

## บรรณานุกรม

- คุณชาติ รื่นรมย์.2549. การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คุณชาติ เวชสาร.2545. การวิจัยตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549. สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2 . จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิรพงษ์ โชติช่วง. 2549. ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มอะมิโนโอเคของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชฎานันท์ ฝ่ายรักษา. 2552. ทักษะและพฤติกรรมของผู้บริโภคสตรีในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพประเภทให้ความสวยงาม. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์
- ชัยสิทธิ์ เถлимประเสริฐ. 2544. สถิติเพื่อนักบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ. บริษัทธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด
- นรภัทร ปีสิริกานต์. 2553. แอล-คาร์นิทีนกับบทบาทเพื่อการลดน้ำหนัก [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://glutacare.com/%e0%b9%81%e0%b8%ad%e0%> (17 สิงหาคม 2553).
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. 2526. ทักษะการวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ยูนิ-เพรสซิเดนท์ (ประเทศไทย) จำกัด. 2550. ‘ยูนิฟ’ ส่ง “ยูนิฟ ไอเฟิร์ม” เปิดตลาดเครื่องดื่มน้ำผลไม้ผสมแอล-คาร์นิทีนเจาะกลุ่มผู้มีไลฟ์สไตล์ทันสมัย ใส่ใจสุขภาพ. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://203.148.251.146/Product6.asp> (18 พฤษภาคม 2551).
- รุ่งตะวัน สว่างไพศาลกุล. 2551. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มน้ำผลไม้ตราปิ๊งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2539. การวัดด้านจิตพิสัย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์สุวีริยาสาส์น. สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย กระทรวงวิทยาศาสตร์. 2553. แอล-คาร์นิทีน [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://www.tistr.or.th> (1 มิถุนายน 2554).
- สุทธิพงษ์ พงษ์วร. 2553. เรื่องของแอล-คาร์นิทีน [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://www.ipst.ac.th/biology/Bio-Articles/mag-content41.html> (22 กันยายน 2553).

- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. 2552. **เรื่องหลักเกณฑ์การโฆษณาอาหาร [ระบบออนไลน์]**  
 แหล่งที่มา: <http://www.elib.fda.moph.go.th/fulltext12lawfda/39690> (27 ตุลาคม 2554).
- เสรี วงษ์มณฑา. 2542. **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ตอบแบบสอบถาม.** กรุงเทพฯ : บริษัท ธีระฟิล์ม  
 และโซเท็กซ์ จำกัด.
- สิรินันท์ ทับทิมเทศ. 2553. **แอล-คาร์นิทีนกับการลดน้ำหนัก [ระบบออนไลน์]** แหล่งที่มา :  
<http://www.tistr.or.th> (2 มิถุนายน 2554).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, สุภร เสรีรัตน์. 2546. **การบริหารการตลาดยุคใหม่.**  
 กรุงเทพมหานคร: เพชรจรัสแสง แห่งโลกธุรกิจ.
- ศูนย์บริการข้อมูลอำเภอ. **ข้อมูลจำนวนประชากร อำเภอเมืองเชียงใหม่ ณ วันที่ 22 กันยายน**  
**พ.ศ. 2553.** กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา  
<http://www.amphoe.com/menu.php?mid=1&am=146&PV=13> (22 กันยายน 2553).
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2552. **แนวโน้มตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มฟังก์ชันนัลดริงค์.** [ระบบออนไลน์].  
 แหล่งที่มา <http://fic.nfi.or.th/th/thaifood/product52-diatary.asp> (13 ตุลาคม 2554).
- หนังสือพิมพ์คมชัดลึก. 2553. **สิงห์ทุ่ม 100 ล้านรุกตลาดดันท้องใหม่ บีอิง อายแคร์.**  
 [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://www.komchadluek.net/detail/> (20 กันยายน 2553).
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543. **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุทุมพร จามรมาน. 2530. **การสู่มตัวอย่างทางการศึกษา.** กรุงเทพฯ: โครงการตำรานานวิทยาศาสตร์  
 อุตสาหกรรม.
- Lonza Ltd. 2007. **L-Carnitine Supplement for Athletic Lifestyle. Asia Pacific Food Industry**  
*Thailand. July-August, 14 : 22-25.*
- Simply Stay Healthy. 2010. **Why L-Carnitine is especially important to women.** By Maria-  
 Elisabeth Lange-Ernst. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://www.carnipure-for-you.com>  
 (2 มิถุนายน 2554).



**ภาคผนวก**

**ภาคผนวก ก**

(สำเนา)

ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา  
เรื่อง หลักเกณฑ์การโฆษณาอาหาร พ.ศ. 2551

ตามมาตรา 40 แห่งพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาคุณภาพ ประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหาร อันเป็นเท็จหรือเป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควรแต่หากจะทำการโฆษณาตามมาตรา 41 ก็ได้มีการกำหนดให้ผู้ประสงค์จะโฆษณาคุณภาพ ประโยชน์ คุณภาพหรือสรรพคุณของอาหาร ทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพ ภาพยนตร์ หรือทางหนังสือพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์อื่น หรือด้วยวิธีอื่นใด เพื่อประโยชน์ทางการค้า ต้องนำเสียง ภาพ ภาพยนตร์ หรือข้อความที่จะโฆษณาดังกล่าวนั้นให้ผู้อนุญาตตรวจพิจารณา ก่อน เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจึงจะโฆษณาได้

ดังนั้น เพื่อให้การขออนุญาตโฆษณาและการโฆษณาอาหาร เป็นไปตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข และแนวทางการโฆษณาอาหารไว้ดังต่อไปนี้

การโฆษณา หมายความว่ารวมถึงการกระทำด้วยวิธีการใดๆ ให้ประชาชนเห็นหรือทราบข้อความเพื่อประโยชน์ทางการค้า

**หลักการ/ข้อปฏิบัติในการโฆษณาอาหาร**

1. อาหารที่กฎหมายกำหนดให้ขออนุญาตผลิต นำเข้า และอื่นๆ ต้องได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยอาหารตามแต่ละกรณีนั้นๆ

2. การโฆษณาคุณภาพ ประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหาร ต้อง

2.1 ไม่เป็นเท็จหรือเกินความจริง ไม่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในสาระสำคัญของอาหาร และให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร

2.2 โฆษณาสรรพคุณเฉพาะที่ได้รับอนุญาตในฉลาก ที่ได้รับอนุมัติจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือเป็นไปตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่อง ฉลาก หรือประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่อง ฉลากโภชนาการ

2.3 ทั้งนี้ หากมีการโฆษณากว่าอ้างสรรพคุณทางสุขภาพนอกเหนือจากที่ได้รับอนุญาตในฉลาก ที่ได้รับอนุมัติจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาดังกล่าวข้างต้น ต้องนำผลการศึกษาวิจัยผลิตภัณฑ์อาหาร บทความรู้ หรือข้อมูลทางวิชาการ มาประกอบการขออนุญาตโฆษณาอาหาร ซึ่งต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง เป็นจริงและเป็นปัจจุบัน อยู่บนพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ที่เชื่อถือ

ได้ และตีพิมพ์ในวารสารทางการแพทย์หรือทางวิชาการที่เชื่อถือได้ โดยจะต้องแนบเอกสารที่ได้รับ การตีพิมพ์ฉบับเต็มมาประกอบการพิจารณาด้วย

3. การโฆษณาที่ได้รับอนุญาต จะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ผู้อนุญาตกำหนด ได้แก่

3.1 อนุญาตเฉพาะข้อความและภาพที่ไม่ได้ชัดเจน

3.2 โฆษณาในเวลาไม่เกิน 5 ปี นับจากวันที่อนุญาต

3.3 ข้อความและภาพที่โฆษณาต้องตรงตามที่ได้รับอนุญาต ถ้าโฆษณาแตกต่างไปจากนี้ ถือว่าข้อความโฆษณาทั้งหมดไม่ได้รับอนุญาต

3.4 ให้แสดงข้อความเลขที่ใบอนุญาตโฆษณาในสื่อที่ได้รับอนุญาต ยกเว้นทางสื่อวิทยุ กระจายเสียง ไม่ต้องแสดงเลขที่ใบอนุญาตโฆษณา

3.5 เงื่อนไขอื่นๆ ตามที่กำหนดไว้ในเอกสารข้อความ โฆษณา (ถ้ามี)

**หลักเกณฑ์ทั่วไปในการโฆษณาอาหาร**

#### 1. ชื่ออาหาร

1.1 การใช้ชื่ออาหาร ต้องไม่ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ ไม่เป็นเท็จ ไม่เป็นการ หลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อ ทำให้เข้าใจผิด หรือขัดกับวัฒนธรรมอันดีงามของไทย โดยอาจใช้

(1) ชื่อเฉพาะของอาหาร ชื่อสามัญ หรือชื่อที่ใช้เรียกอาหารตามปกติ หรือ

(2) ชื่อที่แสดงประเภทหรือชนิดของอาหาร หรือ

(3) ชื่อทางการค้า ซึ่งต้องมีข้อความแสดงประเภทหรือชนิดอาหารนั้นๆ ด้วย

1.2 การแสดงชื่ออาหารในสื่อโฆษณา

(1) สื่อสิ่งพิมพ์ แสดงชื่ออาหารในข้อความโฆษณาหรือแสดงภาพผลิตภัณฑ์ที่เห็น

ชื่ออาหารบนฉลากอย่างชัดเจน

(2) สื่อวิทยุกระจายเสียง แสดงชื่ออาหารซึ่งเป็นที่เข้าใจว่าหมายถึงอาหารชนิดใดใน

ส่วนเสียงโฆษณา

(3) สื่อวิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพ และภาพยนตร์ แสดงชื่ออาหารในส่วนเสียงโฆษณา หรือ แสดงภาพผลิตภัณฑ์ที่เห็นชื่ออาหารบนฉลากอย่างชัดเจน หรือแสดงชื่ออาหารเป็นอักษรลอย (SUPER) มาประกอบภาพโฆษณา

(4) สื่ออินเทอร์เน็ต

- อินเทอร์เน็ตที่ไม่มีเสียง ให้แสดงชื่ออาหารเช่นเดียวกับสื่อสิ่งพิมพ์

- อินเทอร์เน็ตที่มีเสียง ให้แสดงชื่ออาหารเช่นเดียวกับสื่อวิทยุโทรทัศน์

การโฆษณา หากข้อความโฆษณาได้บ่งบอกถึงชนิดและประเภทของอาหารอย่างชัดเจน แล้วก็อนุโลมไม่ต้องแสดงชื่อเต็มของอาหาร

## 2. ภาพในสื่อโฆษณา

การแสดงผลภาพประกอบ ข้อความโฆษณา ภาพและข้อความที่ปรากฏต้องถูกต้องตาม กฎหมายและไม่ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญของอาหาร

## 3. ข้อความ/คำโฆษณา

### 3.1 การใช้คำว่า “สด” ให้ใช้ได้กับ

3.1.1 อาหารที่เป็นผลิตผลตามธรรมชาติที่ยังไม่ได้แปรรูป เช่น พืช ผัก เนื้อสัตว์ และ ผลไม้ เป็นต้น

3.1.2 อาหารที่กำหนดระยะเวลาจำหน่ายไม่เกิน 3 วัน นับจากวันที่ผลิต เช่น ขนมปัง

3.1.3 อาหารที่ได้รับอนุญาตตามฉลากอาหารจากสำนักงานคณะกรรมการอาหาร และยา

3.2 การใช้คำว่า “ใหม่” สำหรับสินค้าใหม่หรือเริ่มวางจำหน่ายเป็นเวลาไม่เกิน 1 ปี

3.3 การใช้คำว่า “ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์”, “ผลิตภัณฑ์อินทรีย์”, “organic” หรือ “ออร์แกนิก” สำหรับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร โดยผู้ผลิต หรือผู้จำหน่าย หรือผู้นำเข้า ผลิตภัณฑ์ เกษตรอินทรีย์นั้นจะต้องได้รับการตรวจสอบรับรองตามเกณฑ์มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของ IFOAM (The International Federation of Organic Agriculture Movements) หรือตามคำแนะนำ ของกรมการมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศ (Codex) หรือตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของ ต่างประเทศ (ในกรณีที่แตกต่างกัน มีการประกาศใช้กฎระเบียบเกี่ยวกับการผลิตผลิตภัณฑ์ เกษตรอินทรีย์) โดยหน่วยตรวจสอบรับรองที่ได้รับการรับรองระบบงานตามเกณฑ์ของ IFOAM หรือตามระบบ ISO/IEC Guide 65 หรือได้รับการขึ้นทะเบียนจากหน่วยงานในประเทศที่มี กฎระเบียบเรื่อง เกษตรอินทรีย์

3.4 การใช้คำว่า “ธรรมชาติ” ให้ใช้ได้สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารที่มีอยู่ตามธรรมชาติ พืช ผักเนื้อสัตว์ และผลไม้ เป็นต้น เป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่ผ่านกรรมวิธี แปรรูปหรือกรรมวิธีการผลิต เบื้องต้น ที่ไม่มีการเติมวัตถุเจือปนอาหาร, สี, กลิ่น, วิตามิน และเกลือแร่

3.5 การใช้คำว่า “ปลอดภัย” ให้ใช้ได้เมื่อมีการแสดงผลภาพหรือข้อความที่เกี่ยวข้องกับ กรรมวิธีการผลิตและมีหลักฐานการรับรองระบบ HACCP จากหน่วยรับรองระบบ (Certified Body) ที่มีมาตรฐานตาม ISO/IEC Guide 65 หรือมาตรฐานว่าด้วย Product Certification

3.6 การโฆษณาที่ทำให้เข้าใจว่าอาหารนั้นมีจำหน่ายทั่วโลก จะต้องมีหลักฐานแสดงว่า อาหารนั้นๆ มีจำหน่ายไม่น้อยกว่า 15 ประเทศ ใน 3 ทวีป

3.7 การนำข้อความรับรองระบบประกันคุณภาพต่างๆ มาประกอบการโฆษณา จะต้องมิ

หลักฐานว่าได้มีการรับรองระบบประกันคุณภาพจริง และการรับรองนั้นยังมีผลอยู่ขณะทำการเผยแพร่โฆษณา และให้แสดงข้อความตามที่กำหนดไว้ในประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ว่าด้วยเรื่องหลักเกณฑ์การแสดงข้อความบนฉลากอาหารเกี่ยวกับการได้รับการตรวจประเมินสถานที่ผลิต

3.8 การแสดงเครื่องหมายการรับรอง, รางวัลจากหน่วยงานราชการต่างๆ หรือหน่วยงานอื่นที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป เช่น เครื่องหมายฮาลาล จากสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) รางวัลชนะเลิศต่างๆ ที่ได้รับจากหน่วยราชการ ผู้ขออนุญาตต้องส่งหลักฐานการได้รับอนุญาต

#### 4. การแสดงคำเตือนในการโฆษณา

ให้แสดงคำเตือน “อ่านคำเตือนในฉลากก่อนบริโภค” สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ประกาศกระทรวงกำหนดให้แสดงคำเตือนบนฉลาก ยกเว้นอาหารที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนดให้แสดงคำเตือนในการโฆษณาไว้เป็นการเฉพาะ เช่น เครื่องดื่มที่ผสมกาเฟอีน เป็นต้น

การแสดงคำเตือนให้ปฏิบัติดังนี้

4.1 สื่อสิ่งพิมพ์และอินเตอร์เน็ตที่ไม่มีเสียง แสดงคำเตือนข้อความโฆษณาด้วย ตัวอักษรที่มี สี รูปแบบ และขนาดที่อ่านได้ง่ายชัดเจน

4.2 สื่อวิทยุกระจายเสียงแสดงคำเตือนในส่วนเสียงโฆษณาฟังได้ชัดเจนทุกพยางค์

4.3 สื่อวิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพ ภาพยนตร์ และอินเตอร์เน็ตที่มีเสียง แสดงคำเตือนในส่วนเสียงโฆษณาฟังได้ชัดเจนทุกพยางค์ หรือเป็นอักษรลอย (Super) เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 5 วินาที ข้อความคำเตือนต้องแสดงด้วย ตัวอักษรที่มี สี รูปแบบ และขนาดที่อ่านได้ง่ายชัดเจน

4.4 สื่ออื่นๆ ที่ใช้เพื่อประโยชน์ทางการค้า แสดงคำเตือนตามข้อ 4.1 หรือ 4.2 หรือ 4.3 ให้เหมาะสม ตามแต่กรณี

#### 5. การแสดงข้อความที่เข้าข่ายต้องแสดงฉลากโภชนาการ

การแสดงข้อความที่เข้าข่ายต้องแสดงฉลากโภชนาการ เช่น แคลเซียมสูง ไขมันต่ำ เพื่อสุขภาพ เพื่อบุคคลเฉพาะกลุ่ม เป็นต้น ต้องดำเนินการดังนี้

(1) ให้ปฏิบัติตามข้อกำหนดในประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่อง ฉลากโภชนาการ

(2) ต้องส่งหลักฐานฉลากโภชนาการที่ได้รับอนุญาต หรือ ฉลากที่มีการแสดงข้อมูล

โภชนาการพร้อมผลวิเคราะห์

## 6. ข้อห้ามในการโฆษณา

6.1 ห้ามนำบุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุข หรือทำให้เข้าใจว่าเป็นบุคลากรดังกล่าวมาแนะนำ รับรอง หรือเป็นผู้แสดงแบบ

6.2 ห้ามใช้ข้อความที่เป็นการเปรียบเทียบหรือทับถมผลิตภัณฑ์ของผู้อื่น

6.3 ตัวอย่างคำที่ไม่อนุญาตให้ใช้ในการโฆษณาคุณภาพ ประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหาร เช่น ยอด, วิเศษ, ดีเลิศ, เค็ดขาด, สักดิ์สิทธิ์, มหัศจรรย์, ที่สุด หรือคำอื่นที่มีความหมายเทียบเท่าคำข้างต้น

ทั้งนี้ ข้อความ ภาพยนตร์ หรือภาพนิ่งที่ใช้ในการโฆษณาต้องไม่ขัดกับกฎระเบียบของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

### หลักเกณฑ์เฉพาะในการโฆษณาอาหาร

หลักเกณฑ์ต่อไปนี้ ใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาคำขอโฆษณาอาหารที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เฉพาะแต่ละชนิดซึ่งนอกจากจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ทั่วไปแล้ว ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์เฉพาะนี้ด้วย

#### 1. อาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก

1.1 ห้ามโฆษณาอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก ได้แก่ นมคัดแปลงสำหรับทารก อาหารทารก นมคัดแปลงสูตรต่อเนื่องสำหรับทารกและเด็กเล็ก อาหารทารกสูตรต่อเนื่องสำหรับทารกและเด็กเล็กและอาหารอื่นที่มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้สำหรับทารกและเด็กเล็ก เว้นแต่การให้ข้อมูลทางวิชาการทางวารสารทางการแพทย์ หรือการให้ข้อมูลทางวิชาการเฉพาะแก่แพทย์ พยาบาล ผดุงครรภ์ นักโภชนาการ เท่านั้น

1.2 การให้ข้อมูลต้องไม่แสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ใดก็ตามดีกว่า เเท่าเทียม หรือคล้ายนมแม่ไม่ชักจูงให้เลี้ยงลูกด้วยอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก หรือโน้มน้าวไม่ให้เลี้ยงลูกด้วยนมแม่ และไม่ใช้รูปภาพหรือกราฟิกของทารกและเด็กเล็กประกอบการโฆษณา

1.3 มีข้อความ “นมแม่เป็นอาหารที่ดีที่สุดสำหรับทารก เพราะมีคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วน” ทั้งในส่วนของภาพและเสียง แล้วแต่กรณี

1.4 ระบุกลุ่มเป้าหมายตามข้อ 1.1 แล้วแต่กรณี

#### 2. อาหารเสริมสำหรับทารกและเด็กเล็ก

2.1 ต้องมีข้อความที่แสดงถึงการส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ คือ “อย่าใช้เลี้ยงอายุต่ำกว่า 6 เดือน นมแม่เป็นอาหารที่ดีที่สุด” ทั้งในส่วนของภาพและเสียงแล้วแต่กรณี

2.2 ต้องไม่สื่อความหมายทำให้เข้าใจว่าอาหารเสริมดังกล่าวใช้ได้สำหรับทารกอายุน้อยกว่า 6 เดือน และต้องไม่ทำให้เข้าใจว่าอาหารเสริมสำหรับทารกและเด็กเล็กนี้ มีคุณค่าครบถ้วนเพียงพอต่อความต้องการของทารกและเด็กเล็ก

### 3. นมและผลิตภัณฑ์นม

3.1 ต้องไม่สื่อให้เข้าใจว่าเป็นผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่ม เนื่องจากใช้สำหรับบุคคลทุกเพศ ทุกวัย และเด็กอายุเกิน 3 ปีขึ้นไป

3.2 ผู้แสดงแบบต้องมีอายุเกิน 3 ปี และการพูดต้องให้ออกเสียงอย่างชัดเจน

### 4. วันสำเร็จรูปและขนมเยลลี่

4.1 ให้แสดงข้อความ “เด็กอายุต่ำกว่า 3 ปี ไม่ควรบริโภค”

4.2 ผู้แสดงแบบโฆษณาต้องมีอายุเกิน 3 ปี

### 5. วันสำเร็จรูปและขนมเยลลี่ที่มีส่วนผสมของกลูโคแมนแนน หรือแป้งจากหัวบุก

5.1 มีข้อความซึ่งแสดงว่า เด็กไม่ควรกิน ระวังการสำลัก

5.2 ผู้แสดงแบบโฆษณาต้องมีอายุเกิน 12 ปี

### 6. อาหารทางการแพทย์ (Medical Food)

ต้องแสดงข้อความ “อาหารทางการแพทย์” และ “ใช้ตามคำแนะนำของแพทย์”

### 7. อาหารประเภทเครื่องปรุงรส เช่น น้ำส้มสายชู น้ำปลา ซอส ซีอิ๊ว

ไม่อนุญาตให้ใช้คำว่า “อร่อย” เพราะอาหารประเภทนี้เป็นเพียงเครื่องปรุงแต่งรสอาหาร มิได้นำอาหารนี้ไปบริโภคโดยตรง แต่อาจโฆษณาว่า “ปรุงอาหารให้อร่อย” หรือ “ช่วยให้อาหารอร่อย” หรือ “ช่วยเพิ่มรสชาติอาหาร” เป็นต้น

### 8. อาหารกึ่งสำเร็จรูป

การแสดงภาพอาหารกึ่งสำเร็จรูปบางชนิด เช่น ก๋วยเตี๋ยว ก๋วยจั๊บ บะหมี่ เส้นหมี่ และวุ้นเส้นที่ปรุงแต่ง รวมทั้งข้าวต้มและโจ๊กที่ปรุงแต่ง อาจแสดงได้ดังนี้

8.1 ภาพผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นลักษณะที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์นั้นๆ

8.2 ในกรณีที่ภาพผลิตภัณฑ์ที่ปรุงพร้อมรับประทาน และมีการเติมเนื้อสัตว์ ผัก ไข่ หรืออื่นๆ เพื่อเพิ่มคุณค่าทางอาหาร ต้องแสดงข้อความ “เพื่อคุณค่าทางโภชนาการ ควรเติม....” ความที่เว้นไว้ให้ระบุชนิดของอาหารที่เติม ซึ่งต้องตรงตามภาพและเห็นได้ชัดเจน

### 9. เครื่องดื่มเกลือแร่

ให้แสดงคุณสมบัติเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการสูญเสียเหงื่อจากการออกกำลังกาย

10. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ต้องแสดงข้อความหรือเสียงทางสื่อโฆษณาว่า “ไม่มีผลในการป้องกัน หรือรักษาโรค” ให้แสดงเช่นเดียวกับการแสดงคำเตือนในการโฆษณาข้อ 4 ในหัวข้อหลักเกณฑ์ทั่วไปในการโฆษณา

11. อาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที ตามที่กำหนดไว้ในประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 305 พ.ศ. 2550 เรื่อง การแสดงฉลากอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันทีบางชนิด

ต้องแสดงข้อความหรือเสียงทางสื่อโฆษณาว่า “บริโภคแต่น้อย และออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ” โดยการแสดงข้อความหรือเสียงให้แสดงเช่นเดียวกับการแสดงคำเตือนในการโฆษณาข้อ 4 ในหัวข้อหลักเกณฑ์ทั่วไปในการโฆษณาอาหาร

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 12 กันยายน พ.ศ. 2551

ลงชื่อ ชาติรี บานชื่น

(นายชาติรี บานชื่น)

เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา

(คัดจากราชกิจจานุเบกษา ฉบับประกาศและงานทั่วไป เล่ม 125 ตอนพิเศษ 167 ง ลงวันที่ 20 ตุลาคม พ.ศ.2551)

รับรองสำเนาถูกต้อง

นภาพร คำภุพงษ์

(นางนภาพร คำภุพงษ์)

นักวิชาการอาหารและยา 8 ว.

## ภาคผนวก ข

### แบบสอบถาม

เรื่อง ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่  
คำชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการค้นคว้าแบบอิสระของนักศึกษาปริญญาโท สาขาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ทั้งนี้ข้อมูลจากแบบสอบถามจะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น ผู้ศึกษา ใคร่ขอความกรุณาในการตอบแบบสอบถาม และหวังว่าจะได้รับความร่วมมือจาก ท่าน ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความอนุเคราะห์ของท่านที่ให้ข้อมูลในครั้งนี้

**แอล-คาร์นิทีน (L-Carnitine)** คือ กรดอะมิโนชนิดหนึ่งที่ร่างกายของเราสามารถสร้างได้เอง และได้จากอาหารที่เราบริโภคเข้าไป โดยมีการสังเคราะห์จากกรดอะมิโน 2 ชนิด คือ Lysine และ Methionine พร้อมกับอาศัยตัวเร่งให้เกิดการสังเคราะห์ หน้าที่หลักของสารแอล-คาร์นิทีนจะช่วยลำเลียงโมเลกุลเล็กๆ เข้าไปใช้ในเซลล์ต่างๆ แล้วทำหน้าที่ช่วยเปลี่ยนไขมันให้เกิดเป็นพลังงาน สารแอล-คาร์นิทีนนี้มักพบมากในกล้ามเนื้อลายของสัตว์เนื้อแดงทั่วไป หากมีสารแอล-คาร์นิทีนในร่างกายน้อยเกินไป ส่งผลให้ประสิทธิภาพการเปลี่ยนแปลงไขมันให้เป็นพลังงานต่ำลง อาจทำให้ปริมาณไขมันในเลือดสูงขึ้น เกิดการสะสมไขมันตามหลอดเลือด และเกิดการสะสมไขมันต่างในร่างกาย

**เครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีน** หมายถึง เครื่องดื่มที่แต่งกลิ่นรสต่างๆ และมีส่วนผสมของแอล-คาร์นิทีน ตราผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่าย เช่น อะมิโนพลัส เซปเป็เอฟโวลูชั่นทรี บีอิง บิวตี้ริงค์ และดาการะ

นางสาวกรรณรัตน์ สรรพคำ

ผู้ศึกษา

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

**คำชี้แจง** โปรดกรอกข้อความ หรือทำเครื่องหมาย x ลงในช่อง ( ) หน้าข้อที่ท่านพิจารณาเลือก ตามความคิดเห็น ความรู้สึก หรือข้อเท็จจริงที่ตรงกับท่านมาก

1. เพศ

( ) 1. ชาย

( ) 2. หญิง

2. ช่วงอายุ

( ) 1. 15-20 ปี

( ) 2. 21-30 ปี

( ) 3. 31-40 ปี

( ) 4. 41-50 ปี

( ) 6. อายุ 50 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

( ) 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า

( ) 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.

( ) 3. อนุปริญญา หรือ ปวส.

( ) 4. ปริญญาตรี

( ) 5. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

( ) 1. นักเรียน/นักศึกษา

( ) 2. รับราชการ

( ) 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ

( ) 4. พนักงานบริษัทเอกชน

( ) 5. ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ

( ) 6. พ่อบ้าน/แม่บ้าน

( ) 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท/เดือน) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

( ) 1. ไม่เกิน 10,000 บาท

( ) 2. 10,000-20,000 บาท

( ) 3. 20,001-30,000 บาท

( ) 4. 30,001-40,000 บาท

( ) 5. 40,001-50,000 บาท

( ) 6. มากกว่า 50,000 บาท

**ส่วนที่ 2** ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องดัดผสมแอล-คาร์นิทีน

**คำชี้แจง** โปรดกรอกข้อความ หรือทำเครื่องหมาย xลงในช่อง ( ) หน้าข้อที่ท่านพิจารณาเลือกตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด (เพียงข้อเดียว)

**2.1** องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ ต่อเครื่องดัดผสมแอล-คาร์นิทีน

ประเด็นความรู้	ใช่	ไม่ใช่
1. แอล-คาร์นิทีน ที่เติมในเครื่องดัดเป็นแอล-คาร์นิทีนที่สังเคราะห์ขึ้นมา ไม่ได้สกัดจากอาหารธรรมชาติ		
2. การบริโภคเครื่องดัดผสมแอล-คาร์นิทีนมีส่วนช่วยในการเผาผลาญพลังงาน หรือควบคุมน้ำหนัก โดยเฉพาะการใช้ร่วมกับการที่เรลดอาหารจำพวกแป้งด้วย		
3. เครื่องดัดผสมแอล-คาร์นิทีนเหมาะสำหรับผู้บริโภคที่เสียเหงื่อจากการออกกำลังกายเท่านั้น		
4. การบริโภคเครื่องดัดผสมแอล-คาร์นิทีนทำให้ร่างกายมีการตื่นตัว และมีความกระตือรือร้นในการทำงาน		
5. เครื่องดัดผสมแอล-คาร์นิทีน จัดเป็นเครื่องดื่มชูกำลังเช่น กระทิงแดง คาราบาวแดง เป็นต้น		
6. ในเครื่องดัดผสมแอล-คาร์นิทีน อาจมีแร่ธาตุสำคัญต่างๆ เช่น โยอาหาร แมกนีเซียม แคลเซียม เป็นต้น ที่ร่างกายต้องการด้วย		
7. เครื่องดัดผสมแอล-คาร์นิทีน ในปัจจุบันมีจำหน่ายทั้งในรูปแบบขวดพลาสติก และกล่อง		
8. ฉลากข้างขวดของเครื่องดัดผสมแอล-คาร์นิทีน มีการโฆษณาสรรพคุณและประโยชน์ ในการบริโภคอย่างละเอียด		

## 2.2 องค์ประกอบด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดต่อเครื่องดื่มนมผสมแอล-คาร์นิทีน

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
1. ท่านคิดเห็นอย่างไรในเรื่องของแอล-คาร์นิทีน ที่เติมในเครื่องดื่มเป็นแอล-คาร์นิทีนที่สังเคราะห์ขึ้นมาไม่ได้สกัดจากอาหารธรรมชาติ					
2. ท่านคิดเห็นอย่างไรในเรื่องของการบริโภคเครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีนมีส่วนช่วยในการเผาผลาญพลังงาน หรือควบคุมน้ำหนัก โดยเฉพาะการใช้ร่วมกับการที่เราลดอาหารจำพวกแป้งด้วย					
3. ท่านคิดเห็นอย่างไรในเรื่องของเครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีนเหมาะสำหรับผู้บริโภคที่เสียเหงื่อจากการออกกำลังกายเท่านั้น					
4. ท่านคิดเห็นอย่างไรในเรื่องของการบริโภคเครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีนทำให้ร่างกายมีการตื่นตัว และกระตือรือร้นในการทำงาน					
5. ท่านคิดเห็นอย่างไรในเรื่องของเครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีน จัดเป็นเครื่องดื่มชูกำลัง เช่น กระทิงแดง คาราบาวแดง เป็นต้น					
6. ท่านคิดเห็นอย่างไรในเรื่องของในเครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีน มีแร่ธาตุสำคัญต่างๆ เช่น โยอาหาร แมกนีเซียม แคลเซียม เป็นต้น ที่ร่างกายต้องการด้วย					

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
7. ท่านคิดเห็นอย่างไรในเรื่องของเครื่องดื่มนผสมแอล-คาร์นิทีน ในปัจจุบันมีจำหน่ายทั้งในรูปแบบขวดพลาสติก และกล่อง					
8. ท่านคิดเห็นอย่างไรในเรื่องของฉลากข้างขวดของเครื่องดื่มนผสมแอล-คาร์นิทีน มีการโฆษณา สรรพคุณ และประโยชน์ ในการบริโภคอย่างละเอียด					
9. ท่านคิดเห็นอย่างไรในเรื่องของสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์เกี่ยวกับเครื่องดื่มนผสมแอล-คาร์นิทีน ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจความหมายของแอล-คาร์นิทีน น้อย					
10. ท่านคิดเห็นอย่างไรในเรื่องของเมื่อเปรียบเทียบราคาระหว่างเครื่องดื่มนผสมแอล-คาร์นิทีน กับเครื่องดื่มประเภทให้พลังงานความสดชื่น เครื่องดื่มเกลือแร่ พบว่าเครื่องดื่มนผสมแอล-คาร์นิทีน มีราคาสูงกว่า					

### 2.3 องค์ประกอบด้านแนวโน้มพฤติกรรม

**คำชี้แจง** โปรดกรอกข้อความ หรือทำเครื่องหมาย ✓/ลงในช่อง ( ) หน้าข้อที่ท่านพิจารณาเลือกตามความคิดเห็น ของท่านมากที่สุด

1. ท่านนิยมบริโภคเครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีน ยี่ห้อใด (ตอบเพียงข้อเดียว)

- |                    |                              |
|--------------------|------------------------------|
| ( ) 1. อะมิโน พลัส | ( ) 2. เซปเป้เอฟไวลูชั่น ทรี |
| ( ) 3. บีอีจี้     | ( ) 4. บีวดีคริ่งค์          |
| ( ) 5. ดาการะ      | ( ) 6. อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

2. เพราะเหตุใดท่านจึงนิยมบริโภคเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์-คาร์นิทีน ยี่ห้อ ในข้อ 1. มากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. เป็นตราสินค้าที่มีชื่อเสียง | <input type="checkbox"/> 2. เชื่อมั่นในคุณภาพ   |
| <input type="checkbox"/> 3. ชอบรสชาติ                   | <input type="checkbox"/> 4. ชอบลักษณะบรรจุภัณฑ์ |
| <input type="checkbox"/> 5. ราคาเหมาะสม                 | <input type="checkbox"/> 6. หาซื้อได้ง่าย       |
| <input type="checkbox"/> 7. อื่นๆ ระบุ .....            |   |

3. ท่านชอบเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์-คาร์นิทีน กลิ่นใดมากที่สุด (ตอบเพียงข้อเดียว)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. กลิ่นเชอร์รี่ | <input type="checkbox"/> 2. กลิ่นแอปเปิ้ลเขียว    |
| <input type="checkbox"/> 3. กลิ่นเกรฟฟรุต | <input type="checkbox"/> 4. กลิ่นสตอเบอรี่        |
| <input type="checkbox"/> 5. กลิ่นส้ม      | <input type="checkbox"/> 6. กลิ่นผลไม้รวม         |
| <input type="checkbox"/> 7. กลิ่นองุ่น    | <input type="checkbox"/> 8. อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

4. ความถี่ในการบริโภคเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์-คาร์นิทีน ของท่าน

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ทุกวัน(วันละ 1 ครั้ง) | <input type="checkbox"/> 2. สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง        |
| <input type="checkbox"/> 3. สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง   | <input type="checkbox"/> 4. น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ ระบุ .....      |  |

5. ท่านซื้อเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์-คาร์นิทีน ปริมาตรบรรจุเท่าใด (ตอบเพียงข้อเดียว)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. 200 มิลลิลิตร | <input type="checkbox"/> 2. 300 มิลลิลิตร |
| <input type="checkbox"/> 3. 350 มิลลิลิตร | <input type="checkbox"/> 4. 365 มิลลิลิตร |
| <input type="checkbox"/> 5. 470 มิลลิลิตร |   |

6. ท่านบริโภค เครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์-คาร์นิทีนเพื่ออะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |   |
|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ช่วยเร่งการเผาผลาญไขมันในร่างกาย                  |
| <input type="checkbox"/> 2. ให้พลังงานความสดชื่นอย่างเต็มที่                  |
| <input type="checkbox"/> 3. ให้แร่ธาตุสำคัญที่ร่างกายต้องการ                  |
| <input type="checkbox"/> 4. ทำให้ร่างกายมีเรี่ยวแรง                           |
| <input type="checkbox"/> 5. เพื่อชดเชยการสูญเสียเกลือแร่หลังจากการออกกำลังกาย |
| <input type="checkbox"/> 6. เพื่อดับกระหาย                                    |
| <input type="checkbox"/> 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....                             |

7. สื่อใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) 1. โทรทัศน์ ( ) 2. วิทยุ  
 ( ) 3. หนังสือพิมพ์ ( ) 4. นิตยสาร  
 ( ) 5. อินเทอร์เน็ต ( ) 6. คนอื่นแนะนำ  
 ( ) 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
8. ส่วนใหญ่ท่านบริโภคเครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีน ในช่วงเวลาใด
- ( ) 1. ไม่กำหนดช่วงเวลา ( ) 2. ก่อนออกกำลังกาย  
 ( ) 3. หลังออกกำลังกาย ( ) 4. ขณะรับประทานอาหาร  
 ( ) 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
9. ส่วนใหญ่ท่านซื้อเครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีนจากแหล่งใดบ่อยที่สุด (ตอบเพียงข้อเดียว)
- ( ) 1. ร้านค้า/ร้านชำทั่วไป ( ) 2. ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น ท็อป  
 ( ) 3. ไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น โลตัส บิ๊กซี ( ) 4. มินิมาร์ท  
 ( ) 5. ร้านสะดวกซื้อ ( ) 6. ร้านอาหาร  
 ( ) 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
10. หากท่านต้องการเลือกซื้อเครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีน ปัจจัยต่อไปนี้จะมีระดับความสำคัญอย่างไร

ปัจจัยในการเลือกซื้อเครื่องดื่มผสมแอล-คาร์นิทีน	ระดับความสำคัญของปัจจัย				
	สำคัญมากที่สุด ← ----- → สำคัญน้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1. ความหลากหลายด้านรสชาติ					
2. คุณภาพและคุณค่าของผลิตภัณฑ์					
3. บรรจุภัณฑ์สวยงาม และทันสมัย					
4. สีของผลิตภัณฑ์					
5. รสชาติอร่อย					
6. การแสดงวันที่ผลิตและวันหมดอายุ					
7. มีข้อมูลคุณค่าทางโภชนาการ					
8. ยี่ห้อเป็นที่รู้จัก					
9. อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

ปัจจัยในการเลือกซื้อเครื่องดื่ม ผสมแอลกอฮอล์	ระดับความสำคัญของปัจจัย				
	สำคัญมากที่สุด ←-----→ สำคัญน้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
<b>ด้านราคา</b>					
10. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ					
11. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
12. ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่นในปริมาณที่เท่ากัน					
13. มีป้ายราคาสินค้าชัดเจน					
14. มีส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณมาก					
15. อื่นๆ (โปรดระบุ).....					
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
16. หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป					
17. การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ ง่าย					
18. สถานที่จำหน่ายมีความสะอาด					
19. สถานที่จำหน่ายใกล้แหล่งชุมชน					
20. สินค้ามีเพียงพอไม่ขาดตลาด					
21. อื่นๆ (โปรดระบุ).....					
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
22. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ					
23. พนักงานขายแนะนำ และให้ข้อมูลสินค้า					
24. พนักงานขายบริการดี สุภาพ					
25. ส่งเสริมการขายโดยวิธีลด แลก แจก แถม					
26. ประชาสัมพันธ์สินค้าอย่างต่อเนื่อง					
27. บริษัทมีส่วนช่วยเหลือสังคม					
28. อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

**ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเครื่องดื่มนผสมแอล-คาร์นิทีน**

**คำชี้แจง** โปรดกรอกข้อความ หรือทำเครื่องหมาย ✓/ลงในช่อง ( ) ที่ท่านพิจารณาเลือก

1. ท่านคิดว่า**ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์**ของเครื่องดื่มนผสมแอล-คาร์นิทีนคืออะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. คุณภาพต่ำกว่าที่โฆษณาไว้
- ( ) 2. รสชาติไม่ตรงตามความต้องการ
- ( ) 3. บรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม
- ( ) 4. ไม่มีความหลากหลายของบรรจุภัณฑ์
- ( ) 5. ราคาสินค้าไม่น่าเชื่อถือ
- ( ) 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2. ท่านคิดว่า**ปัญหาด้านราคา**ของเครื่องดื่มนผสมแอล-คาร์นิทีน คืออะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. ราคาแพงกว่ายี่ห้ออื่นๆในปริมาณที่เท่ากัน
- ( ) 2. ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ
- ( ) 3. ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ
- ( ) 4. ไม่มีความหลากหลายของระดับราคาให้เลือก
- ( ) 5. ไม่มีป้ายแสดงราคาชัดเจน
- ( ) 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

3. ท่านคิดว่า**ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย**ของเครื่องดื่มนผสมแอล-คาร์นิทีน คืออะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. สถานที่จัดจำหน่ายมีน้อยเกินไป / หาซื้อได้ยาก
- ( ) 2. สินค้าขาดตลาดบ่อย
- ( ) 3. ที่จอร์จมีไม่เพียงพอ
- ( ) 4. จัดวางสินค้าไม่เป็นระเบียบ/หายาก
- ( ) 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4. ท่านคิดว่าปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ของเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์คาร์นิทีน คืออะไร

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. ไม่มีโฆษณา
- ( ) 2. การโฆษณาเกินจริง
- ( ) 3. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ไม่ได้ให้ความรู้ที่ชัดเจน
- ( ) 4. ไม่มีของแจก/ของแถม
- ( ) 5. ไม่มีพนักงานขายแนะนำและให้ข้อมูล
- ( ) 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. ท่านมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขหรือปรับปรุง ในเรื่องเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์คาร์นิทีน ที่มีจำหน่ายในประเทศไทย อย่างไร โปรดแนะนำ

.....

.....

.....

6. ในอนาคต ท่านคิดว่าท่านจะบริโภคเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์คาร์นิทีนหรือไม่ (ตอบเพียงข้อเดียว)

- ( ) 1. บริโภค เพราะ.....
- ( ) 2. ไม่บริโภค เพราะ .....
- ( ) 3. ไม่แน่ใจ เพราะ .....

\*\*\*\*\*ขอขอบคุณ เป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม\*\*\*\*\*

เฉลยความรู้เกี่ยวกับเครื่องดัดผสมแอล-คาร์นิทีน

ประเด็นความรู้	ใช่	ไม่ใช่
1. แอล-คาร์นิทีน ที่เติมในเครื่องดัดเป็นแอล-คาร์นิทีนที่สังเคราะห์ขึ้นมาไม่ได้สกัดจากอาหารธรรมชาติ	✓	
2. การบริโภคเครื่องดัดผสมแอล-คาร์นิทีนมีส่วนช่วยในการเผาผลาญพลังงาน หรือควบคุมน้ำหนัก โดยเฉพาะการใช้ร่วมกับการที่เรลดอาหารจำพวกแป้งด้วย	✓	
3. เครื่องดัดผสมแอล-คาร์นิทีนเหมาะสำหรับผู้บริโภคที่เสียเหงื่อจากการออกกำลังกายเท่านั้น		✓
4. การบริโภคเครื่องดัดผสมแอล-คาร์นิทีนทำให้ร่างกายมีการตื่นตัว และมีความกระตือรือร้นในการทำงาน	✓	
5. เครื่องดัดผสมแอล-คาร์นิทีน จัดเป็นเครื่องดัดชูกำลัง เช่นเดียวกับ กระเทียมแดง คาราบาวแดง ฯลฯ		✓
6. ในเครื่องดัดผสมแอล-คาร์นิทีน อาจมีแร่ธาตุสำคัญต่างๆ เช่น โยอาหาร แมกนีเซียม แคลเซียม ฯลฯ ที่ร่างกายต้องการด้วย	✓	
7. เครื่องดัดผสมแอล-คาร์นิทีน ในปัจจุบันมีจำหน่ายทั้งในรูปแบบขวดพลาสติก และกล่อง	✓	
8. ฉลากข้างขวดของเครื่องดัดผสมแอล-คาร์นิทีน มีการโฆษณาสรรพคุณ และประโยชน์ ในการบริโภคอย่างละเอียด		✓

## ประวัติผู้เขียน



ชื่อ-สกุล	นางสาวกรรณรัตน์ สรรพคำ
วัน เดือน ปีเกิด	วันที่ 28 พฤศจิกายน พ.ศ.2526
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษา ปริญญาตรีวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยนเรศวร พ.ศ. 2548
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2549 -พ.ศ. 2550 เจ้าหน้าที่ห้องปฏิบัติการ บริษัท ลีโอ ฟู้ดส์ จำกัด พ.ศ. 2550 -พ.ศ. 2553 Sale Repersentative หจก.นอร์ทเทอร์น เคมิเคิลฯ พ.ศ. 2553-ปัจจุบัน ผู้จัดการ หจก.โพรเกรส ไซค์แอนดิฟีด และเจ้าหน้าที่ สินเชื่อกู้ยืมผู้ประกอบการธนาคารกสิกรไทย สาขาสุโขทัย

