

การรับรู้ข้อมูลโภชนาการบนฉลากอาหารเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร ของกลุ่มผู้บริโภคใน
เขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

**Perception of Nutrition Information on Food Product Labels of Consumers
in Bangkok Metropolitan Region.**

นิจิตรตรา ทรวงดอน

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Nijittra Suangdon

E-mail: nijijunk911426@gmail.com

Industrial Management, Master of Business Administration Program

Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การรับรู้ข้อมูลโภชนาการบนฉลากอาหารเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร ของกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ข้อมูลโภชนาการบนฉลากเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ผลการทดสอบพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ฉลากอาหาร ของกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำแนกตาม เพศ, สถานะภาพ, อายุ, วุฒิการศึกษา, อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านฉลาก 2) เพื่อศึกษาความรู้และความเข้าใจข้อมูลโภชนาการบนฉลากอาหารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ข้อมูลโภชนาการบนฉลากเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร พบว่าการใช้ข้อมูลบนฉลากอาหารมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับพฤติกรรมการใช้ข้อมูลโภชนาการบนฉลากเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน ในการศึกษาใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการ

วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ค่าไค-สแควร์ (Chi-Square) ด้วยวิธีของเพียร์สัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ฉลากอาหาร ได้แก่ เพศ, อายุ, วุฒิการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านฉลาก ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ, วุฒิการศึกษา และด้านสถานะภาพ มีสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร 2) ผลการทดสอบความรู้ความเข้าใจข้อมูลโภชนาการบนฉลากอาหารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ข้อมูลโภชนาการบนฉลากอาหาร พบว่าการใช้ข้อมูลบนฉลากอาหารมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับพฤติกรรมการใช้ข้อมูลโภชนาการบนฉลากเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร

คำสำคัญ: ข้อมูลโภชนาการ; ความรู้; พฤติการเลือกซื้อ

Abstract

The study of subjects on the awareness of nutrition information on food labels for food products in Bangkok Metropolitan Region, and vicinity aims. 1) to study personal factors correlated with nutrition information on the title for purchasing food products of consumers in Bangkok and set. The results showed that individual characteristics were associated with consumers' food labeling habits of consumers in Bangkok and vicinity by gender, visual status, age, qualification, occupation, and income. 2) To study knowledge and understanding of nutrition information on food labels, it is associated with behavior, using nutrition information on the 'designation for purchase of food products. It found that the use of data on food labels was a statistically significant relation to the use of nutrition information on the title for product selection. The samples used in the study are consumers in Bangkok and the vicinity. The study used questionnaires as a tool to collect data by analyzing data with a ready-made program. The statistics used in the analysis are percentages, averages, and statistics used to test assumptions, namely, the study of Chi-Square with Pearson's method at a statistically significant level of 0.05.

The results showed that. 1) Personal factors correlated with food label behaviors, namely sex, age, qualification, relationship with label reading behavior. 2) Cognitive test results for nutrition information on food labels are correlated with the use of nutrition information on food labels. It found that the use of data on food labels was statistically significant concerning the use of nutrition information on the title to purchase food products.

Keyword : Nutrition Information, Knowledge, Purchasing Customer's Behavior

บทนำ

ปัจจุบันการดำรงชีวิตของคนในสังคมไทยได้เปลี่ยนแปลงไป จากการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทำให้การดำเนินชีวิตมีความเร่งรีบ มีสุขภาพรวมทั้งพฤติกรรมการบริโภคอาหารเปลี่ยนแปลงไป มีแนวโน้มในการรับประทานอาหารสำเร็จรูป ถึงสำเร็จรูป อาหารพร้อมปรุง อาหารพร้อมรับประทานแช่เย็น-แช่แข็ง เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากสะดวก รวดเร็ว ใช้เวลาไม่มากและไม่ยุ่งยากในการปรุงหรือเตรียม การแสดงข้อมูลบนฉลากอาหารเป็นช่องทางหนึ่งที่ผู้ผลิตต้องการ สื่อสารกับผู้บริโภคถึงข้อมูลของผลิตภัณฑ์อาหารนั้น เพื่อให้ ผู้บริโภคใช้เป็นข้อมูลในการพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร อีกทั้งยังแสดงวิธีการใช้การเก็บรักษา วันหมดอายุ และฉลากโภชนาการ ซึ่งการแสดงข้อมูลคุณค่าทางโภชนาการของ ผลิตภัณฑ์อาหาร ช่วยให้ผู้บริโภคใช้ผลิตภัณฑ์อาหารได้อย่างเหมาะสมกับความต้องการของร่างกายและภาวะสุขภาพ หากผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญเกี่ยวกับข้อมูลบนฉลากอาหารย่อมจะสามารถเลือกผลิตภัณฑ์อาหาร ได้อย่างเหมาะสม ในโลกยุคปัจจุบันที่คนเริ่มหันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ทั้งดูแลร่างกายโดยการออกกำลังกาย ดูแลและควบคุมน้ำหนักด้วยการเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ และสนใจในเรื่องของโภชนาการมากขึ้น ฉลากโภชนาการจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่เป็นตัวบ่งชี้ว่าสิ่งที่เราเลือกซื้อและเลือกรับประทานอยู่นั้นมีคุณค่าเพียงใด และยังสามารถช่วยกำหนดปริมาณการรับประทานให้เหมาะสมและถูกต้องอีกด้วย ปัจจุบันผู้บริโภคนิยมเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปมากขึ้นซึ่งการอ่านฉลากก่อนซื้อก็เป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้ได้รับสารอาหารตรงตามความต้องการ เนื่องจากฉลากอาหารเป็นแหล่งข้อมูลพื้นฐานที่จะบอกว่าอาหารนั้นผลิตที่ใด มีส่วนประกอบอะไร มีการปรุง การเก็บรักษาอย่างไร ผลิต และ/หรือหมดอายุเมื่อใด มีการใช้สารหรือวัตถุเจือปนชนิดใด รวมถึงคำเตือนที่ควรระวัง และที่สำคัญได้รับอนุญาตหรือผ่านการตรวจสอบจาก ออย.หรือไม่ โดยดูจากเครื่องหมาย ออย. ซึ่งมีเลขสารบบอาหาร 13 หลัก อยู่ภายในกรอบเครื่องหมาย ออย. อีกส่วนหนึ่งที่ผู้บริโภคควรให้ความสนใจเนื่องจากเป็นแหล่งข้อมูลที่จะช่วยให้เราดูแลสุขภาพได้อย่างเหมาะสมนั่นก็คือ “ฉลากโภชนาการ” นั่นเอง

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าการให้ความสำคัญกับการอ่านฉลากโภชนาการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลโภชนาการบนฉลากอาหารเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร และพฤติกรรมการอ่านข้อมูลโภชนาการ ของกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปปรับข้อมูลการใช้ฉลากอาหารในภาคธุรกิจต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ข้อมูลโภชนาการบนฉลากเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาความรู้และความเข้าใจข้อมูลโภชนาการบนฉลากอาหารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ข้อมูลโภชนาการบนฉลากเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ข้อมูลโภชนาการบนฉลากเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล
2. ความรู้และความเข้าใจข้อมูลโภชนาการบนฉลากอาหารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ข้อมูลโภชนาการบนฉลากเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

ขอบเขตงานวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ มุ่งศึกษาปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล และความรู้ความเข้าใจข้อมูลโภชนาการบนฉลากอาหารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ข้อมูลโภชนาการบนฉลากเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร ของผู้บริโภคดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาการวิจัย ศึกษาปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ข้อมูลโภชนาการบนฉลากเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา มีดังต่อไปนี้

1.1 ตัวแปรอิสระ ด้านปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล (Personal Characteristic) ประกอบด้วย

- 1.1.1 เพศ
- 1.1.2 สถานภาพ
- 1.1.3 อายุ
- 1.1.4 วุฒิการศึกษา
- 1.1.5 อาชีพ
- 1.1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- 1.1.7 ศาสนา
- 1.1.8 แหล่งในการซื้อ

1.2 ตัวแปรอิสระ ความรู้ความเข้าใจข้อมูลบนฉลากอาหาร ประกอบด้วย

- 1.2.1 ข้อมูลทั่วไปบนฉลากอาหาร

1.2.2 ข้อมูลโภชนาการบนฉลากอาหาร

1.2.3 ข้อมูลความเข้าใจเกี่ยวกับฉลากโภชนาการ

1.3 ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการใช้ข้อมูลโภชนาการบนฉลากเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร

ประกอบด้วย

1.3.1 ข้อมูลทั่วไปบนฉลากอาหาร

1.3.2 ข้อมูลโภชนาการบนฉลากอาหาร

1.3.3 ข้อมูลความเข้าใจเกี่ยวกับฉลากโภชนาการ

2. ขอบเขตด้านประชากรวิจัย ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (ประกอบด้วยจังหวัดนครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ และสมุทรสาคร) รวมจำนวนทั้งสิ้น 10,944,863 คน (ข้อมูลจากประกาศสำนักทะเบียนกลาง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562) กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยการใช้ตารางสำเร็จรูปของ ทาโร่ ยามานะ (Taro Yamane, 1973, p. 125, อ้างถึงในธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563, หน้า 47) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 จากจำนวนประชากรที่มากกว่า 100,00 คนขึ้นไป ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่การวิจัย พื้นที่การวิจัย คือ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาการวิจัย ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2563 ถึงวันที่ 15 ตุลาคม 2563 โดยมีระยะเวลารวมประมาณ 2.5 เดือน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทราบถึงการรับรู้ การเข้าใจข้อมูลโภชนาการบนฉลากอาหาร และสามารถใช้อข้อมูลโภชนาการบนฉลากอาหารมาพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาการรับรู้ถึงข้อมูลโภชนาการบนฉลากอาหารเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวความคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

ความรู้เกี่ยวกับฉลากอาหาร และฉลากโภชนาการ

ความหมายของ“ ฉลาก” ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 4 ให้ความหมาย คำว่า “ ฉลาก” ไว้ว่า “ ฉลาก ” หมายความว่า รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือข้อความใด ๆ ที่แสดงไว้ที่อาหาร ภาชนะบรรจุอาหาร หรือหีบห่อของภาชนะที่บรรจุอาหาร ฉลากอาหารมีความสำคัญต่อการสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภค (ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 367 พ.ศ. 2557 และ (ฉบับที่ 383) พ.ศ. 2560 เรื่อง การแสดง ฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุ ฉลากอาหารถือเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการสื่อสารข้อมูลของผลิตภัณฑ์ไปยัง ผู้บริโภค กล่าวได้ว่าเป็นสิ่งที่บอกเล่าเรื่องราวของอาหารชนิดนั้นๆ ก่อนที่เราจะเลือกบริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่ม เสี่ยง เช่น เด็กทารกหรือผู้สูงอายุ ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดให้อาหารทุกชนิดที่มีภาชนะบรรจุ เพื่อการจำหน่ายจำเป็นต้องมีการแสดงฉลากอาหารและต้องแสดงข้อความบนฉลากนั้นเป็นภาษาไทย โดยตัวฉลาก อาหารเองต้องมีข้อมูลสำคัญหลักๆ ได้แก่ ชื่ออาหาร, เครื่องหมาย อย., ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตหรือผู้แบ่งบรรจุ, ปริมาณสุทธิ และวันที่ผลิต/วันหมดอายุหรือควรบริโภคก่อนของอาหาร นอกจากนี้ยังมีส่วนของรายละเอียดอื่นๆ อีก ได้แก่ ส่วนประกอบที่สำคัญ, ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร โดยอาหารที่ก่อให้เกิดอาการแพ้อาจเป็นตัวอาหารเอง หรือเป็นส่วนประกอบหรืออาจปนเปื้อนจากกระบวนการผลิตก็ได้, ชื่อวัตถุเจือปนอาหารร่วมกับชื่อเฉพาะ เช่น ใช้ วัตถุปรุงแต่งรสอาหาร (โมโนโซเดียมแอล-กลูตาเมต), การแต่งกลิ่นรสในอาหาร เช่น แต่งกลิ่นธรรมชาติ, คำเตือน, คำแนะนำในการเก็บรักษา, วิธีปรุงเพื่อรับประทาน เป็นต้น (โดย ดร.อรรช เมฆเกตุ, ผศ.จิราภรณ์ สิริสัมพันธ์ และ รศ. ดร.ประพันธ์ ปิ่นศิริโรดม) คณะอุตสาหกรรมเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ฉลากโภชนาการ (Nutritional information)

อาหาร บางชนิดได้มีการแสดงข้อมูลโภชนาการของอาหารนั้นๆ บนฉลากอาหารเพื่อให้ผู้บริโภคได้เลือก ชื่ออาหาร และเลือกบริโภคให้เหมาะสมกับความต้องการ หรือภาวะทางโภชนาการของตนได้ ฉลากนี้เรียกว่า “ฉลากโภชนาการ” ซึ่งกฎหมายไม่ได้บังคับให้แสดงขึ้นอยู่ด้วยความสมัครใจของผู้ผลิต เว้นแต่ว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีการ กล่าวอ้างสรรพคุณทางโภชนาการ จึงจำเป็นต้องแสดงฉลากโภชนาการด้วย

อาหารที่ต้องแสดงฉลากโภชนาการ

1. อาหารที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ
2. อาหารที่มีการใช้คุณค่าในการส่งเสริมการขาย
3. อาหารที่ระบุกลุ่มผู้บริโภคในการส่งเสริมการขาย
4. อาหารอื่นตามที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ประกาศกำหนดโดยความเห็นชอบของ คณะกรรมการอาหาร การแสดงฉลากโภชนาการ จะต้องแสดงข้อความภาษาไทย แต่จะมี ภาษาต่างประเทศด้วยก็ได้ แต่ต้องมีรูปแบบและเงื่อนไขของการแสดงกรอบข้อมูลโภชนาการ

การกล่าวอ้างทางโภชนาการ

อาหารที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ หมายถึง อาหารที่แสดงข้อมูลทางโภชนาการบนฉลากเกี่ยวกับชนิดหรือปริมาณสารอาหาร ปริมาณสารอาหารโดยเปรียบเทียบ หรือหน้าที่ของสารอาหาร ซึ่งการกล่าวอ้างเหล่านี้ถือว่ามีการใช้คุณค่าในการส่งเสริมการขาย เป็นการนำข้อมูลเกี่ยวกับคุณประโยชน์หรือหน้าที่ของตัวผลิตภัณฑ์ส่วนประกอบหรือสารอาหารอย่างหนึ่งอย่างใดของผลิตภัณฑ์ที่มีต่อร่างกายหรือสุขภาพมาใช้ในการส่งเสริมการขาย นอกจากนี้ยังรวมถึงอาหารที่ระบุกลุ่มผู้บริโภคในการส่งเสริมการขายด้วย (เช่น ระบุผลิตภัณฑ์ซึ่งหมายถึงเด็กมุ่งจะใช้กับกลุ่มผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มวัยเรียน กลุ่มผู้บริหาร กลุ่มผู้สูงอายุ เป็นต้น) (ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 182 เรื่อง ฉลากโภชนาการ พ.ศ. 2541)

ทฤษฎีเกี่ยวกับ พฤติกรรมของผู้บริโภค

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค(Consumer buying decision process) เป็นลำดับ ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจากการสำรวจรายงานของผู้บริโภคจำนวนมากใน กระบวนการซื้อ พบว่าผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน คือ 1) การรับรู้ถึงความต้องการหรือ การรับรู้ปัญหา 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินผลทางเลือกก่อนการซื้อ 4) การตัดสินใจซื้อ 5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ ทั้งนี้ผู้บริโภคอาจข้ามหรือย้อนกลับไปเริ่มต้นขั้นตอนก่อนนี้ก็ได้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อเริ่มต้นก่อนการซื้อจริง ๆ และมีผลกระทบหลังจากการซื้อโดยมีรายละเอียดในแต่ละขั้นตอนดังนี้ (ศิริวรรณ เจริญรัตน์และคณะ, 2541)

ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ศิริวรรณ เจริญรัตน์(2541: 80)ได้กล่าวถึงความหมายของการตัดสินใจว่าเป็นวิธีการที่บุคคลควรประพฤติเพื่อให้ได้ผลสูงสุด โดยมีวิธีการตัดสินใจ 6 ขั้นตอนดังนี้

1. ค้นหาความต้องการในการตัดสินใจ
2. สร้างเกณฑ์ในการตัดสินใจ (Identify the decision criteria)
3. แบ่งน้ำหนักในแต่ละเกณฑ์(Allocate weights to the criteria)
4. พัฒนาทางเลือก(Develop the alternatives)
5. ประเมินผลทางเลือก(Evaluate the alternatives)
6. เลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Select the best alternative)

ทฤษฎีการรับรู้ (Perception)

การรับรู้ หมายถึง การแปลความหมายจากการสัมผัส โดยเริ่มตั้งแต่ การมีสิ่งเร้ามา กระพือกับอวัยวะรับสัมผัสทั้งห้า และส่งกระแสประสาท ไปยังสมอง เพื่อการแปลความ

กระบวนการของการรับรู้ (Process) เป็นกระบวนการที่คาบเกี่ยวกันระหว่างเรื่องความเข้าใจ การคิด การรู้สึก (Sensing) ความจำ (Memory) การเรียนรู้ (Learning) การตัดสินใจ (Decision making)

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถาม เมื่อได้ข้อมูลครบจำนวนแล้ว จึงเก็บรวบรวมแบบสอบถามเพื่อนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วนำมาวิเคราะห์ตามหลักสถิติต่อไป โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำวิจัยจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารอ้างอิงต่างๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อมาสร้างแบบสอบถาม
2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม

วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลในการตอบแบบสอบถามของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง
2. จำนวนแบบสอบถามที่ส่งให้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ฉบับ ได้รับคืนเป็นฉบับที่สมบูรณ์และนำไปใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ 400 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100
3. นำแบบสอบถามที่ถูกต้องสมบูรณ์มาวิเคราะห์ทางสถิติ

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ติดตั้งโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อใช้ในการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุดมาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ก่อนนำไปวิเคราะห์
2. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์แล้วมาลงรหัส (Coding) เพื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้ในการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยวิธีทางสถิติที่นำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้
 1. แบบสอบถามที่เกี่ยวกับปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้วิธีการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) โดยแสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage)
 2. แบบสอบถามที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ฉลากอาหาร และความถี่ในการเลือกซื้ออาหารที่มีฉลากโภชนาการ ใช้วิธีการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) โดยแสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage)
3. แบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลความเข้าใจเกี่ยวกับฉลากโภชนาการและการกล่าวอ้าง ใช้วิธีการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) โดยแสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

1. การทดสอบสมมติฐาน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ข้อมูลโภชนาการบนฉลากเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลทำการวิเคราะห์โดยใช้ค่า Chi-Square ด้วยวิธีของเพียร์สัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
2. การทดสอบสมมติฐาน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจข้อมูลโภชนาการบนฉลากอาหารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ข้อมูลโภชนาการบนฉลากเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลทำการวิเคราะห์โดยใช้ค่า Chi-Square ด้วยวิธีของเพียร์สัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.3 สถานะภาพโสด จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 73.5 มีอายุ 25 – 29 ปี จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.5 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.8 มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 นับถือศาสนาพุทธ 382 คน คิดเป็นร้อยละ 95.5 ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อเซเว่นอิลเว่น จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5

2. ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้ฉลากอาหาร และความถี่ในการเลือกซื้ออาหารที่มีข้อมูลโภชนาการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านฉลากอาหารก่อนซื้อสินค้า จำนวน 337 คน คิดเป็นร้อยละ 84.3 ข้อมูลที่ต้องอ่านบนฉลาก 3 อันดับแรก 1. วันหมดอายุ 2. วันที่ผลิต, ราคา และ 3. ชื่อสินค้า จำนวน 295, 242, 209 คน คิดเป็นร้อยละ 73.8, 60.5, 52.3 ตามลำดับ ซึ่งเหตุผลที่คิดว่าต้องอ่านก่อนซื้อสินค้าเพื่อทราบข้อมูลของตัวสินค้า จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2 ส่วนเหตุผลที่คิดว่าไม่จำเป็นเพราะเคยซื้อสินค้านั้น จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ปัจจัยที่เลือกซื้อสินค้าส่วนมาก เพราะคุณภาพสินค้า จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก เห็นความสำคัญฉลากโภชนาการ จำนวน 346 คน คิดเป็นร้อยละ 86.5 ไม่เห็นไม่สำคัญ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 สิ่งที่คุณทั่วไปพิจารณาข้อมูลบนฉลากโภชนาการมากที่สุดคือ ค่าพลังงาน ไขมัน น้ำตาล โซเดียม จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 ข้อมูลบนฉลากโภชนาการควรมีลักษณะที่อ่านเข้าใจง่าย จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเห็นความสำคัญการกล่าวอ้างข้อมูลฉลากโภชนาการ จำนวน 337 คน คิดเป็นร้อยละ 84.3 ไม่เห็นไม่สำคัญ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 ซึ่งเหตุผลที่คิดว่าการกล่าวอ้างข้อมูลโภชนาการมีความสำคัญ คือทำให้ทราบถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการบริโภคสินค้านั้น จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 ข้อมูลการกล่าวอ้างบนฉลากโภชนาการควรมีลักษณะ ที่เป็นการแสดงข้อมูลที่เป็นจริง จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ

50.7 และเหตุผลที่คิดว่า การกล่าวอ้างข้อมูลโภชนาการจึงไม่สำคัญ ก็เพราะ ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ความถี่ในการบริโภคอาหารที่ต้องมีฉลากโภชนาการ 13 ประเภท การเลือกซื้อสินค้าอยู่ที่ น้อยกว่า 1-3 ครั้ง/เดือน คือกลุ่มอาหารกึ่งสำเร็จรูป กลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมอบ ขนมขบเคี้ยว กลุ่มอาหารมื้อหลักแช่เย็นแช่แข็ง ผลิตภัณฑ์ของนม และนมเปรี้ยว คิดเป็นร้อยละ 33.5, 33.5, 32.5, 28.2, 26.5, 25.5 ตามลำดับ การเลือกซื้อสินค้าที่ 1-3 ครั้ง/สัปดาห์ คือกลุ่ม เครื่องดื่มในภาชนะบรรจุปิดสนิท คิดเป็นร้อยละ 28.0 การเลือกซื้อสินค้าน้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน คือกลุ่มกลุ่มซ็อกโกแลต , ไอศกรีมที่อยู่ในลักษณะพร้อมบริโภค คิดเป็นร้อยละ 38.0 , 28.5 ตามลำดับ และไม่กินเลย คือ กาแฟปรุงสำเร็จ, ชาปรุงสำเร็จ, นมปรุงแต่ง, นำนมถั่วเหลือง คิดเป็นร้อยละ 41.0, 30.5, 28.5, 24.0 ตามลำดับ

3. ผลการศึกษาข้อมูลความเข้าใจเกี่ยวกับฉลากโภชนาการและการกล่าวอ้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ข้อความการกล่าวอ้างทางโภชนาการที่กลุ่มตัวอย่างเข้าใจความหมายและตอบถูกมากที่สุด คือ ฉลากโภชนาการ คือ ฉลากอาหารที่มีการแสดงข้อมูลคุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์อาหารนั้นๆ จำนวน 388 คน คิดเป็นร้อยละ 97.0 และคำถามที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบผิดมากที่สุด คือ ไฮไฟเบอร์ (High fiber) หมายถึง มีใยอาหารในปริมาณสูงกว่าปริมาณที่แนะนำให้บริโภคต่อวัน จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39

ผลทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ข้อมูลโภชนาการบนฉลากเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ พบว่า

เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านฉลาก และมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญข้อมูลโภชนาการเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร ส่วนการให้ความสำคัญในการกล่าวอ้างข้อมูลโภชนาการไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร

สถานะ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านฉลากเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร ส่วนการให้ความสำคัญกับข้อมูลโภชนาการ และการให้ความสำคัญกับกล่าวอ้างข้อมูลโภชนาการ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร

อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านฉลาก การให้ความสำคัญกับข้อมูลโภชนาการ และการให้ความสำคัญการกล่าวอ้างข้อมูลโภชนาการเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร

วุฒิการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านฉลากเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร ส่วนการให้ความสำคัญกับข้อมูลโภชนาการ และการให้ความสำคัญกับกล่าวอ้างข้อมูลโภชนาการ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร

อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านฉลาก การให้ความสำคัญกับข้อมูลโภชนาการ และการให้ความสำคัญการกล่าวอ้างข้อมูลโภชนาการเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร

รายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านฉลาก การให้ความสำคัญกับข้อมูลโภชนาการ และการให้ความสำคัญการกล่าวอ้างข้อมูลโภชนาการเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร

ศาสนา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านฉลาก การให้ความสำคัญกับข้อมูลโภชนาการ และการให้ความสำคัญการกล่าวอ้างข้อมูลโภชนาการเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร

แหล่งที่ใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านฉลาก การให้ความสำคัญกับข้อมูลโภชนาการ และการให้ความสำคัญการกล่าวอ้างข้อมูลโภชนาการเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 ความรู้ความเข้าใจข้อมูลโภชนาการบนฉลากอาหารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ข้อมูลโภชนาการบนฉลากเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล พบว่า

ความรู้ความเข้าใจข้อมูลโภชนาการบนฉลาก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านฉลาก และการให้ความสำคัญกับข้อมูลโภชนาการเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร ส่วนการให้ความสำคัญกับการกล่าวอ้างข้อมูลโภชนาการไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร

อภิปรายผลการศึกษา

ผลการศึกษาการรับรู้ข้อมูลโภชนาการบนฉลากอาหารเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร ของกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ซึ่งผู้ศึกษาได้นำเสนอในรูปแบบของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านต่างๆ กับพฤติกรรมการใช้ฉลากอาหาร โดยอภิปรายเป็นรายปัจจัย ดังนี้

ผลการทดสอบพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการใช้ฉลากอาหาร ของกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำแนกตาม เพศ, อายุ, วุฒิการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านฉลาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เมษญา เกียรติคนานุสรณ์ (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าสัญลักษณ์ทางเลือกสุขภาพ ของคนวัยทำงานในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ และวุฒิการศึกษา มีสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพิมณฑ์ ภิรมย์เมือง (2551) ศึกษาเรื่องการรับรู้ในเครื่องหมายบนฉลากอาหาร และการใช้ข้อมูลฉลากอาหารในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารของผู้มารับบริการในแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลรามารัตติ และพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานะภาพ มีสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภรณันท์ คลโสภณ (2557) ศึกษาเรื่องข้อมูลโภชนาการที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการทดสอบความรู้ความเข้าใจข้อมูลโภชนาการบนฉลากอาหารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ข้อมูลโภชนาการบนฉลาก พบว่าการการใช้ข้อมูลบนฉลากอาหารมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับพฤติกรรมการใช้ข้อมูลโภชนาการบนฉลากเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพิมณฑ์ ภิรมย์เมือง (2551) ศึกษาเรื่องการรับรู้ในเครื่องหมายบนฉลากอาหาร และการใช้ข้อมูลฉลากอาหารในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารของผู้มารับบริการในแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลรามารัตนบุรี

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

1. ภาครัฐใช้วิธีการรณรงค์ให้มีการสื่อสารให้ความรู้แก่ประชาชนในการใช้ฉลาก และการบริโภคอาหาร และมีความสำคัญ ให้เข้าถึงการรับรู้ของผู้บริโภคมากขึ้น ทั้งในแง่ทัศนคติในการดูข้อมูล โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ทุกช่องทางมากขึ้น
2. พิจารณารูปแบบตารางโภชนาการให้มีความน่าสนใจ เหมาะแก่การดูข้อมูลฉลากมากขึ้น
3. จากคำตอบปลายเปิดในการแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามโดยมีการเสนอให้ฉลากโภชนาการ แสดงการอธิบายเป็นแบบ QR Code เพื่อผู้บริโภคคนที่สายไม่ค่อยดี สามารถอ่านได้ง่ายเนื่องจากปัจจุบัน ขนาดตัวอักษรของข้อมูลโภชนาการค่อนข้างเล็กมาก

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นต่อไปนี้ เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่มีความครอบคลุมยิ่งขึ้นและเป็นประโยชน์ต่อการนำข้อมูลไปใช้

1. ควรปรับแบบสอบถามให้มีความกระชับและเนื้อหาสั้นกว่านี้เพื่อลดความเบื่อหน่ายของผู้ทดสอบ
2. ภาครัฐควรศึกษาการประชาสัมพันธ์เรื่องฉลากโภชนาการ และการใช้ฉลากโภชนาการของประชาชนทั่วไป
3. ควรเพิ่มการทดสอบโดยใช้สถิติที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล เพื่อสามารถบอกแนวโน้มความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ศึกษาได้

เอกสารอ้างอิง

ณัฐพิมณฑ์ ภิรมย์เมือง. (2551). ศึกษาเรื่อง การรับรู้ในเครื่องหมายบนฉลากอาหาร และการใช้ข้อมูลบนฉลากอาหารในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารของผู้มารับบริการในแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลรามารัตนบุรี.

บัณฑิตา ศรีวิชัย. (2551). ได้ศึกษาเรื่องการรับรู้เรื่องโภชนาการ และการใช้ของบุคลากรด้านสาธารณสุข เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้เรื่องฉลากโภชนาการ และการใช้ของบุคลากรด้านสาธารณสุข.

ศุภรณันท์ คลโสภณ. (2557). ศึกษาเรื่องข้อมูลฉลากโภชนาการที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี.

จุรีรัตน์ ห่อเกียรติ. (2558). ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับสัญลักษณ์โภชนาการแบบ GDA บนฉลากขนมขบเคี้ยว: กรณีศึกษา อย. น้อย.

กัมภีร์ ดันภูมิประเทศ, อังคณา เม้าพิมพ์พา. (2559). สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดตาก ศึกษาเรื่องการศึกษานโยบายที่มีผลต่อการใช้นโยบายโภชนาการประกอบการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารของนักเรียน อย.น้อยในจังหวัดตาก.

เมษญา เกียรติคนานุสนธิ์. (2661). ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าสัญลักษณ์ทางเลือกสุขภาพ ของคนวัยทำงานในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

แผนงานวิจัยนโยบายอาหารและโภชนาการเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพมูลนิธิเพื่อการพัฒนา นโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ **สำนักอาหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาความเข้าใจและการใช้ฉลากโภชนาการหน้าบรรจุภัณฑ์ (Front-of-pack-labeling) ของประชากรไทย

ดาวรุ่ง คำวงศ์,อุกฤษฏ์ สิทธิบุษย์ และปิยะ ไทยเหนือ.(2556). การรับรู้การใช้ข้อมูลฉลากอาหารของนักศึกษา มหาวิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดชลบุรี.

ดวงดาว บุญชัย. (2551). การรับรู้และการใช้ฉลากโภชนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

รุ่งนภา นาพงษ์.(2557). ส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าของกลุ่มวัยทำงาน ในเขตเทศบาลตำบลบางปะกง อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา.

“ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ฉลากโภชนาการ ฉบับที่ 182 พ.ศ.2541.” (2541). ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 155 ตอนที่ 47 ง. (11 มิถุนายน).

“พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค” พ.ศ.2522 . พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522.

หลักการเลือกซื้อ. (2551). สืบค้นเมื่อ 18 สิงหาคม 2563, อ้างอิงจาก:

<http://www.bodin2.ac.th/web/3679/boripok03.htm>

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข. (ฉบับที่ 367) พ.ศ. 2557. “เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุ และปรับปรุงแก้ไขเป็นประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 383) พ.ศ. 2560 เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุ (ฉบับที่ 2) ,ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 401) พ.ศ.2562 ออกตามความในพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 เรื่อง การแสดงฉลากอาหารในภาชนะบรรจุ (ฉบับที่ 3),ประกาศกระทรวง

สาธารณสุข (ฉบับที่ 410) พ.ศ.2562 ออกตามความในพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 เรื่อง การแสดงฉลากอาหารในภาชนะบรรจุ (ฉบับที่ 4)

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 182) พ.ศ. ๒๕๔๑ เรื่อง การแสดงข้อความกล่าวอ้างหน้าที่ของสารอาหาร.

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ ๓๗๔) พ.ศ. ๒๕๕๕ เรื่อง อาหารที่ต้องแสดงฉลากโภชนาการ และค่าพลังงาน น้ำตาล ไขมัน และโซเดียมแบบจีดีเอ.

ดิน ปรัชญพฤทธิ(2542: หน้า 106) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์(2541: หน้า 80) ได้กล่าวถึงความหมายของการตัดสินใจ.

เจมส์เอฟ เองเกล, โรเจอร์ดีแบลคเวล และพอล ดับบลิว มีเนียด (Engel, Blackwell and Miniard, 1995: 153, อ้างถึงใน นันทวัลย์ไทยอุสาห. 2546: 14) ได้ให้ความหมายของกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค.

Novabizz. การรับรู้.สืบค้นเมื่อ 18 สิงหาคม 2563. <https://www.novabizz.com/NovaAce/Behavior/Perception.htm>