

การวิเคราะห์ข้อความโฆษณาและการพัฒนาเกณฑ์ประเมินความ
แตกต่างระหว่างฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกและฉลาก
บรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กภายใต้ พระราชบัญญัติควบคุม
การส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560
Analysis of advertising copy and development of
criteria to assess the differences between the
packaging labels of milk powder for infants and young
children under the control of marketing promotion of
infant and young child food act, B.E. 2560 (2017)

วันที่ได้รับความ 15 เมษายน 2565 วันที่แก้ไขเสร็จ 6 มิถุนายน 2565

วันที่ตอบรับเผยแพร่ 21 กรกฎาคม 2565

เหมือนฝัน คงสมแสวง

Muanfun Kongsomsawaeng²

บวรสรรค์ เจียดำรง

Bavonsan Chiadamrong³

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อความโฆษณา
และความแตกต่างของการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ระหว่างนมผงสำหรับทารก
และนมผงสำหรับเด็กเล็กที่จำหน่ายในประเทศไทย

บทความชิ้นนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยที่ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมูลนิธิเพื่อการพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ

²อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี 41 หมู่ 5 ตำบลท่าช้าง อำเภอเมือง จันทบุรี 22000
อีเมล: muanfun.k@rbru.ac.th Lecturer, Faculty of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat University
41 M.5 Tachang, Maung, Chanthaburi 22000, E-mail: muanfun.k@rbru.ac.th

³ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี 41 หมู่ 5 ตำบลท่าช้าง อำเภอเมือง จันทบุรี
22000 อีเมล: bavonsan.c@rbru.ac.th Assistant professor, Faculty of Communication Arts, Rambhai Barni
Rajabhat University 41 M.5 Tachang, Maung, Chanthaburi 22000, E-mail: bavonsan.c@rbru.ac.th

ซึ่งดำเนินไปตามมาตรา 15 แห่งพระราชบัญญัติพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560 โดยวิเคราะห์เปรียบเทียบฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารก และฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก รวม 34 ชิ้น 17 คู่เทียบ ใช้มาตราวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับ ซึ่งเกณฑ์ดังกล่าวผ่านการประชุมระดมสมองกับคณะที่ปรึกษา ซึ่งเป็นบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญในการบังคับใช้กฎหมายโดยตรง

ผลการวิจัย พบว่า โดยภาพรวมระดับความแตกต่างระหว่างฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกมีความแตกต่างจากฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กอยู่ในระดับเกือบจะไม่แตกต่างและแยกแยะได้ยาก หมายความว่า การออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกส่วนใหญ่เข้าข่ายละเมิดตามมาตรา 15 ที่กำหนดให้ฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกต้องมีความแตกต่างจากอาหารอื่นอย่างชัดเจน นอกจากนี้ฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงยังจำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกเกือบจะไม่แตกต่างและแยกแยะได้ยาก จากฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก คิดเป็นร้อยละ 70 กลุ่มที่ฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกมีความแตกต่างเพียงเล็กน้อยและไม่ชัดเจน จากฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก คิดเป็น ร้อยละ 18 และกลุ่มที่ฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกไม่มีความแตกต่าง จากฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก คิดเป็นร้อยละ 12 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า หากหลักเกณฑ์มีความชัดเจนในระดับปฏิบัติการ และมีการเพิ่มเติมกฎหมายลำดับรองที่เพิ่มความรัดกุมเกี่ยวกับฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง จะทำให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณะอย่างชัดเจน

คำสำคัญ : ข้อความโฆษณา/เกณฑ์ประเมินความแตกต่าง/ฉลากบรรจุภัณฑ์/นมผง

Abstract

This research had an objective to comparative analysis of advertising copy and difference of packaging label design between milk powder for infants and young children that sold in Thailand in accordance with section 15 of the control of marketing promotion of infant and young child food act, B.E. 2560 (2017). The comparative analysis the packaging labels of milk powder for infants and young children, a total of 34 pieces, 17 pairs, using the 5-point Likert scale, which are passed through a brainstorming forum with an advisory panel which were important personnel who played a direct role in law enforcement.

The results revealed that overall, the level of difference between the packaging labels of milk powder for infants and young children was almost no difference and difficult to differentiate that means mostly packaging label design of milk powder for infants be within the scope of violated by section 15, which required packaging labels of milk powder for infants must be clearly different from other food labels. In addition, the packaging labels of milk powder can be classified into 3 groups: the packaging labels of milk powder for infants were almost no difference and difficult to differentiate from the packaging labels of milk powder for young children, 70 percentage. The packaging labels of milk powder for infants were slight and unclear difference from the packaging labels of milk powder for young children, 18 percentage. And the packaging labels of milk

powder for infants were no difference from the packaging labels of milk powder for young children, 12 percentage. It showed that if the criteria were clear at the operational level and there had an addition of a subordinate legislation that increases the conciseness about the packaging labels of milk powder, it will clearly benefit the public.

Keywords: Advertising copy/Criteria to assess the difference/Packaging labels/Milk powder

บทนำ

ตั้งแต่อดีตจวบจนปัจจุบันผู้ผลิตนมผงออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกให้มีลักษณะใกล้เคียงกับนมผงสำหรับเด็กเล็ก โดยกระทำผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ พื้นหลัง เครื่องหมายการค้า ลวดลายแบบรูป สารอาหาร จุดขาย และสัญลักษณ์พิเศษ โดยนัยนี้การออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงจึงเป็นเทคนิคการโฆษณาประเภทหนึ่งที่สามารถกระตุ้นและจูงใจผู้พบเห็นบริเวณฉลากจุดขายสินค้า รวมไปถึงนมผงแต่ละสูตรยังสามารถเป็นตัวแทนเชื่อมโยงถึงกันได้เป็นอย่างดี

การออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ในลักษณะข้างต้นสามารถต่อยอดไปสู่การทำกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดแบบข้ามชนิด (Cross Promotion) ได้โดยใช้การโฆษณานมผงผ่านสื่อ กล่าวคือ เมื่อฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกได้รับการออกแบบองค์ประกอบต่าง ๆ ให้มีลักษณะใกล้เคียงกับนมผงสำหรับเด็กเล็ก และเมื่อนำนมผงสำหรับเด็กเล็ก ที่ฉลากบรรจุภัณฑ์ได้รับการออกแบบให้คล้ายกับนมผงสำหรับทารกไปโฆษณาออกอากาศผ่านสื่อโทรทัศน์ จึงส่งผลให้

ผู้ที่ได้พบเห็นโฆษณาดังกล่าวในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ 15 – 30 วินาที จำนวนมากกว่าร้อยละ 40 เข้าใจว่า นมผงที่ตนเองพบเห็นมีทั้งโฆษณานมผงสำหรับทารกและโฆษณานมผงสำหรับเด็กเล็กปะปนกันไป (วรสารรงค์ เจียดำรง และคณะ, 2563 : 79) สะท้อนให้เห็นถึงภาวะที่ไม่สามารถแยกแยะได้อย่างชัดเจนและโดยง่าย ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวนับเป็นการโฆษณานมผงสำหรับทารกทางอ้อม

จากพฤติกรรมข้างต้น มาตรา 15 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560 ที่กำหนดให้ ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารสำหรับทารก หรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือตัวแทน ต้องดำเนินการให้หลากหลายอาหารสำหรับทารกแตกต่างกันอย่างชัดเจนจากอาหารอื่น รวมทั้งแตกต่างอย่างชัดเจนและแยกแยะได้โดยง่ายจากอาหารสำหรับเด็กเล็ก โดยมีเจตนารมณ์เพื่อป้องกันการส่งเสริมการตลาดแบบข้ามชนิดผ่านการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงที่จะนำไปใช้ประกอบในสื่อโฆษณาและกิจกรรมส่งเสริมการตลาดประเภทอื่น ๆ ทั้งนี้ เพื่อให้บรรลุเจตนารมณ์ดังกล่าว เมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2562 ที่ประชุมคณะกรรมการควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560 (คสทท.) ครั้งที่ 1/2562 จึงมีมติกำหนดแนวทางและเกณฑ์ในการพิจารณาความแตกต่างที่ชัดเจนของฉลากอาหารสำหรับทารกและอาหารอื่น ให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของมาตรา 15 โดยความแตกต่างดังกล่าวจะต้องครบถ้วนใน 2 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ภาพรวมของฉลาก และลักษณะการแสดงข้อความ (กรมอนามัย กองกฎหมาย, 2562 : 1-2)

เมื่อนำแนวทางและเกณฑ์ในการพิจารณาความแตกต่างที่ชัดเจนของฉลากอาหารสำหรับทารกและอาหารอื่นมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกและฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กในประเทศไทย น่าสนใจอย่างยิ่งว่า มีฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกแบรนด์ใดบ้างที่ได้รับการออกแบบจากผู้ผลิตให้ฉลากบรรจุภัณฑ์มีความแตกต่างอย่าง

ชัดเจนและแยกแยะได้โดยง่ายจากนมผงสำหรับเด็กเล็กภายใต้แบรนด์เดียวกัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงจริยธรรม ระดับความรับผิดชอบของผู้ผลิต ที่มีต่อมาตรา 15 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560 ได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์

เพื่อวิเคราะห์ระดับความแตกต่างระหว่างฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารก กับฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก ตามเจตนารมณ์ของมาตรา 15 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560

แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับ พ.ร.บ. ควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารก และเด็กเล็ก พ.ศ. 2560

มาตรา 3 กำหนดนิยามของ “ทารก” หมายความว่า เด็กตั้งแต่แรกเกิด จนถึงอายุ 12 เดือน ขณะที่ “เด็กเล็ก” หมายความว่า เด็กอายุเกิน 12 เดือน จนถึง 3 ปี และ “อาหารสำหรับทารก” หมายความว่า (1) นมหรือผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้เป็นอาหาร ทั้งนี้ ที่มีส่วนประกอบของสารอาหารที่เหมาะสมและเพียงพอที่จะใช้เลี้ยงทารกตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร (2) นมหรือผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้เป็นอาหาร ทั้งนี้ ที่มีข้อความแสดงให้เห็นว่าใช้เลี้ยงทารกได้ และ “อาหารสำหรับเด็กเล็ก” หมายความว่า นมหรือผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้เป็นอาหาร ทั้งนี้ ที่มีข้อความแสดงให้เห็นว่า ใช้ในการเลี้ยงเด็กและเฉพาะตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ

ส่วนมาตรา 15 กำหนดให้ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารสำหรับ

ทารก หรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือตัวแทน ต้องดำเนินการให้ฉลากอาหาร สำหรับทารกและอาหารสำหรับเด็กเล็กแตกต่างกันอย่างชัดเจนและสามารถมองเห็นหรือแยกแยะได้โดยง่าย รวมถึงฉลากอาหารสำหรับทารกและฉลากอาหาร สำหรับเด็กเล็กข้างต้นต้องแตกต่างจากฉลากอาหารอื่นอย่างชัดเจน สำหรับกรณี ที่พบการละเมิดมาตรา 15 ข้างต้น จะมีความผิดตามมาตรา 35 ที่กำหนดไว้ว่า ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารสำหรับทารก อาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือ อาหารเสริมสำหรับทารก หรือตัวแทนผู้ใดไม่ปฏิบัติตามมาตรา 15 ต้องระวาง โทษปรับไม่เกิน 3 แสนบาท และปรับอีกวันละไม่เกิน 1 หมื่นบาทตลอดเวลาที่ ยังไม่ปฏิบัติให้ถูกต้อง

2. แนวทางและเกณฑ์ในการพิจารณาความแตกต่างที่ชัดเจนของอาหาร สำหรับทารกและอาหารอื่น

จากการประชุมคณะกรรมการควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหาร สำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560 ครั้งที่ 1/2562 เมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2562 ที่ประชุมมีมติกำหนดแนวทางและเกณฑ์ในการพิจารณาความแตกต่าง ที่ชัดเจนของฉลากอาหารสำหรับทารกและฉลากอาหารอื่น เพื่อให้การตีความ มาตรา 15 เป็นไปตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย โดยประกาศกำหนดให้ฉลาก อาหารสำหรับทารกแตกต่างอย่างชัดเจนจากฉลากอาหารอื่นจะต้องมีความแตก ต่างครบถ้วนใน 2 องค์ประกอบหลัก (กรมอนามัย กองกฎหมาย, 2562 : 1-2) ได้แก่

องค์ประกอบที่ 1: ภาพรวมของฉลาก คือ ภาพรวมทั้งหมดของฉลาก ได้แก่ สีพื้นของฉลาก โครงสร้างลวดลายแบบรูป (Pattern Design) รวมทั้งรูป แบบและสีของลวดลายหรือแถบสี ที่แทรกในแบบรูปที่แสดงอยู่บนฉลากด้าน หน้าหรือส่วนสำคัญของฉลาก ซึ่งผู้บริโภคสามารถมองเห็นบนบรรจุภัณฑ์

เกณฑ์การพิจารณาความแตกต่าง

(1) สีพื้นของฉลาก ต้องต่างโทนกัน โดยเลือกจากโทนสีที่มีทั้งหมดจำนวน 6 โทนสี ได้แก่ โทนสีที่ 1 สีแดง โทนสีที่ 2 สีส้ม โทนสีที่ 3 สีเหลือง โทนสีที่ 4 สีเขียว โทนสีที่ 5 สีน้ำเงิน และโทนสีที่ 6 สีม่วง

(2) โครงสร้างลดหลาดแบบรูปต้องมีการจัดวางสีพื้น ลดหลาด หรือแถบสีประกอบ และข้อความต่าง ๆ ให้ต่างกันอย่างน้อย 2 ใน 4 ส่วน หรือมากกว่าร้อยละ 50 ของพื้นที่ภาพรวมฉลาก

(3) รูปลักษณะและสีของลดหลาดหรือแถบสีประกอบการออกแบบของฉลากต้องมีสีต่างโทน และมีรูปลักษณะที่ต่างกันชัดเจน ไม่ใช่เพียงแค่กลับซ้าย - ขวา หรือบน - ล่าง เท่านั้น

องค์ประกอบที่ 2: ลักษณะการแสดงข้อความ

ลักษณะการแสดงข้อความ คือ ลักษณะการแสดงข้อความ (ตัวอักษร รูป รอยประดิษฐ์ ภาพ เครื่องหมาย หรือการสื่อบนฉลากที่ทำให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าใจความหมายได้) ซึ่งรวมถึงชื่อผลิตภัณฑ์ เครื่องหมายการค้า ชื่อการค้า เฉพาะแต่ละสูตร และชื่อสารอาหารที่เพิ่มเติมเป็นสูตรเฉพาะของผลิตภัณฑ์ เกณฑ์การพิจารณาความแตกต่าง

การแสดงข้อความ ชื่อ และรูปแบบสัญลักษณ์ของชื่อผลิตภัณฑ์ เครื่องหมายการค้า ชื่อการค้า เฉพาะแต่ละสูตรและชื่อสารอาหารที่เพิ่มเติมเป็นสูตรเฉพาะ ต้องมีการจัดวางตำแหน่งใช้รูปทรงและโทนสีบนฉลากที่ต่างกัน

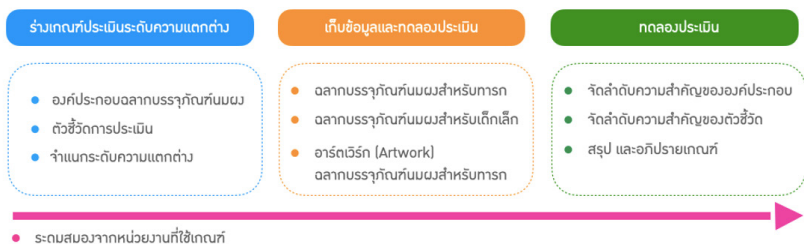
3. แนวคิดเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ (Packaging) คือ ภาชนะที่ทั้งปกป้องและช่วยขายผลิตภัณฑ์ (Shimp, T. A., 2010) มีบทบาทหน้าที่ในการสร้างตราสินค้า สร้างการรับรู้ สร้างคุณค่า สร้างภาพลักษณ์ ผ่านการถ่ายทอดเชิงสัญลักษณ์ และจากประสบการณ์

การสื่อสารโดยการใช้บรรจุภัณฑ์สะท้อนให้เห็นว่า บรรจุภัณฑ์เป็นรูปแบบการโฆษณาที่ราคาถูกที่สุด เป็นพนักงานขายแบบเงียบ เป็นผลิตภัณฑ์ ทั้งยังทำหน้าที่สื่อสารและทำการขายที่สำคัญ ณ จุดซื้อ

บรรจุภัณฑ์ประกอบไปด้วยองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ ได้แก่ สี การออกแบบ รูปร่าง ขนาด วัสดุทางกายภาพ และการติดฉลากข้อมูล จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบที่ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์ข้างต้นเป็นสื่อโฆษณาที่มีศักยภาพในการเชื่อมโยงการรับรู้ของผู้พบเห็นผลิตภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กในสื่อโฆษณาต่าง ๆ ให้ระลึกถึงผลิตภัณฑ์นมผงสำหรับทารกได้ การใช้สี การออกแบบรูปทรง การกำหนดขนาด การเลือกใช้วัสดุ และการออกแบบฉลากของบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกให้เกือบจะเหมือนกับบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กมากที่สุด เทคนิคดังกล่าวเรียกว่า การโฆษณาแบบข้ามชนิด (Cross Promotion) เพื่อให้ผู้พบเห็นนมผงสูตรสำหรับเด็กเล็กระลึกถึงนมผงสำหรับทารก หรือในทางกลับกันด้วย

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย งานวิจัยชิ้นนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ

1. หน่วยในการวิเคราะห์ คือ ฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกและฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กที่บรรจุแบบกล่องสี่เหลี่ยมและบรรจุแบบกระป๋องทรงกระบอก ขนาดมาตรฐาน มีน้ำหนักสุทธิระหว่าง 400 - 900 กรัม ที่ผลิตและ/หรือนำเข้าโดยบริษัท 7 บริษัท ได้แก่ (1) บริษัท มีด จอห์นสัน นิวทริชั่น (ประเทศไทย) จำกัด (2) บริษัท ดานอน สเปเชียลไลซ์ นิวทริชั่น (ประเทศไทย) จำกัด (3) บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด (4) บริษัท ดูเม็กซ์ จำกัด (5) บริษัท ไวเอท นิวทริชั่นแนล สิงคโปร์ (6) บริษัท แปซิฟิค เฮลท์แคร์ (ไทยแลนด์) จำกัด และ (7) บริษัท แอ็บบอต ลาบอเรตอริส จำกัด โดยจะเลือกเฉพาะผลิตภัณฑ์นมผงที่ทำการโฆษณาและส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการเก็บรวบรวมฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกและฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กที่มีคุณสมบัติข้างต้นจำนวน 34 ชิ้น แบ่งเป็นนมผงสำหรับทารกจำนวน 17 ชิ้น และนมผงสำหรับเด็กเล็กจำนวน 17 ชิ้น ดังนี้

2.1 บริษัท มีด จอห์นสัน นิวทริชั่น (ประเทศไทย) จำกัด

คู่เทียบที่ 1: Enfalac A+2 และ Enfagrow A+2

คู่เทียบที่ 2: Enfalac A+ และ Enfagrow A+

คู่เทียบที่ 3: Enfalac Smart + และ Enfagrow Smart +

2.2 บริษัท ดานอน สเปเชียลไลซ์ นิวทริชั่น (ประเทศไทย) จำกัด

คู่เทียบที่ 4: HI-Q Super Gold Plus และ HI-Q 1 Plus Super Gold Plus

คู่เทียบที่ 5: HI-Q Super Gold และ HI-Q 1 Plus Super Gold

คู่เทียบที่ 6: HI-Q Super Gold HA และ HI-Q Super Gold 1 Plus HA

คู่เทียบที่ 7: HI-Q และ HI-Q 1 Plus

2.3 บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด

คู่เทียบที่ 8: NAN Gold Pro และ NAN Gold

คู่เทียบที่ 9: BeBe และ Bear Brand

คู่เทียบที่ 10: แล็คโตเย่น และแล็คโตโกร

2.4 บริษัท ดูเม็กซ์ จำกัด

คู่เทียบที่ 11: Dulac EZCARE และ Dugro EZCARE

คู่เทียบที่ 12: Dulac และ Dugro

2.5 บริษัท ไวเอท นิวทริชั่นแนล สิงคโปร์

คู่เทียบที่ 13: S-26 Gold SMA และ S-26 Gold Progress

คู่เทียบที่ 14: S-26 SMA และ S-26 Progress

2.6 บริษัท แปซิฟิค เฮลท์แคร์ (ไทยแลนด์) จำกัด

คู่เทียบที่ 15: DG1 Advance Gold และ DG3 Advance Gold

คู่เทียบที่ 16: DG1 และ DG3

2.7 บริษัท แอ็บบอต ลาบอแรตอรีส จำกัด

คู่เทียบที่ 17: Similac Gold1 และ Similac Gold3

3. องค์ประกอบในการวิเคราะห์ข้อความโฆษณาบนฉลากบรรจุภัณฑ์

นมผง ฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงประกอบขึ้นมาจาก 5 องค์ประกอบสำคัญ โดยอ้างอิงมาจากประกาศแนวทางและเกณฑ์ในการพิจารณาความแตกต่างที่ชัดเจนของฉลากอาหารสำหรับทารกและอาหารอื่น ได้แก่ พื้นหลัง เครื่องหมายการค้า ลวดลายแบบรูป สารอาหารจุดขาย และสัญลักษณ์พิเศษ ซึ่งองค์ประกอบดังกล่าวนี้คือหน่วยย่อยในการวิเคราะห์ สำหรับใช้ประเมินข้อความโฆษณาที่ปรากฏบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารก และนมผงสำหรับเด็กเล็ก

4. เกณฑ์สำหรับพิจารณาความแตกต่างของฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง

แต่ละองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์จะประเมิน 4 ตัวชี้วัด โดยอ้างอิงมาจากประกาศแนวทางและเกณฑ์ในการพิจารณาความแตกต่างที่ชัดเจนของฉลากอาหารสำหรับทารกและอาหารอื่น ได้แก่ ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ จำนวน 1 ตัวชี้วัด คือ ตัวชี้วัดด้านสี และตัวชี้วัดเชิงปริมาณ จำนวน 3 ตัวชี้วัด ได้แก่ ตัวชี้วัดด้านขนาด รูปลักษณ์ และตำแหน่ง

ตัวชี้วัดด้านสี หมายถึง ลักษณะแสงขององค์ประกอบที่แสดงบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกและสำหรับเด็กเล็กให้ปรากฏแก่สายตาตามธรรมชาติ โดยกำหนดค่าคะแนนการประเมินเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ใช้สีเดียวกัน = ไม่แตกต่าง (1 คะแนน), ใช้สีเดียวกัน แต่ทำให้ต่างกัน โดยใช้วิธีการนำเสนอสีต่างกัน เช่น การไล่สี สีพิเศษ เมื่อมองด้วยตาเปล่า = เกือบจะไม่แตกต่างและแยกแยะได้ยาก (2 คะแนน), ใช้สีต่างกันแต่แยกแยะด้วยตาเปล่าได้ยาก รวมถึงการสลับสี เช่น วงกลมครึ่งซ้ายสีขาว ครึ่งขวาสีเขียว กับวงกลมครึ่งซ้ายสีเขียว ครึ่งขวาสีขาว = แตกต่างเพียงเล็กน้อยและไม่ชัดเจน (3 คะแนน), ใช้สีต่างสีในโทนเดียวกัน เมื่อมองด้วยตาเปล่า เช่น โทนสีแดงกับโทนสีส้ม เป็นต้น = แตกต่างอย่างชัดเจน (4 คะแนน), ใช้สีต่างสีและไม่ใช้โทนเดียวกัน เมื่อมองด้วยตาเปล่า เช่น โทนสีแดงกับโทนสีเขียว เป็นต้น = แตกต่างอย่างชัดเจนและแยกแยะได้โดยง่าย (5 คะแนน)

ตัวชี้วัดด้านขนาด หมายถึง ความกว้างและความยาวขององค์ประกอบที่แสดงในฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกและสำหรับเด็กเล็กให้ปรากฏแก่สายตาตามธรรมชาติ โดยกำหนดค่าคะแนนการประเมินเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ขนาดองค์ประกอบเดียวกัน = ไม่แตกต่าง (1 คะแนน), ขนาดขององค์ประกอบที่ปรากฏบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง A มีความแตกต่างกับขนาดองค์ประกอบที่ปรากฏบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง B ไม่เกิน 1 ใน 4 ส่วน/ร้อยละ

1 - 24 = เกือบจะไม่แตกต่างและแยกแยะได้ยาก (2 คะแนน), ขนาดขององค์ประกอบที่ปรากฏบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง A มีความแตกต่างกับขนาดองค์ประกอบที่ปรากฏบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง B ไม่เกิน 2 ใน 4 ส่วน/ร้อยละ 25 - 49 = แตกต่างเพียงเล็กน้อยและไม่ชัดเจน (3 คะแนน), ขนาดขององค์ประกอบที่ปรากฏบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง A มีความแตกต่างกับขนาดองค์ประกอบที่ปรากฏบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง B ไม่เกิน 3 ใน 4 ส่วน/ร้อยละ 50 - 74 = แตกต่างอย่างชัดเจน (4 คะแนน), ขนาดขององค์ประกอบที่ปรากฏบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง A มีความแตกต่างกับขนาดองค์ประกอบที่ปรากฏบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง B อย่างน้อย 3 ใน 4 ส่วน/ตั้งแต่ร้อยละ 75 ขึ้นไป = แตกต่างอย่างชัดเจนและแยกแยะได้โดยง่าย (5 คะแนน)

ตัวชี้วัดด้านรูปลักษณ์ หมายถึง โครงร่างอันปรากฏเป็นรูปร่าง หน้าตาขององค์ประกอบที่แสดงบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกและสำหรับเด็กเล็กให้ปรากฏแก่สายตาตามธรรมชาติ โดยกำหนดค่าคะแนนการประเมินเป็น 5 ระดับ ดังนี้

รูปลักษณ์เดียวกัน = ไม่แตกต่าง (1 คะแนน), รูปลักษณ์ขององค์ประกอบที่ปรากฏบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง A มีความแตกต่างกับรูปลักษณ์ขององค์ประกอบที่ปรากฏบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง B ไม่เกิน 1 ใน 4 ส่วน/ร้อยละ 1 - 24 = เกือบจะไม่แตกต่างและแยกแยะได้ยาก (2 คะแนน), รูปลักษณ์ขององค์ประกอบที่ปรากฏบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง A มีความแตกต่างกับรูปลักษณ์ขององค์ประกอบที่ปรากฏบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง B ไม่เกิน 2 ใน 4 ส่วน/ร้อยละ 25 - 49 = แตกต่างเพียงเล็กน้อยและไม่ชัดเจน (3 คะแนน), รูปลักษณ์ขององค์ประกอบที่ปรากฏบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง A มีความแตกต่างกับรูปลักษณ์ขององค์ประกอบที่ปรากฏบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง B ไม่เกิน 3 ใน 4 ส่วน/ร้อยละ 50 - 74 = แตกต่างอย่างชัดเจน (4 คะแนน), รูปลักษณ์ขององค์ประกอบที่ปรากฏบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง A มีความแตกต่างกับรูปลักษณ์ขององค์ประกอบที่ปรากฏบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง B ไม่เกิน 4 ใน 4 ส่วน/ร้อยละ 75 ขึ้นไป = แตกต่างอย่างชัดเจนและแยกแยะได้โดยง่าย (5 คะแนน)

ประกอบที่ปรากฏบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง A มีความแตกต่างกับรูปลักษณะขององค์ประกอบที่ปรากฏบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง B อย่างน้อย 3 ใน 4 ส่วน/ตั้งแต่ร้อยละ 75 ขึ้นไป = แตกต่างอย่างชัดเจนและแยกแยะได้โดยง่าย (5 คะแนน)

ตัวชี้วัดด้านตำแหน่ง หมายถึง ตำแหน่งที่องค์ประกอบได้รับการจัดวางบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกและนมผงสำหรับเด็กเล็ก โดยแบ่งพื้นที่ในการจัดวางออกเป็น 4 ส่วนเท่า ๆ กัน ได้แก่ พื้นที่ด้านบนซ้าย พื้นที่ด้านบนขวา พื้นที่ด้านล่างซ้าย และพื้นที่ด้านล่างขวา และกำหนดค่าคะแนนการประเมินเป็น 5 ระดับ ดังนี้

จัดวางในตำแหน่งเดียวกัน = ไม่แตกต่าง (1 คะแนน) ตำแหน่งขององค์ประกอบที่ได้รับการจัดวางบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง A มีความแตกต่างกับตำแหน่งขององค์ประกอบที่ได้รับการจัดวางบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง B ไม่เกิน 1 ใน 4 ส่วน/ร้อยละ 1 – 24 ของพื้นที่ฉลากบรรจุภัณฑ์ = เกือบจะไม่แตกต่างและแยกแยะได้ยาก (2 คะแนน), ตำแหน่งขององค์ประกอบที่ได้รับการจัดวางบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง A มีความแตกต่างกับตำแหน่งขององค์ประกอบที่ได้รับการจัดวางบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง B ไม่เกิน 2 ใน 4 ส่วน/ร้อยละ 25 – 49 = แตกต่างเพียงเล็กน้อยและไม่ชัดเจน (3 คะแนน) ตำแหน่งขององค์ประกอบที่ได้รับการจัดวางบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง A มีความแตกต่างกับตำแหน่งขององค์ประกอบที่ได้รับการจัดวางบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง B ไม่เกิน 3 ใน 4 ส่วน/ร้อยละ 50 – 74 = แตกต่างอย่างชัดเจน (4 คะแนน) ตำแหน่งขององค์ประกอบที่ได้รับการจัดวางบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง A มีความแตกต่างกับตำแหน่งขององค์ประกอบที่ได้รับการจัดวางบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง B อย่างน้อย 3 ใน 4 ส่วน/ตั้งแต่ร้อยละ 75 ขึ้นไป = แตกต่างอย่างชัดเจนและแยกแยะได้โดยง่าย (5 คะแนน)

5.ระเบียบการประเมินระดับความแตกต่างของฉลากบรรจุภัณฑ์ นมผง มีขั้นตอนในการดำเนินงาน ดังนี้

5.1 รูปแบบการประเมินระดับความแตกต่างของฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง คณะวิจัยดำเนินการโดยกำหนดเกณฑ์จากการรวบรวมข้อมูลและทบทวนแนวคิดที่เกี่ยวข้อง จากนั้นประชุมระดมสมองกับคณะที่ปรึกษา ซึ่งเป็นบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญในการบังคับใช้มาตรา 15 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560 โดยตรง เพื่ออภิปรายถึงความเหมาะสมของเกณฑ์ที่จะนำไปใช้ในการพิจารณาฉลากบรรจุภัณฑ์ อันปรากฏในบรรยากาศหรือสภาวะจริง โดยคณะวิจัยนำเสนอคู่เทียบเพื่อพิจารณาร่วมกัน ทั้งนี้ บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการบังคับใช้มาตรา 15 ดังกล่าว ซึ่งยินดีร่วมประชุมระดมสมองและอนุญาตให้ระบุรายชื่อในงานวิจัยนี้ได้ประกอบไปด้วย

(1) ผู้แทนจากมูลนิธิเพื่อการพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ จำนวน 2 คน

(2) ผู้แทนจากสำนักส่งเสริมสุขภาพ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข จำนวน 2 คน

(3) ผู้แทนจากกองกฎหมาย สำนักงานกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 1 คน

5.2 การประเมินระดับความแตกต่างของฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง เป็นเครื่องมือที่ใช้เป็นแนวทางให้ผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (1) วิเคราะห์ และ (2) ให้ค่าน้ำหนักคะแนนของระดับความแตกต่างระหว่างฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกกับฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก โดยมีค่าคะแนน 5 ระดับ แบบ Likert scale ได้แก่ ไม่แตกต่าง (1 คะแนน) เกือบจะไม่แตกต่างและแยกแยะได้ยาก (2 คะแนน) แตกต่างเพียงเล็กน้อยและไม่ชัดเจน (3 คะแนน) แตกต่างอย่างชัดเจน (4 คะแนน) และแตกต่างอย่างชัดเจนและแยกแยะได้โดยง่าย (5 คะแนน)

ตารางที่ 1 แบบประเมินระดับความแตกต่างของฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง

บริษัทผู้ผลิต ผู้นำเข้า / ผู้จัดจำหน่าย: ผู้ผลิต

คู่มือ 1: ชื่อนมผงสำหรับทารก: ชื่อนมผงสำหรับเด็กเล็ก:

ขนาด: กรัม

ประเภทบรรจุภัณฑ์:

องค์ประกอบ ของฉลาก บรรจุภัณฑ์	ตัวชี้วัด								รวม
	สี		ขนาด (คิงนอน ซม.)		รูปลักษณ์		ตำแหน่ง		
	ทารก	เด็กเล็ก	ทารก	เด็กเล็ก	ทารก	เด็กเล็ก	ทารก	เด็กเล็ก	
1. พื้นหลัง									
คะแนน									
2. เครื่องหมายการค้า									
คะแนน									
3. ลวดลายแบบรูป									
คะแนน									
4. สีอาหารหาจุดขาย									
คะแนน									
5. สัญลักษณ์พิเศษ									
คะแนน									
ค่าเฉลี่ย/5 = แปลผล อยู่ในระดับ.....									

การคำนวณค่าคะแนนในแบบประเมินระดับความแตกต่างของฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง แบ่งเป็น 2 ชั้น (1) ในแต่ละองค์ประกอบจะทำการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกกับฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กตามเกณฑ์พิจารณาความแตกต่างฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงในแต่ละตัวชี้วัดจนครบทั้ง 4 ตัวชี้วัด และให้น้ำหนักคะแนนตั้งแต่ 1 – 5 จากนั้นนำคะแนนที่ได้ในแต่ละตัวชี้วัดมารวมกันและหารด้วยจำนวนตัวชี้วัดทั้งหมด ผลลัพธ์ที่ได้คือค่าคะแนนเฉลี่ยของแต่ละองค์ประกอบฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง

ผลรวมจากค่าคะแนนตัวชี้วัด = ค่าคะแนนเฉลี่ยของแต่ละองค์ประกอบ

4

ภายหลังจากที่ได้ค่าคะแนนเฉลี่ยของแต่ละองค์ประกอบฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงครบทั้ง 5 องค์ประกอบแล้ว ขั้นตอนต่อไปจะนำค่าคะแนนเฉลี่ยที่ได้มารวมกันและหารด้วยจำนวนองค์ประกอบฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงทั้งหมด ผลลัพธ์ที่ได้คือค่าคะแนนเฉลี่ยที่สะท้อนถึงระดับของความแตกต่างระหว่างฉลากบรรจุภัณฑ์

นมผงสำหรับทารกกับฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก

$$\frac{\text{ผลรวมของค่าคะแนนเฉลี่ยจากแต่ละองค์ประกอบ}}{5} = \text{ค่าคะแนนเฉลี่ยของฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง}$$

5

5.3 เกณฑ์การแปลความหมายระดับความแตกต่างของฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง
เมื่อได้ค่าคะแนนเฉลี่ยของฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงที่ผ่านการคำนวณจากสูตรข้าง
ต้น จะนำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ที่กำหนด ดังตาราง

ตารางที่ 2 เกณฑ์การแปลความหมายระดับความแตกต่างของฉลากบรรจุภัณฑ์
นมผง

ค่าคะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย
1.00 – 1.80	ไม่แตกต่าง
1.81 – 2.60	เกือบจะไม่แตกต่างและแยกแยะได้ยาก
2.61 – 3.40	แตกต่างเพียงเล็กน้อยและไม่ชัดเจน
3.41 – 4.20	แตกต่างอย่างชัดเจน
4.21 – 5.00	แตกต่างอย่างชัดเจนและแยกแยะได้โดยง่าย

หมายเหตุ: ฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กที่วางจำหน่ายในปัจจุบันมี
สถานะตามกฎหมายเป็นอาหารอื่น เนื่องจากยังไม่มีประกาศนียบัตรอาหาร
สำหรับเด็กเล็กตามกฎหมาย

ผลการวิจัย

ความแตกต่างระหว่างฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกกับฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกส่วนใหญ่เกือบจะไม่แตกต่างและแยกแยะได้ยากจากฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาคือ กลุ่มที่ออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกให้มีความแตกต่างเพียงเล็กน้อยและไม่ชัดเจน จากฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก คิดเป็นร้อยละ 18 และกลุ่มที่ออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกที่ไม่มีความแตกต่างจากฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก คิดเป็นร้อยละ 12

1. การออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกที่เกือบจะไม่แตกต่างและแยกแยะได้ยากจากฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก

กลุ่มฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกที่เกือบจะไม่แตกต่างและแยกแยะได้ยาก (ช่วงค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 - 2.60) จากฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กมีจำนวน ทั้งหมด 12 คู่เทียบ ได้แก่ คู่เทียบที่ 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 14 โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.19

2. การออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกที่มีความแตกต่างเพียงเล็กน้อยและไม่ชัดเจนจากฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก

กลุ่มฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกที่มีความแตกต่างเพียงเล็กน้อยและไม่ชัดเจน (ช่วงค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 - 3.40) จากฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กมีจำนวน ทั้งหมด 3 คู่เทียบ ได้แก่ คู่เทียบที่ 15, 16, 17 โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.76

3. การออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกที่ไม่มีความแตกต่างจากฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก

กลุ่มฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกที่ไม่มีความแตกต่าง (ช่วงค่าเฉลี่ย

ระหว่าง 1.00 – 1.80) จากฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กมีจำนวนทั้งหมด 2 คู่เทียบ ได้แก่ คู่เทียบที่ 6, 11 โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 1.75

4. ระดับความแตกต่างระหว่างฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกกับนมผงสำหรับเด็กเล็กจำแนกตามองค์ประกอบ

ผลการวิจัยพบว่า (1) สัญลักษณ์พิเศษที่แสดงบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกกับสัญลักษณ์พิเศษที่แสดงบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก คือ องค์ประกอบที่มีความแตกต่างอยู่ในระดับแตกต่างเพียงเล็กน้อยและไม่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.74) ขณะที่ (2) ลวดลายแบบรูป และ (3) สารอาหารจุลินทรีย์ที่แสดงบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกกับสัญลักษณ์พิเศษที่แสดงบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก เกือบจะไม่แตกต่างและแยกแยะได้ยาก (ค่าเฉลี่ย 2.58 และ 2.50 ตามลำดับ) ตลอดจน (4) พื้นหลัง และ (5) เครื่องหมายการค้าที่แสดงบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกกับสัญลักษณ์พิเศษที่แสดงบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก คือ องค์ประกอบที่มีความแตกต่างอยู่ในระดับไม่แตกต่าง (ค่าเฉลี่ย 1.75 และ 1.70 ตามลำดับ)

สรุปได้ว่า การควบคุมองค์ประกอบของฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกให้มีความแตกต่างจากองค์ประกอบของฉลากบรรจุภัณฑ์อาหารอื่นอยู่ในระดับแตกต่างอย่างชัดเจน จำเป็นต้องเน้นความสำคัญไปที่ควบคุมการออกแบบให้องค์ประกอบ (1) พื้นหลัง (2) ลวดลายแบบรูป และ (3) สารอาหารจุลินทรีย์ที่แสดงบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกให้องค์ประกอบมีความเข้มข้นอยู่ในระดับ “แตกต่างอย่างชัดเจน”

กรณีหากต้องการควบคุมเพื่อให้ผลรวมของการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกมีความแตกต่างอยู่ในระดับ “แตกต่างอย่างชัดเจนและแยกแยะได้โดยง่าย” จากฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กจำเป็นต้องควบคุม (4) สัญลักษณ์พิเศษที่แสดงบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกเพิ่ม

เดิมอีกหนึ่งองค์ประกอบ และกำหนดให้ทุกองค์ประกอบที่ควบคุมมีความเข้มข้นอยู่ในระดับ “แตกต่างอย่างชัดเจนและแยกแยะได้โดยง่าย”

5. ระดับความแตกต่างระหว่างฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกกับนมผงสำหรับเด็กเล็กจำแนกตามตัวชี้วัด

ผลการวิจัยพบว่า ตัวชี้วัดด้านสี คือ สีขององค์ประกอบที่แสดงบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกกับสีขององค์ประกอบที่แสดงบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กมีความแตกต่างอยู่ในระดับแตกต่างเพียงเล็กน้อยและไม่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.76) ขณะที่ตัวชี้วัดด้านรูปลักษณ์ คือ รูปลักษณ์ขององค์ประกอบที่แสดงบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกกับรูปลักษณ์ขององค์ประกอบที่แสดงบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก และตัวชี้วัดด้านขนาด คือ ขนาดขององค์ประกอบที่แสดงบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกกับขนาดขององค์ประกอบที่แสดงบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก มีความแตกต่างอยู่ในระดับเกือบจะไม่แตกต่างและแยกแยะได้ยาก (ค่าเฉลี่ย 2.55 และ 2.12 ตามลำดับ) ตลอดจนตัวชี้วัดด้านตำแหน่ง คือ ตำแหน่งขององค์ประกอบที่แสดงบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกกับตำแหน่งขององค์ประกอบที่แสดงบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก มีความแตกต่างอยู่ในระดับ ไม่แตกต่าง (ค่าเฉลี่ย 1.49)

สรุปได้ว่า ตัวชี้วัดในแต่ละองค์ประกอบที่จำเป็นต้องควบคุม เพื่อให้ผลรวมของการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกมีความแตกต่างอยู่ในระดับ “แตกต่างอย่างชัดเจน” จากอาหารอื่น จำเป็นจะต้องเน้นความสำคัญไปที่การควบคุมตัวชี้วัด 3 ตัวชี้วัดให้อยู่ในระดับ แตกต่างอย่างชัดเจน ได้แก่ (1) ด้านสี (2) ด้านตำแหน่ง และ (3) ด้านขนาด

กรณีหากต้องการควบคุมเพื่อให้ผลรวมของการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกมีความแตกต่างอยู่ในระดับ “แตกต่างอย่างชัดเจนและ

แยกแยะได้โดยง่าย” จากฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก จำเป็นจะต้องควบคุมตัวชีวิต (4) ด้านรูปลักษณะเพิ่มเติมอีกหนึ่งตัวชีวิต และกำหนดให้ทุกชีวิตที่ควบคุมมีความเข้มข้นอยู่ในระดับ “แตกต่างอย่างชัดเจนและแยกแยะได้โดยง่าย”

6. การแสดงข้อความบ่งชี้สูตรนมผงสำหรับเด็กเล็กที่เปลี่ยนไปจากเดิม การแสดงข้อความบ่งชี้สูตรนมผง แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์นมผงสำหรับทารก และกลุ่มผลิตภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก โดยกลุ่มแรกสื่อความหมายบ่งชี้ชัดเจนว่า เป็นสูตรที่ออกแบบมาสำหรับทารก (ควบคุมโดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา) และใช้ตัวเลข 1 แสดงแทนความหมายดังกล่าว น่าสนใจที่กลุ่มที่สอง สื่อความหมายบ่งชี้ว่าเป็นสูตรที่ออกแบบมาสำหรับเด็กเล็กและทุกคนในครอบครัว (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาไม่ควบคุม) แต่เขียนด้วยรูปภาพที่ต่างกันเล็กน้อย และใช้ตัวเลข 3 แสดงแทนความหมายดังกล่าว

จากฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กทั้งหมด 17 ชิ้น พบจำนวน 5 ชิ้นที่มีการระบุข้อความสูตรนมผงบนฉลากบรรจุภัณฑ์ปัจจุบันแตกต่างจากการระบุข้อความสูตรนมผงบนฉลากบรรจุภัณฑ์เดิม โดยในความแตกต่างดังกล่าวมี 2 ทางเลือก คือ (1) “ไม่ระบุสูตรนมผง” จำนวน 4 ชิ้น และ (2) เปลี่ยนข้อความจาก “สำหรับเด็กอายุ 1 ปีขึ้นไปและทุกคนในครอบครัว” มาเป็น “สำหรับทุกคนในครอบครัว” จำนวน 1 ชิ้น

อภิปรายผล

1. ฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกเข้าข่ายละเมิดมาตรา 15

คำว่า “อาหารสำหรับเด็กเล็ก” ตามมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560 หมายความว่า นมหรือผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้เป็นอาหาร ทั้งนี้ ที่มีข้อความแสดงให้เห็นว่าใช้ในการ

เลี้ยงเด็กเล็กและเฉพาะตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ

ขณะที่มาตรา 15 กำหนดให้ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารสำหรับทารก หรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือตัวแทน ต้องดำเนินการให้ฉลากอาหารสำหรับทารกและอาหารสำหรับเด็กเล็กแตกต่างกันอย่างชัดเจนและสามารถมองเห็นหรือแยกแยะได้โดยง่าย

ฉลากอาหารสำหรับทารกและฉลากอาหารสำหรับเด็กเล็กข้างต้นต้องแตกต่างจากฉลากอาหารอื่นอย่างชัดเจน

ประเด็นสำคัญ คือ ปัจจุบัน (พ.ศ. 2565) ยังไม่มีการดำเนินการจัดทำประกาศกระทรวงสาธารณสุขที่เป็นอนุบัญญัติภายใต้ พ.ร.บ. ข้างต้น เพื่ออธิบายหรือขยายความ หรือนิยามความหมายของคำว่า “อาหารสำหรับเด็กเล็ก” ออกมาอย่างชัดเจน โดยนัยนี้นมผงที่ระบุข้อความบนฉลากบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสื่อความหมายในทำนองว่า “สำหรับเด็กอายุ 1 ปีขึ้นไปและทุกคนในครอบครัว” ในทางกฎหมายจึงยังไม่มีสถานะตามมาตรา 15 แต่ในตลาดมีวางจำหน่าย และเป็นที่รับรู้และเข้าใจโดยทั่วไปว่า เป็นนมผงสำหรับเด็กเล็ก และการที่นมผงซึ่งถูกทำให้เข้าใจว่าเป็นอาหารสำหรับเด็กเล็ก ไม่มีสถานะในทางกฎหมายข้างต้น นมผงสำหรับเด็กเล็กจึงต้องจัดเป็น “อาหารอื่น” และเมื่อต้องนำฉลากบรรจุภัณฑ์อาหารอื่นมาเปรียบเทียบกับฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารก ระดับความแตกต่างที่มาตรา 15 กำหนดเอาไว้ คือ “แตกต่างอย่างชัดเจน” หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ “นมผงสำหรับทารกต้องแตกต่างจากอาหารอื่นอย่างชัดเจน”

จากจุดยืนทางกฎหมายดังกล่าว เมื่อนำมาอภิปรายร่วมกับข้อสรุปที่ได้จากการวิเคราะห์ระดับความแตกต่างฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกกับฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กที่ภาพรวมอยู่ในระดับ เกือบจะไม่แตกต่างและแยกแยะได้ยาก (ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 2.23) หมายความว่า การออกแบบ

ฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกจำนวน 17 ชิ้น เข้าข่ายละเมิดตามมาตรา 15 ที่กำหนดให้ฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกต้องมีความแตกต่างจากฉลากบรรจุภัณฑ์อาหารอื่นอย่างชัดเจน

2. ช่องว่างของเกณฑ์จากความสำคัญของตัวชี้วัดด้านสีที่อาจนำมาซึ่งกระแสสังคม

เกณฑ์ คือ ไม่บรรทัดสำหรับประเมินระดับความแตกต่างระหว่างฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกกับฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก ข้อสรุปพบว่า ฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกมีความแตกต่างจากฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก (อาหารอื่น) อยู่ในระดับเกือบจะไม่แตกต่างและแยกแยะได้ยาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 2.23 ประเด็นที่ต้องอภิปรายให้ชัดเจนต่อไป คือ ประชาชนทั่วไปไม่มีความคิดเห็นต่อความแตกต่างระหว่างฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกกับฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กสอดคล้องกับผลการประเมินหรือไม่ อย่างไร

เมื่อประเมินตามเกณฑ์ฯ แม้จะพบฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงที่มีระดับความแตกต่างของคู่เทียบอยู่ในระดับเดียวกัน แต่อย่างไรก็ตาม ความคิดเห็นของประชาชนทั่วไปอาจสอดคล้องหรือไม่สอดคล้องกับเกณฑ์ฯ ก็เป็นไปได้ เพราะมีสีเป็นเครื่องมือในการจำแนกความแตกต่าง และความแตกต่างนี้อาจจะสูงถึงระดับแยกแยะได้โดยง่าย แม้ว่าองค์ประกอบอื่น ๆ ที่แสดงบนฉลากบรรจุภัณฑ์จะใกล้เคียงกันมากก็ตาม สะท้อนให้เห็นว่า ตัวชี้วัดด้านสีมีความสำคัญต่อการแยกแยะความแตกต่าง คณะวิจัยสันนิษฐานว่า ตัวชี้วัดด้านสี คือ ตัวแปรแรก ๆ ที่ผู้รับสารจะใช้พิจารณาประเมินระดับความแตกต่างระหว่างฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกกับฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก ซึ่งจะหยิบยกไปอภิปรายโดยละเอียดในหัวข้อถัดไป

ประเด็นดังกล่าวจะเป็นเหตุผลที่ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายนมผงนำมาใช้ในการลดความน่าเชื่อถือของเกณฑ์ฯ เนื่องจากผลลัพธ์จากการประเมินฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกและฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กมีโอกาที่จะขัดแย้งกับความคิดเห็นของประชาชนทั่วไป ซึ่งอาจทำให้ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายนมผงใช้ช่องว่างดังกล่าวบนสื่อสังคมออนไลน์ สื่อสารจนกระทั่งอาจเกิดกระแสสังคมที่มีผลต่อการกดดันหน่วยงานหรือคณะทำงานที่เกี่ยวข้องได้ ดังนั้น การหาวิธีสื่อสารทำความเข้าใจเกณฑ์ฯ (เบื้องต้น) สำนวความความคิดเห็นกับประชาชนที่มีต่อเกณฑ์ฯ และผลประเมินจากเกณฑ์ฯ จึงเป็นเรื่องจำเป็น แม้ว่าที่พูดแล้วเกณฑ์ฯ นี้จะใช้เป็นการภายในก็ตาม

3. สื่อกับการแยกระดับความแตกต่างของฉลากบรรจุภัณฑ์

Shimp, T. A. (2010) กล่าวถึงการเลือกใช้โทนสีมาแสดงบนฉลากบรรจุภัณฑ์ว่า เป็นการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อความคิด จิตใจ และอารมณ์ของผู้พบเห็น ดังนั้น การที่ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายเลือกใช้สีใด ๆ มาแสดงบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง ย่อมมีเจตนาที่ต้องการสื่อสารการตลาด ทั้งนี้ การเลือกคู่สีให้ฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกและฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กมีลักษณะทางกายภาพที่มองเห็นได้ใกล้เคียงกันมากที่สุด จะมีประโยชน์ในการนำไปใช้ในการโฆษณาแบบข้ามชนิดในสื่อ

ในทางตรงกันข้าม หากผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายมีเจตนาเลือกคู่สีให้ฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกและฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กมีลักษณะทางกายภาพที่มองเห็นได้ มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนไปจนถึงระดับแยกแยะได้โดยง่ายก็ไม่พ้นวิสัยที่จะกระทำได้เช่นกัน ดังตัวอย่างกรณีฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงดูแลและดูไกร

ดังนั้น ข้ออภิปรายสำคัญจึงควรกำหนดให้มีการควบคุมตัวชี้วัดด้านสีในการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารก ดังนี้

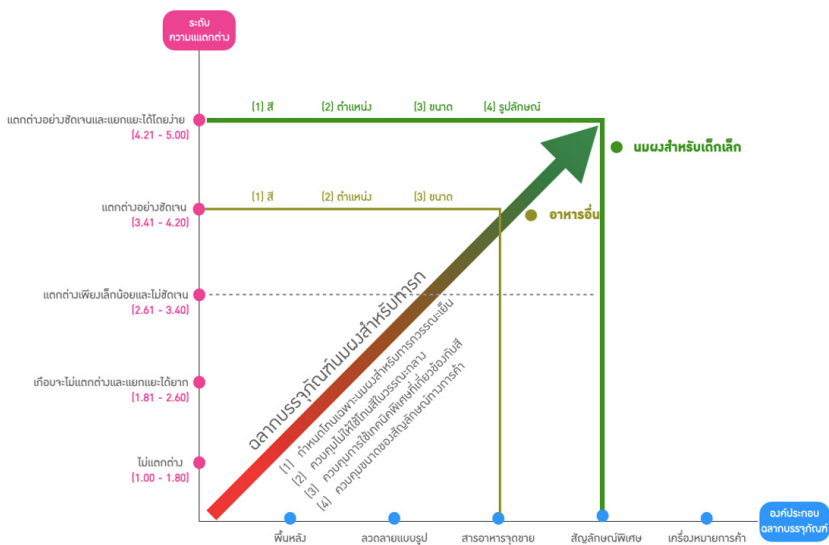
(1) กำหนดโทนสี กล่าวคือ กำหนดให้โทนสีวรรณะเย็น เป็นโทนสีประจำสำหรับฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารก เนื่องจากเป็นโทนสีที่เรียกถึงความสนใจน้อยกว่าโทนสีวรรณะอุ่น กล่าวคือ ตามหลักจิตวิทยา การใช้โทนสีอุ่น มีส่วนทำให้เกิดความไว้วางใจและทัศนคติที่ดีต่อแบรนด์ อันนำไปสู่ความภักดีและเพิ่มความตั้งใจในการซื้อได้ (Vetter, C., 2019)

(2) ควบคุมการใช้โทนสีในวรรณะอื่น กล่าวคือ บนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารก ห้ามนำโทนสีวรรณะอื่น ได้แก่ วรรณะอุ่นและวรรณะกลาง เข้ามาใช้เป็นหลัก ใช้ร่วม หรือใช้ผสม

(3) ควบคุมการใช้เทคนิคพิเศษที่เกี่ยวข้องกับสี กล่าวคือ บนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารก ห้ามใช้เทคนิคพิเศษอื่น เช่น แสง เงา สะท้อน เป็นต้น มาใช้บิดเบือน อำพราง การมองเห็นวรรณะสีที่แท้จริงด้วยสายตาปกติให้มีความคลุมเครือ แยกแยะได้ยาก

(4) ควบคุมขนาดของสัญลักษณ์ทางการค้า หมายถึง ตราสินค้า เครื่องหมายการค้า รวมถึงสัญลักษณ์อื่น ๆ ที่มีวัตถุประสงค์ทางการค้า กล่าวคือ โดยปกติสัญลักษณ์ทางการค้าจะเป็นเครื่องหมายที่มีลิขสิทธิ์ การปรับเปลี่ยนสัญลักษณ์ทางการค้าจึงเป็นสิ่งที่กระทำได้ยาก ดังนั้น กรณีที่สัญลักษณ์ทางการค้าจัดอยู่ในประเภทวรรณะร้อนจึงเป็นเรื่องที่ต้องตระหนัก ซึ่งเป็นเหตุแห่งความจำเป็นที่จะต้องควบคุมสัญลักษณ์ทางการค้าโดยการจำกัดการแสดงขนาดบนบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารก

จากข้ออภิปรายประเด็นวรรณะสีข้างต้น นำมาสู่การปรับปรุงเกณฑ์สำหรับประเมินระดับความแตกต่างระหว่างฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารก กับฉลากบรรจุภัณฑ์อาหารอื่น และฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กให้มีความรัดกุมยิ่งขึ้น โดยเพิ่มตัวแปรการควบคุมวรรณะสีบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารก ซึ่งคณะวิจัยประมวลและแสดงไว้ ดังภาพ



ภาพที่ 3 เกณฑ์ประเมินระดับความแตกต่างฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง
(เพิ่มเติมการควบคุมวรรณสี)

อย่างไรก็ตาม แนวทางและเกณฑ์ในการพิจารณาความแตกต่างที่ชัดเจนของฉลากอาหารสำหรับทารกและฉลากอาหารอื่น พ.ศ. 2562 กำหนดโทนสีให้ 6 โทนสี สำหรับเลือกใช้ออกแบบพื้นหลังและลดลายแบบรูปบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง ได้แก่ โทนสีที่ 1 สีแดง โทนสีที่ 2 สีส้ม โทนสีที่ 3 สีเหลือง โทนสีที่ 4 สีเขียว โทนสีที่ 5 สีน้ำเงิน และโทนสีที่ 6 สีม่วง โดยนัยนี้ จึงควรเพิ่มเติมโทนสีให้เป็นทางเลือกสำหรับผู้ออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารก และผู้ทำหน้าที่ประเมินให้เป็นไปตามเกณฑ์ โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้แยกกลุ่มสีออกจากกันอย่างชัดเจน และแบ่งเป็นโทนสีโดยอ้างอิงจากวงล้อสี คือ วรรณอ่อนและเย็น หากใช้เป็นสีคู่ตรงข้ามจะอยู่ในเกณฑ์แตกต่างอย่างชัดเจนและแยกแยะได้โดยง่าย รวมทั้งหลีกเลี่ยงการใช้สีวรรณะกลาง คือ สีม่วงและสีเหลืองเป็น

สีพื้น เพราะสีดังกล่าวสามารถปรับเข้าได้กับสีทั้งสองวรรณะ และกำหนดให้การควบคุมครอบคลุมทุกองค์ประกอบของฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง

4. เทคนิคหลบเลี่ยงนิยามของมาตรา 3 และ 15 บนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก

นมผงที่ไม่ใช่นมผงสำหรับทารกเป็นนมผงที่สามารถดื่มได้ทุกว่า ในอดีตผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้จำหน่ายนมผงจะมีการแสดงข้อความบนฉลากบรรจุภัณฑ์ที่สื่อความหมายในทำนองว่า “สำหรับทุกคนในครอบครัว” ต่อมาผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ได้เพิ่มเติมข้อความว่า “สำหรับเด็ก 1 ปีขึ้นไปและทุกคนในครอบครัว” โดยมีเป้าหมายเพื่อขยายตลาดจากกลุ่มตลาดทารกไปสู่กลุ่มตลาดเด็กเล็ก ด้วยการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning) ผ่านข้อความโฆษณาให้เป็นนมผงที่มีความเหมาะสมสำหรับเด็กเล็ก และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ควรดื่มต่อจากนมผงสำหรับทารก โดยใช้ตัวเลข 3 ในการสร้างความเชื่อมโยงจากนมผงสำหรับทารกที่ใช้ตัวเลข 1 และ 2 ทั้งที่ในทางกฎหมาย นมผงสำหรับเด็ก 1 ปีขึ้นไปและทุกคนในครอบครัวขึ้นทะเบียนเป็นนมโคทั่วไป

ภายหลังจากที่มีการประกาศบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560 และในมาตรา 3 นิยาม “อาหารสำหรับเด็กเล็ก” หมายความว่า นมหรือผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้เป็นอาหาร ทั้งนี้ที่มีข้อความแสดงให้เห็นว่าใช้ในการเลี้ยงเด็กเล็กและเฉพาะตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ

ประโยคตามมาตรา 3 ที่ว่า “มีข้อความแสดงให้เห็นว่าใช้ในการเลี้ยงเด็กเล็ก” อภิปรายได้ว่า เมื่อบนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงมีข้อความแสดงให้เห็นว่านมผงนั้น ๆ ใช้ในการเลี้ยงเด็กเล็ก เช่น สำหรับเด็ก 1 ปีขึ้นไป เป็นต้น ประกอบกับในอนาคตเมื่อมีการดำเนินการจัดทำประกาศกระทรวงสาธารณสุขที่เป็นอนุบัญญัติภายใต้พระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารก

และเด็กเล็ก พ.ศ. 2560 เพื่ออธิบาย หรือขยายความ หรือนิยามความหมายของ คำว่า “อาหารสำหรับเด็กเล็ก” ออกมาอย่างชัดเจน นมผงที่แสดงข้อความใด ๆ ที่สื่อความหมายว่าสามารถใช้เลี้ยงเด็กเล็กได้ก็จะจัดเป็นนมผงสำหรับเด็ก ตามมาตรา 3 และจะส่งผลให้ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายนมผงสำหรับเด็ก เล็กต้องออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกให้มีความแตกต่างจาก นมผงสำหรับเด็กเล็กอย่างชัดเจน และสามารถมองเห็นหรือแยกแยะได้โดยง่าย ตามมาตรา 15

เมื่อเป็นเช่นนี้ จะเห็นได้ว่าผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายนมผงสำหรับเด็กเล็กบางรายมีแนวโน้มเริ่มปรับตัวจากการที่จะถูกควบคุมโดยมาตรา 3 และ มาตรา 15 ด้วยการปรับเปลี่ยนข้อความที่แสดงบนฉลากบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นการ กระทำร่วมกับการปรับตำแหน่งผลิตภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กใน 2 ทางเลือก คือ

(1) ลบข้อความที่แสดงให้เห็นว่าใช้ในการเลี้ยงเด็กเล็กบนฉลากบรรจุ ภัณฑ์ เช่น ข้อความเดิม “สำหรับเด็ก 1 ปีขึ้นไปและทุกคนในครอบครัว” นั้น มี การลบข้อความ “สำหรับเด็ก 1 ปีขึ้นไปและ” ออกไปให้เหลือเพียง “สำหรับ ทุกคนในครอบครัว”

(2) ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายนมผงสำหรับเด็กเล็ก เลือกที่จะไม่ แสดงข้อความกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้บริโภคนมผงสำหรับเด็กเล็กบนฉลาก บรรจุภัณฑ์ เช่น ไม่กำหนดหรือแสดงว่าผู้บริโภคนมผงเป็นเด็กอายุ 1 ปีขึ้นไป หรือไม่กำหนด หรือแสดงว่าผู้บริโภคเป็นทุกคนในครอบครัว เป็นต้น

5. การควบคุมความแตกต่างระหว่างฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับ ทารกกับนมผงสำหรับเด็กเป็นการตักเตือนการโฆษณาแบบข้ามชนิดในสื่อ โทรทัศน์ตั้งแต่ต้นทาง

ลักษณะทางกายภาพที่มองเห็นได้ของฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับ ทารกที่ได้รับการออกแบบมาไม่มีความแตกต่างอย่างชัดเจนและแยกแยะได้โดย

ง่ายจากฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก เมื่อนำฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กไปโฆษณาผ่านสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโทรทัศน์ที่ผู้พบเห็นมีเงื่อนไขของเวลาการพบเห็นฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กในช่วงสั้น ๆ เพียงไม่กี่วินาที ส่งผลให้ผู้พบเห็นไม่แน่ใจว่า ฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงที่พบเห็นจากสื่อโทรทัศน์นั้นเป็นฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกหรือฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก ดังที่บรรสรค์ เจียดำรง และคณะ (2563) สอบถามสตรีวัยเจริญพันธุ์ในประเทศไทยด้วยคำถามว่า “นมผงที่ท่านพบเห็นในสื่อโทรทัศน์เป็นนมผงสำหรับทารกหรือนมผงสำหรับเด็กเล็ก” คำตอบที่ได้พบว่า ร้อยละ 40 ของสตรีวัยเจริญพันธุ์ส่วนใหญ่ เคยเห็นทั้งนมผงสำหรับทารกและนมผงสำหรับเด็กเล็กในโฆษณาทางโทรทัศน์ ทั้งที่ข้อเท็จจริง คือ นมผงสำหรับทารกไม่ได้โฆษณาทางโทรทัศน์ สะท้อนให้เห็นว่า การออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกให้มีความคล้ายคลึงกับฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก ประกอบกับการถูกพบเห็นในสื่อภายใต้เงื่อนไขเวลาที่จำกัด อาจส่งผลให้ผู้พบเห็นเกิดความสับสน และสำคัญสาระสำคัญผิด กลายเป็นการโฆษณาทางอ้อมให้กับนมผงสำหรับทารกผ่านฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงเด็กเล็ก



ภาพที่ 4 ผลกระทบเชิงบวกจากการควบคุมฉลาก

ดังนั้น การพัฒนาเกณฑ์ประเมินระดับความแตกต่างระหว่างฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกกับฉลากบรรจุภัณฑ์อาหารอื่น และฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็ก รวมทั้งบังคับใช้เกณฑ์ควบคุมการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกให้เป็นไปตามเกณฑ์ฯ เท่ากับเป็นการควบคุมการโฆษณาแบบข้ามชนิด หรือการโฆษณานมผงสำหรับทารกทางอ้อมผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กได้ตั้งแต่ต้นทาง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

(1) จัดทำประกาศกระทรวงสาธารณสุขที่เป็นอนุบัญญัติภายใต้พระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560 ว่าด้วยการนิยามความหมายของคำว่า “อาหารสำหรับเด็กเล็ก” ให้มีความหมายชัดเจน เพื่อให้การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกกับฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กตามมาตรา 15 อยู่ในระดับ “แยกแยะได้โดยง่าย” เพราะปัจจุบันยังไม่มีการจัดทำประกาศข้างต้น คู่ที่จะนำมาเปรียบเทียบความแตกต่างกับฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกจึงได้รับการจัดเป็นอาหารอื่น โดยนัยนี้ระดับแตกต่างตามที่มาตรา 15 กำหนดจึงอยู่ในระดับ “แตกต่างอย่างชัดเจน” เท่านั้น

2. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปขยายผลโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

(1) กลุ่มอนามัยแม่และเด็ก สำนักส่งเสริมสุขภาพ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข สามารถนำเกณฑ์ประเมินความแตกต่างระหว่างฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกกับฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กไปเป็นแนวทางในการพิจารณาความแตกต่างของฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงตามพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560

(2) กลุ่มอนามัยแม่และเด็ก สำนักส่งเสริมสุขภาพ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข พังจัดทำหลักสูตรอบรม และคู่มือเกณฑ์ประเมินความแตกต่างระหว่างฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกกับฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กเผยแพร่ให้กับบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพิจารณาความแตกต่างของฉลากบรรจุภัณฑ์นมผง เช่น นิติกร พนักงานเจ้าหน้าที่ภายใต้พระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560

(3) กลุ่มอนามัยแม่และเด็ก สำนักส่งเสริมสุขภาพ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นหลักฐานในการประกอบการเข้าสู่กระบวนการทางกฎหมายของผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายนมผงที่ฉลากบรรจุภัณฑ์เข้าข่ายละเมิดมาตรา 15 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560 ได้

3. ข้อเสนอแนะในการดำเนินการวิจัยครั้งต่อไป

(1) จากข้อจำกัดเรื่องของการวิเคราะห์ฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกในการวิจัยนี้ที่ให้น้ำหนักจากการอิงตาม “แนวทางและเกณฑ์ในการพิจารณาความแตกต่างที่ชัดเจนของฉลากอาหารสำหรับทารกและฉลากอาหารอื่น” ซึ่งมีความเป็นอัตวิสัยของคณะกรรมการประเมิน ดังนั้น จึงควรมีการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อประเด็นความแตกต่างระหว่างฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกกับฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กกับอาหารอื่น โดยมีเป้าหมายเพื่อเข้าใจกระแสสังคมอย่างรอบด้าน โดยเก็บรวบรวมความคิดเห็นจากกลุ่มบุคคล 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ค่านมผง นักสื่อสาร และสตรีวัยเจริญพันธุ์ เพื่อนำมาเป็นเหตุผลสนับสนุนการจัดทำประกาศกระทรวงสาธารณสุขที่เป็นอนุบัญญัติภายใต้พระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560 ว่าด้วยการนิยามความหมายของคำว่า “อาหารสำหรับเด็กเล็ก” ตลอดจนเป็นหลักฐานสำหรับการพิจารณาคดีในชั้นศาล

(2) ดำเนินการวิจัยเพื่อติดตามการปรับเปลี่ยนฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับเด็กเล็กอย่างต่อเนื่องในระหว่างที่มีการจัดทำประกาศกระทรวงสาธารณสุขที่เป็นอนุบัญญัติภายใต้พระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560 ว่าด้วยการนิยามความหมายของคำว่า “อาหารสำหรับเด็กเล็ก” ทั้งนี้ เนื่องจากผลการวิจัยที่ผ่านมาสะท้อนให้เห็นแนวโน้มที่ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายมีการปรับเปลี่ยนฉลากบรรจุภัณฑ์ที่เข้าข่ายหลบเลี่ยงกฎหมาย เช่น ยกเลิกการแสดงข้อความที่ใช้สำหรับเลี้ยงเด็กเล็กบนฉลากบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ขณะที่ฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารก ควรมีการเก็บข้อมูลฉลากบรรจุภัณฑ์ในท้องตลาดเปรียบเทียบกับ มีการจัดพิมพ์ฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงสำหรับทารกตรงกับอาร์ตเวิร์ก (Artwork) ที่ขออนุญาตกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาหรือไม่ อย่างไร

บรรณานุกรม

กรมอนามัย กองกฎหมาย. (2562). *แนวทางและเกณฑ์ในการ*

*พิจารณาความแตกต่างที่ชัดเจนของฉลากอาหารสำหรับทารกและ
ฉลากอาหารอื่น*. สืบค้นจาก [laws.anamai.moph.go.th/
th/baby-food/download?id=60664&mid=31431&mkey=
m_document&lang=th&did=17888](https://laws.anamai.moph.go.th/th/baby-food/download?id=60664&mid=31431&mkey=m_document&lang=th&did=17888)

กรมอนามัย. (2546). *การตรวจติดตามการละเมิดหลักเกณฑ์นานาชาติ*

ว่าด้วยการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารทดแทนนมแม่ในประเทศไทย.

กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข.

กัลยา จยุติรัตน์. (2550). *หลักการสื่อสารการตลาด*. ออลบุ๊กส์พับลิชชิง.

กิตติ กันภัย, และบวรสรรค์ เจียดำรง. (2556). *กลยุทธ์การสื่อสาร*

การตลาดของบริษัทนมผงกับการละเมิด CODE. องค์การทุนเพื่อเด็ก

แห่งสหประชาชาติ.

ชมพูช ไทยจินดา และคณะ. (2557). การปฏิบัติตามนโยบายการส่งเสริม
การเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ของบุคลากรสาธารณสุขและการทำแผน
การตลาดของบริษัทนมผงในสถานพยาบาลของรัฐภายใต้ชุด
โครงการวิจัยองค์ความรู้เพื่อสนับสนุนการพัฒนานโยบายส่งเสริม
การเลี้ยงลูกด้วยนมแม่. กระทรวงสาธารณสุข.

บวรสรรค์ เจียดำรง และคณะ. (2563). การพลิกแพลงกลยุทธ์การโฆษณา
และการส่งเสริมการตลาดนมผงภายหลังประกาศใช้พระราชบัญญัติ
ควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก
พ.ศ. 2560. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.

บวรสรรค์ เจียดำรง. (2559). การเฝ้าระวังและติดตามกลยุทธ์การสื่อสาร
ในการส่งเสริมการตลาดนมผงในประเทศไทยที่ละเมิดหลักเกณฑ์สากล
ว่าด้วยการตลาดอาหารทารกและเด็กเล็กระหว่างการผลักดันพระราช
บัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารทารกและเด็กเล็ก. วารสาร
ร่วมพฤษ, 34(2), 105-124.

ปาริณา ศรีวินิชย์. (2525). กฎหมายควบคุมการโฆษณาผลิตภัณฑ์นมดัดแปลง.
มูลนิธิศูนย์นมแม่แห่งประเทศไทย.

พระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก
พ.ศ. 2560. (2560, 10 กรกฎาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 120
ตอนที่ 72 ก. หน้า 1-14.

วาริ ฉัตรอุดมผล. (2551). วส 205 ศิลปะเพื่อการสื่อสาร. คณะวารสารศาสตร์
และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักส่งเสริมสุขภาพ. (2561). พระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาด
อาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560. โรงพิมพ์องค์การ

สงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์.

Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity : Capitalizing on the value of a brand name*. The Free Press.

Belch, G. E. & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (11th ed). McGraw-Hill Education.

Berry, N. J., Jones, S., & Iverson, D. (2010). It's all formula to me: women's understandings of toddler milk ads. *Breastfeeding Review*, 18(1), 21-30.

IBFAN. (2014). *Breaking the Rules 2014 (BTR) Evidence of Violation of the International Code of Marketing of Breastmilk Substitutes and subsequent resolutions compile from January 2011 to December 2013*. IBFAN S/B.

Kotler & Keller. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Courier/Kendallville in the United States of America.

Schultz, D. & Schultz, H. (2004). *IMC the next generation : five steps for delivering value and measuring returns using marketing communication*. McGraw – Hill.

Shimp, T. A. (2010). *Integrated marketing communication in advertising and promotion* (8th ed). South-Western /Cengage Learning.

Vetter, C. (2019). *The effects of colors on behavior*. Retrieved from neurofied.com/effects-of-color-on-behavior/