อ่านทุกครั้ง	80 (32.0)	53 (35.3)
อ่านบางครั้ง	146 (58.4)	85 (56.7)
ไม่อ่านเลย	24 (9.6)	12 (8.0)
รวม	250 (100.0)	150 (100.0)

ตาราง 34 ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละช่วงอายุ เมื่ออ่านฉลากโภชนาการของผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ

ความเข้าใจเมื่ออ่านฉลากโภชนาการ	จำนวน (ร้อยละ) ในแต่ละช่วงอายุ	
	ไม่เกิน 40 ปี	40 ปีขึ้นไป
ไม่รู้เรื่องและไม่เข้าใจเลย	36 (14.4)	24 (16.0)
รู้เรื่องและเข้าใจบ้างเล็กน้อย	172 (68.8)	85 (56.7)
รู้เรื่องและเข้าใจดี	42 (16.8)	41 (27.3)
รวม	250 (100.0)	150 (100.0)

สำหรับแหล่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 40 ปี ส่วนใหญ่นิยมซื้อจากร้านสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 45.6 (ตาราง 35) ส่วนผู้ที่มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป นิยมซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ต คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือ ร้านค้าหรือร้านชำทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 30.0

ตาราง 35 แหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการบ่อยที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละช่วงอายุ

แหล่งที่ซื้อบ่อยที่สุด	จำนวน (ร้อยละ) ในแต่ละช่วงอายุ	
	ไม่เกิน 40 ปี	40 ปี ขึ้นไป
ร้านสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง	114 (45.6)	29 (19.3)
มินิมาร์ท	10 (4.0)	7 (4.7)
ร้านค้า/ร้านชำทั่วไป	45 (18.0)	45 (30.0)
ซูเปอร์มาร์เก็ต	65 (26.0)	51 (34.0)
ไฮเปอร์มาร์เก็ต	16 (6.4)	18 (12.0)
รวม	250 (100.0)	150 (100.0)

หากพิจารณาความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ด้านผลิตภัณฑ์พบว่าทั้งสองช่วงอายุให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก (ตาราง 36) โดยอายุไม่เกิน 40 ปี มีค่าเฉลี่ยรวม 4.18 และ อายุ 40 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยรวม 4.04

ผู้ที่อายุไม่เกิน 40 ปี จะให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยในระดับมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย คือ มีแคลเซียมสูง (ค่าเฉลี่ย 4.40) รสชาติอร่อย (ค่าเฉลี่ย 4.36) เสริมวิตามิน (ค่าเฉลี่ย 4.35) มีไขมันต่ำ (ค่าเฉลี่ย 4.28) มีการแสดงฉลากโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 4.19) มีน้ำตาลน้อย (ค่าเฉลี่ย 4.18) ตรายีนส์ (ยี่ห้อ) มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.02) และบรรจุภัณฑ์สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ผู้ที่อายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เรียงตามลำดับ คือ มีแคลเซียมสูง (ค่าเฉลี่ย 4.35) มีไขมันต่ำ (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีน้ำตาลน้อย (ค่าเฉลี่ย 4.24) เสริมวิตามิน (ค่าเฉลี่ย 4.12) มีการแสดงฉลากโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 4.07) ทรานส์ไขมัน (ยี่ห้อ) มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และรสชาติอร่อย (ค่าเฉลี่ย 3.93) โดยให้ความสำคัญระดับปานกลางกับปัจจัยย่อยด้านความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ตาราง 36 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละช่วงอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น (ระดับความสำคัญ) ในแต่ละช่วงอายุ	
	ไม่เกิน 40 ปี	40 ปี ขึ้นไป
ทรานส์ไขมัน (ยี่ห้อ) มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ	4.02 (มาก)	4.03 (มาก)
บรรจุภัณฑ์สวยงาม	3.69 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)
รสชาติอร่อย	4.36 (มาก)	3.93 (มาก)
มีแคลเซียมสูง	4.40 (มาก)	4.35 (มาก)
มีไขมันต่ำ	4.28 (มาก)	4.25 (มาก)
มีน้ำตาลน้อย	4.18 (มาก)	4.24 (มาก)
เสริมวิตามิน	4.35 (มาก)	4.12 (มาก)
มีการแสดงฉลากโภชนาการ	4.19 (มาก)	4.07 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.18 (มาก)	4.04 (มาก)

ปัจจัยด้านราคา พบว่าทั้งสองช่วงอายุส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก (ตาราง 37) โดยมีค่าเฉลี่ยคือ อายุไม่เกิน 40 ปี มีค่าเฉลี่ยรวม 4.13 และอายุ 40 ปี ขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยรวม 4.02

ผู้ที่อายุไม่เกิน 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยในระดับมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.32) ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.26) และราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่นเมื่อเทียบในปริมาณที่เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ที่อายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับมาก เรียงลำดับความสำคัญ คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.33) และราคาเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.18) และราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น เมื่อเทียบในปริมาณที่เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ตาราง 37 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละช่วงอายุ

ปัจจัยด้านราคา	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น (ระดับความสำคัญ) ในแต่ละช่วงอายุ	
	ไม่เกิน 40 ปี	40 ปี ขึ้นไป
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.32 (มาก)	4.33 (มาก)
ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	4.26 (มาก)	4.18 (มาก)
ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น เมื่อเทียบในปริมาณที่เท่ากัน	3.80 (มาก)	3.55 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.13 (มาก)	4.02 (มาก)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าทั้งผู้ที่มีอายุไม่เกิน 40 ปี และอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยคือ 4.18 เท่ากัน (ตาราง 38)

ผู้ที่มีอายุไม่เกิน 40 ปี ให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อยด้านหาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.24) และสินค้าไม่ขาดตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อยด้านหาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.33) และสินค้าไม่ขาดตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ตาราง 38 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละช่วงอายุ

ปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น (ระดับความสำคัญ) ในแต่ละช่วงอายุ	
	ไม่เกิน 40 ปี	40 ปี ขึ้นไป
หาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป	4.24 (มาก)	4.33 (มาก)
สินค้าไม่ขาดตลาด	4.12 (มาก)	4.04 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.18 (มาก)	4.18 (มาก)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก (ตาราง 39) โดยอายุไม่เกิน 40 ปี มีค่าเฉลี่ยรวม 3.70 และอายุ 40 ปี ขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยรวม 3.54

ผู้ที่อายุไม่เกิน 40 ปี ให้ความสำคัญระดับมากกับทุกปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเรียงตามลำดับคือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีการลดแลกแจกแถม (ค่าเฉลี่ย 3.70) พนักงานขายแนะนำและให้ข้อมูลสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.59) และบริษัทจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคม (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ผู้ที่อายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อยด้านมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และการลดแลกแจกแถม (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยให้ความสำคัญระดับปานกลางกับการมีพนักงานขายแนะนำและให้ข้อมูลสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.41) และบริษัทจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคม (ค่าเฉลี่ย 3.21)

ตาราง 39 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละช่วงอายุ

ปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ยของปัจจัย (ระดับความสำคัญ) ในแต่ละช่วงอายุ	
	ไม่เกิน 40 ปี	40 ปี ขึ้นไป
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	3.96 (มาก)	4.03 (มาก)
มีการลด แลก แจก แถม	3.70 (มาก)	3.51 (มาก)
พนักงานขายแนะนำและให้ข้อมูลสินค้า	3.59 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)
บริษัทจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคม	3.53 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.70 (มาก)	3.54 (มาก)

3.3 ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เมื่อพิจารณาทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจของผู้บริโภค จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 60.2 (ตาราง 40) โดยคำถามข้อที่ตอบถูกมากที่สุดคือ นมพร้อมดื่มกลุ่มนี้ ต้องมีการแสดงฉลากโภชนาการ (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 82.2) รองลงมาคือ การกล่าวอ้างนี้เป็นการกล่าวอ้างปริมาณสารอาหาร หรือหน้าที่ของสารอาหารที่มีต่อร่างกาย (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 81.0) ส่วนคำถามข้อที่ตอบผิดมากที่สุดได้แก่ การกล่าวอ้างปริมาณ โดยเปรียบเทียบนั้น สามารถใช้เปรียบเทียบปริมาณสารอาหารกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน ของผู้ผลิตรายใดก็ได้ทั่วโลก (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 19.7)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมประเภทนี้ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 64.3 โดยคำถามข้อที่ตอบถูกมากที่สุดคือ นมพร้อมดื่มกลุ่มนี้ต้องมีการแสดงฉลากโภชนาการ (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 86.8) ส่วนคำถามข้อที่ตอบผิดมากที่สุด ได้แก่ การกล่าวอ้างปริมาณ โดยเปรียบเทียบนั้น สามารถใช้เปรียบเทียบปริมาณสารอาหารกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันของผู้ผลิตรายใดก็ได้ทั่วโลก (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 18.5)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมประเภทนี้ ในระดับมากเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 67.5 โดยคำถามข้อที่ตอบถูกมากที่สุดคือ นมพร้อมดื่มกลุ่มนี้ ต้องมีการแสดงฉลากโภชนาการ (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 86.6) รองลงมาคือนมพร้อมดื่มกลุ่มนี้ ไม่ได้เหมาะสำหรับผู้บริโภคที่มีปัญหาด้านสุขภาพเท่านั้น (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 81.0) และการกล่าวอ้างนี้ เป็นการกล่าวอ้างปริมาณสารอาหาร หรือหน้าที่ของสารอาหารที่มีต่อร่างกาย (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 80.8) ส่วนคำถามข้อที่ตอบผิดมากที่สุด ได้แก่ การกล่าวอ้างปริมาณ โดยเปรียบเทียบนั้น สามารถใช้เปรียบเทียบปริมาณสารอาหารกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันของผู้ผลิตรายใดก็ได้ทั่วโลก (มีผู้ตอบถูกร้อยละ 18.3)

ตาราง 40 ระดับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	ร้อยละ (ระดับความรู้ ความเข้าใจ) ของผู้ที่ตอบคำถามถูก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป
1.การกล่าวอ้างทางโภชนาการ เป็นการกล่าวอ้างปริมาณสารอาหาร หรือหน้าที่ของสารอาหารที่มีต่อร่างกาย	81.0 (มากที่สุด)	73.7 (มาก)	80.8 (มากที่สุด)
2.ในการกล่าวอ้างทางโภชนาการ สามารถใช้ข้อความระบุว่าสารอาหารนั้น สามารถป้องกันหรือบำบัดโรคได้	36.4 (น้อย)	42.5 (ปานกลาง)	60.5 (มาก)
3.สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ทำหน้าที่ควบคุมเกี่ยวกับการกล่าวอ้างทางโภชนาการโดยตรง	66.4 (มาก)	72.8 (มาก)	63.9 (มาก)
4.นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการต้องมีการแสดงฉลากโภชนาการ	82.2 (มากที่สุด)	86.8 (มากที่สุด)	86.6 (มากที่สุด)

ตาราง 40 (ต่อ)

ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทาง โภชนาการ	ร้อยละ (ระดับความรู้ ความเข้าใจ) ของผู้ที่ตอบคำถามถูก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป
5.นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทาง โภชนาการเหมาะสำหรับผู้บริโภคที่มี ปัญหาด้านสุขภาพเท่านั้น	60.6 (มาก)	70.4 (มาก)	81.0 (มากที่สุด)
6.ในการกล่าวอ้างปริมาณโดย เปรียบเทียบกับนม สามารถใช้เปรียบเทียบ ปริมาณสารอาหารกับผลิตภัณฑ์ชนิด เดียวกัน ของผู้ผลิตรายใดก็ได้ทั่วโลก	19.7 (น้อยที่สุด)	18.5 (น้อยที่สุด)	18.3 (น้อยที่สุด)
7.นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างว่ามี "ปริมาณไขมันต่ำ" หรือ "น้ำตาลน้อย" ทำให้ท่านสามารถหลีกเลี่ยงสารอาหาร ที่ไม่ต้องการได้	67.7 (มาก)	72.9 (มาก)	72.4 (มาก)
8.นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทาง โภชนาการ สามารถวางจำหน่ายได้ใน ร้านขายสินค้าเพื่อสุขภาพเท่านั้น	61.0 (มาก)	71.2 (มาก)	71.0 (มาก)
9.ผู้ผลิตได้ใช้การกล่าวอ้างทาง โภชนาการเป็นจุดขายในการโฆษณา ผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้าง ทางโภชนาการ	63.7 (มาก)	71.8 (มาก)	72.4 (มาก)
10.นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทาง โภชนาการต้องบรรจุเป็นกล่องเท่านั้น	62.8 (มาก)	61.9 (มาก)	67.6 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	60.2 (มาก)	64.3 (มาก)	67.5 (มาก)

ในส่วนของการคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ทุกช่วงรายได้จัดอยู่ในระดับไม่แน่ใจเช่นเดียวกัน (ตาราง 41) โดยมีค่าเฉลี่ยรวมดังนี้ คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 รายได้ 10,000-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 และรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26

ในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทนั้น ข้อความวัดความคิดเห็นทางบวกที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ การอ่านฉลากโภชนาการช่วยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่ให้สารอาหารเหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.42) รองลงมาคือการบริโภคผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มประเภทนี้ มีส่วนช่วยในการดูแลสุขภาพ (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.15) และเห็นด้วยกับข้อความวัดความคิดเห็นทางบวกข้ออื่นๆ ส่วนข้อความวัดความคิดเห็นทางลบ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับข้อความที่ระบุว่า ราคาสินค้าของผู้ผลิตนมพร้อมดื่มกลุ่มนี้ยังมีน้อย (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.15) ราคาของนมพร้อมดื่มกลุ่มนี้มีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์นมทั่วไป (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.42) หน่วยงานของรัฐยังมีการให้ความรู้ไม่เพียงพอแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.46) และขนาดบรรจุภัณฑ์ของนมกลุ่มนี้มีให้เลือกน้อย (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.49) ส่วนข้อความที่เกี่ยวข้องกับการวัดความคิดเห็นทางลบข้ออื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกไม่แน่ใจในข้อความเหล่านั้น

ในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาทนั้น ข้อความวัดความคิดเห็นทางบวกที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ การอ่านฉลากโภชนาการช่วยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่ให้สารอาหารเหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.21) รองลงมาคือผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มประเภทนี้ มีการโฆษณาทางสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.03) และเห็นด้วยกับข้อความวัดความคิดเห็นทางบวกข้ออื่นๆ ส่วนข้อความวัดความคิดเห็นทางลบ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับข้อความที่ระบุว่า ราคาของนมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ มีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์นมทั่วไป (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.28) หน่วยงานของรัฐยังมีการให้ความรู้ไม่เพียงพอแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.35) และขนาดบรรจุภัณฑ์ของนมกลุ่มนี้มีให้เลือกน้อย (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.43) ส่วนข้อความที่เกี่ยวข้องกับการวัดความคิดเห็นทางลบข้ออื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกไม่แน่ใจในข้อความเหล่านั้น

ในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปนั้น ข้อความวัดความคิดเห็นทางบวกที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ การกล่าวอ้างทางโภชนาการช่วยในการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์นมก่อนตัดสินใจซื้อ และผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มประเภทนี้ มีการโฆษณาทางสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 4.01 เช่นเดียวกัน) และเห็นด้วยกับข้อความวัดความคิดเห็นทางบวกข้ออื่นๆ ส่วนข้อความวัดความคิดเห็นทางลบ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับข้อความที่ระบุว่า ราคาของนมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการมีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์นมทั่วไป (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.22) และหน่วยงานของรัฐยังมีการให้ความรู้ไม่เพียงพอแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ (มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น 2.37) ส่วนข้อความที่เกี่ยวข้องกับการวัดความคิดเห็นทางลบข้ออื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกไม่แน่ใจในข้อความเหล่านั้น

ตาราง 41 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ในแต่ละระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ

ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็น (แปลผล) ในแต่ละระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป
1. การบริโภคผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ มีส่วนช่วยในการดูแลสุขภาพ	4.15 (เห็นด้วย)	3.94 (เห็นด้วย)	3.74 (เห็นด้วย)
2. การอ่านฉลากโภชนาการ ช่วยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่ให้สารอาหารเหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย	4.42 (เห็นด้วย)	4.21 (เห็นด้วย)	3.92 (เห็นด้วย)
3. ข้อมูลบนฉลากโภชนาการ อ่านแล้วเข้าใจยาก	2.56 (ไม่แน่ใจ)	2.69 (ไม่แน่ใจ)	2.64 (ไม่แน่ใจ)
4. ฉลากโภชนาการ ไม่จำเป็นในการเลือกซื้อ นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	3.05 (ไม่แน่ใจ)	3.15 (ไม่แน่ใจ)	3.23 (ไม่แน่ใจ)
5. ท่านอ่านข้อมูลปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้รับประทานต่อวัน (Thai RDI) บนฉลากโภชนาการ	3.92 (เห็นด้วย)	3.86 (เห็นด้วย)	3.87 (เห็นด้วย)

ตาราง 41 (ต่อ)

ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็น (แปลผล) ในแต่ละระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป
6. ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มจากตราหือ โดยไม่สนใจข้อมูลบนฉลากโภชนาการ	2.83 (ไม่แน่ใจ)	3.05 (ไม่แน่ใจ)	3.16 (ไม่แน่ใจ)
7. การกล่าวอ้างทางโภชนาการ ช่วยในการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์นมก่อนตัดสินใจซื้อ	4.08 (เห็นด้วย)	3.96 (เห็นด้วย)	4.01 (เห็นด้วย)
8. นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ หาซื้อได้ง่ายพอๆ กับนมพร้อมดื่มทั่วไป	3.91 (เห็นด้วย)	3.93 (เห็นด้วย)	3.83 (เห็นด้วย)
9. นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง	3.99 (เห็นด้วย)	4.03 (เห็นด้วย)	4.01 (เห็นด้วย)
10. ราคาสินค้าของผู้ผลิตนมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการยังมีน้อย	2.15 (เห็นด้วย)	2.58 (ไม่แน่ใจ)	2.72 (ไม่แน่ใจ)
11. ราคาของนมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ มีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์นมทั่วไป	2.42 (เห็นด้วย)	2.28 (เห็นด้วย)	2.22 (เห็นด้วย)
12. ขนาดบรรจุภัณฑ์ของนมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการมีให้เลือกน้อย	2.49 (เห็นด้วย)	2.43 (เห็นด้วย)	2.60 (ไม่แน่ใจ)
13. หน่วยงานของรัฐยังมีการให้ความรู้ไม่เพียงพอแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	2.46 (เห็นด้วย)	2.35 (เห็นด้วย)	2.37 (เห็นด้วย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.26 (ไม่แน่ใจ)	3.27 (ไม่แน่ใจ)	3.26 (ไม่แน่ใจ)

หมายเหตุ คำถามวัดความคิดเห็นทางบวก คือ ข้อ 1, 2, 5, 7, 8 และ 9

คำถามวัดความคิดเห็นทางลบ คือ ข้อ 3, 4, 6, 10, 11, 12 และ 13

ในด้านพฤติกรรม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในทุกช่วงรายได้ อ่านฉลากโภชนาการประกอบในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการเป็นบางครั้ง (ตาราง 42) โดยรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 66.7 รายได้ 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.4 และรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 50.0

นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละช่วงรายได้ ส่วนใหญ่เมื่ออ่านฉลากโภชนาการแล้ว รู้เรื่องและเข้าใจบ้างเล็กน้อย (ตาราง 43) โดยรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 69.7 รายได้ 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 61.2 และรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตาราง 42 พฤติกรรมการอ่านฉลากโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ

พฤติกรรมการอ่าน ฉลากโภชนาการ	จำนวน (ร้อยละ) ในแต่ละระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาท ขึ้นไป
ทุกครั้ง	42 (25.5)	53 (36.1)	38 (43.2)
บางครั้ง	110 (66.7)	77 (52.4)	44 (50.0)
ไม่อ่านเลย	13 (7.9)	17 (11.6)	6 (6.8)
รวม	165 (100.0)	147 (100.0)	88 (100.0)

ตาราง 43 ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เมื่ออ่านฉลาก โฆษณาการของผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทาง โฆษณาการ

ความเข้าใจ เมื่ออ่านฉลากโฆษณาการ	จำนวน (ร้อยละ) ในแต่ละระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป
ไม่รู้เรื่องและไม่เข้าใจเลย	22 (13.3)	27 (18.4)	11 (12.5)
รู้เรื่องและเข้าใจบ้างเล็กน้อย	115 (69.7)	90 (61.2)	52 (59.1)
รู้เรื่องและเข้าใจดี	28 (17.0)	30 (20.4)	25 (28.4)
รวม	165 (100.0)	147 (100.0)	88 (100.0)

หากพิจารณาถึงแหล่งที่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทาง โฆษณาการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่นิยมซื้อจากร้านสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 47.9 (ตาราง 44) ส่วนผู้ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่นิยมซื้อจากร้านสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 32.7 รองลงมาคือซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ต คิดเป็นร้อยละ 32.0 สำหรับผู้ที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่นิยมซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ต คิดเป็นร้อยละ 46.6

ตาราง 44 แหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทาง โฆษณาการบ่อยที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แหล่งที่ซื้อบ่อยที่สุด	จำนวน (ร้อยละ) ในแต่ละระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป
ร้านสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง	79 (47.9)	48 (32.7)	16 (18.2)
มินิมาร์ท	6 (3.6)	5 (3.4)	6 (6.8)
ร้านค้า/ร้านชำทั่วไป	38 (23.0)	35 (23.8)	17 (19.3)

ตาราง 44 (ต่อ)

แหล่งที่ซื้อบ่อยที่สุด	จำนวน (ร้อยละ) ในแต่ละระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป
ซูเปอร์มาร์เก็ต	28 (17.0)	47 (32.0)	41 (46.6)
ไฮเปอร์มาร์เก็ต	14 (8.5)	12 (8.2)	8 (9.1)
รวม	165 (100.0)	147 (100.0)	88 (100.0)

หากพิจารณาความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ ด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก (ตาราง 45) โดยรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวม 4.26 รายได้ 10,000-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวม 4.11 และรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยรวม 4.02

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท จะให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยในระดับมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย คือ มีแคลเซียมสูง (ค่าเฉลี่ย 4.43) มีไขมันต่ำ (ค่าเฉลี่ย 4.39) รสชาติอร่อย (ค่าเฉลี่ย 4.38) เสริมวิตามิน (ค่าเฉลี่ย 4.37) มีน้ำตาลน้อย (มีค่าเฉลี่ย 4.30) มีการแสดงฉลากโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 4.24) ทรานส์ไขมัน (ยี่ห่อ) มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และบรรจุภัณฑ์สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เรียงตามลำดับ คือ มีแคลเซียมสูง (ค่าเฉลี่ย 4.36) มีไขมันต่ำและน้ำตาลน้อย (มีค่าเฉลี่ย 4.26 เช่นเดียวกัน) เสริมวิตามิน (ค่าเฉลี่ย 4.24) มีการแสดงฉลากโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 4.20) รสชาติอร่อย (ค่าเฉลี่ย 4.11) และทรานส์ไขมัน (ยี่ห่อ) มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.05) โดยให้ความสำคัญระดับปานกลางกับปัจจัยย่อยด้านความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ผู้ที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เรียงตามลำดับ คือ มีแคลเซียมสูง (ค่าเฉลี่ย 4.35) เสริมวิตามิน (ค่าเฉลี่ย 4.21) มีไขมันต่ำ (ค่าเฉลี่ย 4.16) รสชาติอร่อย (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีน้ำตาลน้อย (มีค่าเฉลี่ย 4.07) มีการแสดงฉลากโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 3.99) และทรานส์ไขมัน (ยี่ห่อ) มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 3.95) โดยให้ความสำคัญระดับปานกลางกับปัจจัยย่อยด้านความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.35)

ตาราง 45 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น (ระดับความสำคัญ) ในแต่ละระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป
ตราสินค้า (ยี่ห้อ) มีชื่อเสียง เป็นที่ ยอมรับ	4.03 (มาก)	4.05 (มาก)	3.95 (มาก)
บรรจุภัณฑ์สวยงาม	3.91 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
รสชาติอร่อย	4.38 (มาก)	4.11 (มาก)	4.08 (มาก)
มีแคลเซียมสูง	4.43 (มาก)	4.36 (มาก)	4.35 (มาก)
มีไขมันต่ำ	4.39 (มาก)	4.26 (มาก)	4.16 (มาก)
มีน้ำตาลน้อย	4.30 (มาก)	4.26 (มาก)	4.07 (มาก)
เสริมวิตามิน	4.37 (มาก)	4.24 (มาก)	4.21 (มาก)
มีการแสดงฉลากโภชนาการ	4.24 (มาก)	4.20 (มาก)	3.99 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.26 (มาก)	4.11 (มาก)	4.02 (มาก)

ปัจจัยด้านราคา พบว่าส่วนใหญ่ของแต่ละกลุ่มรายได้ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก (ตาราง 46) โดยมีค่าเฉลี่ยคือ รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวม 4.10 รายได้ 10,000-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวม 4.12 และรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยรวม 4.03

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท จะให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยในระดับมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.32) ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.27) และราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่นเมื่อเทียบในปริมาณที่เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ผู้ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.38) ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.23) และราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่นเมื่อเทียบในปริมาณที่เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ผู้ที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยในระดับมาก เช่นกัน โดยเรียงตามลำดับความสำคัญ คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.18) และราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่นเมื่อเทียบในปริมาณที่เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ตาราง 46 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น (ระดับความสำคัญ) ในแต่ละระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาท ขึ้นไป
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.32 (มาก)	4.38 (มาก)	4.25 (มาก)
ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	4.27 (มาก)	4.23 (มาก)	4.18 (มาก)
ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่นเมื่อเทียบในปริมาณที่เท่ากัน	3.70 (มาก)	3.75 (มาก)	3.66 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.10 (มาก)	4.12 (มาก)	4.03 (มาก)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าส่วนใหญ่ของทุกกลุ่มรายได้ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก (ตาราง 47) โดยมีค่าเฉลี่ยคือ รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวม 4.10 รายได้ 10,000-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวม 4.29 และรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยรวม 4.14

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกปัจจัย โดยเรียงลำดับความสำคัญ คือ หาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.21) และสินค้าไม่ขาดตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ผู้ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อยด้านหาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.39) และสินค้าไม่ขาดตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ผู้ที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อยด้านหาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.21) และสินค้าไม่ขาดตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ตาราง 47 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น (ระดับความสำคัญ) ในแต่ละระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาท ขึ้นไป
หาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป	4.21 (มาก)	4.39 (มาก)	4.21 (มาก)
สินค้าไม่ขาดตลาด	3.99 (มาก)	4.18 (มาก)	4.07 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.10 (มาก)	4.29 (มาก)	4.14 (มาก)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท และ รายได้ 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมากกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.73 และ 3.74 ตามลำดับ (ตาราง 48) ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 ขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.43

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีการลดแลกแจกแถม (ค่าเฉลี่ย 3.71) และมีพนักงานขายแนะนำและให้ข้อมูลสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยให้ความสำคัญระดับปานกลางกับการที่บริษัทจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคม (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ผู้ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อยด้านมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีการลดแลกแจกแถม (ค่าเฉลี่ย 3.80) มีพนักงานขายแนะนำและให้ข้อมูลสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.69) โดยให้ความสำคัญระดับปานกลางกับการที่บริษัทจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคม (ค่าเฉลี่ย 3.45)

ผู้ที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อยด้านมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เพียงด้านเดียว (ค่าเฉลี่ย 3.73) ส่วนปัจจัยย่อยด้านอื่นให้ความสำคัญในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับความสำคัญ คือ มีการลดแลกแจกแถม (ค่าเฉลี่ย 3.37) บริษัทจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคม (ค่าเฉลี่ย 3.39) และมีพนักงานขายแนะนำและให้ข้อมูลสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ตาราง 48 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น (ระดับความสำคัญ) ในแต่ละระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)	3.73 (มาก)
มีการลด แลก แจก แถม	3.71 (มาก)	3.80 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)
พนักงานขายแนะนำและให้ข้อมูล สินค้า	3.63 (มาก)	3.69 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)
บริษัทจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคม	3.33 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.73 (มาก)	3.74 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ

จากการสอบถามถึงปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่ (ร้อยละ 59.3) ไม่พบปัญหาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ (ตาราง 49) แต่ยังมีบางส่วนที่พบปัญหา (ร้อยละ 40.7) ซึ่งปัญหาหลักที่พบ 5 อันดับแรก ได้แก่ มีการโฆษณาเกินจริง คิดเป็นร้อยละ 41.2 (ตาราง 50) รองลงมาคือ คุณภาพต่ำกว่าที่มีการกล่าวอ้าง (ร้อยละ 39.4) ราคาแพงกว่ายี่ห้ออื่นในปริมาณที่เท่ากัน (ร้อยละ 37.0) ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ (ร้อยละ 32.7) และราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ (ร้อยละ 30.3) นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังมีความคิดเห็นว่าผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มกลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 82.2 (ตาราง 51)

ตาราง 49 การพบปัญหาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถาม

การพบปัญหาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พบปัญหา	163	40.7
ไม่พบปัญหา	237	59.3
รวม	400	100.0

ตาราง 50 ปัญหาที่พบในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาที่พบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
คุณภาพต่ำกว่าที่มีการกล่าวอ้าง	65	39.4	2
รสชาติไม่ตรงตามความต้องการ	44	26.7	7
ไม่มีการแสดงฉลากโภชนาการ	36	21.8	9
ราคาแพงกว่าหืออื่นในปริมาณที่เท่ากัน	61	37.0	3
ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ	50	30.3	5
ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ	54	32.7	4
หาซื้อได้ยาก	23	13.9	10
สถานที่จำหน่ายอยู่ไกล	16	9.7	11
มีการโฆษณาเกินจริง	68	41.2	1
ไม่เข้าใจความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์นมทั่วไป	42	25.5	8
ไม่มีพนักงานแนะนำข้อมูล	45	27.3	6
อื่นๆ	1	0.6	12

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 163 คน

ตาราง 51 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มความนิยมในอนาคตของผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการของผู้ตอบแบบสอบถาม

แนวโน้มความนิยมในอนาคต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น	329	82.2
ได้รับความนิยมลดลง	12	3.0
ไม่มีการเปลี่ยนแปลง	42	10.5
ไม่มีความคิดเห็นในเรื่องนี้	17	4.3
รวม	400	100.0