

ชื่อเรื่อง : ความเข้าใจและการยอมรับข้อมูลโภชนาการของผู้บริโภคโดยผ่าน
ฉลากโภชนาการของผลิตภัณฑ์อาหารขบเคี้ยวและของหวานใน
โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ผู้วิจัย : นางสาวจิตติมา บั่นจาด

ประธานที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.รัตนา สนั่นเมือง

กรรมการที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศจี สุวรรณศรี

ประเภทสารนิพนธ์ : วิทยานิพนธ์ วท.ม. (วิทยาศาสตร์สนเทศ)
มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2549

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษา (1.) ความเข้าใจในข้อมูลโภชนาการของผู้บริโภค (2.) ศึกษาการยอมรับในฉลากโภชนาการและความต้องการของผู้บริโภคต่อรูปแบบของฉลากและข้อมูลโภชนาการและ (3.) ศึกษาประสิทธิภาพของการให้ความรู้เกี่ยวกับฉลากโภชนาการด้วยสื่อโปสเตอร์และแผ่นพับของผลิตภัณฑ์อาหารขบเคี้ยวและของหวานในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างในเขตเทศบาลนครพิษณุโลกที่ได้จากการสุ่มแบบง่ายจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามจำนวน 3 ฉบับ พร้อมกับสื่อโปสเตอร์และแผ่นพับที่สร้างขึ้นผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจในข้อมูลโภชนาการเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน สำหรับผลการศึกษาการยอมรับในฉลากโภชนาการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างยอมรับต่อรูปแบบฉลากโภชนาการและในการศึกษาการเปรียบเทียบประสิทธิภาพของการให้ความรู้เกี่ยวกับฉลากโภชนาการด้วยสื่อโปสเตอร์และแผ่นพับที่สร้างขึ้น พบว่าสื่อโปสเตอร์และแผ่นพับมีผลต่อความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่างก่อนใช้สื่อและหลังใช้สื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .001

Title : CONSUMER'S UNDERSTANDING AND ACCEPTANCE OF
NUTRITION INFORMATION ON NUTRITION LABELING OF
PROCESSED SNACK AND DESSERT PRODUCT OF ONE
TAMBON ONE PRODUCT PROJECT

Author : Miss Jittima Panjad

Major Adviser : Assoc. Prof. Dr.Ratana Sananmuang

Adviser : Assist. Prof. Dr.Sajee Suwansri

Type of Degree : Master of Science Degree in Science Informatics
(M.S. in Science Informatics) Naresuan University, 2006

Abstract

The objectives of this study were to (1.) investigate the consumer's understanding of nutrition information on nutrition labeling of one Tambon one product project (OTOP), (2.) the acceptance of nutrition labeling and the consumer's desirability about the pattern of nutrition labeling and information, and (3.) the efficiency of media, poster and brochure, for giving the knowledge about nutrition labeling to samples. The 3 questionnaires were used for the data collection from 400 samples. The poster and brochure were also conducted. The results indicated that the consumer's understanding was significantly increased. Besides, the samples accepted the patterns of poster and brochure which had the nutrition information. It was also found that the samples' knowledge about nutrition labeling through the poster and brochure was significantly increasing at the level of .001.