

การเปิดรับการสื่อสารการตลาดนมผงกับการเลี้ยงลูกด้วยนมผง ของหญิงไทย

The Exposure of Marketing Communication on Thai Women's Breast Milk Substitutes Behavior

นงนุช ใจชื่น
กัณณพนต์ ภักดีเศรษฐกุล

บทคัดย่อ

การสื่อสารการตลาดเป็นเครื่องมือของอุตสาหกรรมนมผงในการส่งเสริมการขายนมผง การศึกษานี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับการสื่อสารการตลาดของอุตสาหกรรมนมผง กับมายาคติ ทศนคติ และพฤติกรรมการเลี้ยงลูกด้วยนมผงของหญิงไทย โดยใช้แบบสอบถามตอบเองให้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสตรีวัยเจริญพันธุ์มีเชื้อชาติและสัญชาติไทย จำนวน 865 คน เก็บรวบรวมข้อมูลจาก 4 จังหวัดของประเทศไทย และทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับการสื่อสารการตลาดของอุตสาหกรรมนมผงกับมายาคติ ทศนคติ และพฤติกรรมการเลี้ยงลูกด้วยนมผงของหญิงไทย โดยใช้สถิติการถดถอย โลจิสติก ผลการศึกษา พบว่า อุตสาหกรรมนมผงใช้การสื่อสารการตลาดหลากหลาย เช่น การโฆษณา การตลาดทางตรง และการใช้พนักงานขาย และการสื่อสารการตลาดของอุตสาหกรรมนมผงส่งผลกระทบต่อมายาคติ ทศนคติ และพฤติกรรมการเลี้ยงลูกด้วยนมผงของหญิงไทย โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับการสื่อสารการตลาดของอุตสาหกรรมนมผงบ่อยหรือทุกวัน จะมีมายาคติด้านความรู้เกี่ยวกับนมผงน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับบ้างหรือไม่เคยเปิดรับเลย ถึง 1.4 เท่า และผู้หญิงที่มีทัศนคติขึ้นชอบการสื่อสารการตลาดของอุตสาหกรรมนมผง จะมีโอกาสเลี้ยงลูกด้วยนมผงมากกว่าผู้หญิงที่มีทัศนคติไม่ขึ้นชอบการสื่อสารการตลาดของอุตสาหกรรมนมผงถึง 2.3 เท่า จะเห็นได้ว่า การเปิดรับการสื่อสารการตลาดของอุตสาหกรรมนมผงเป็นการสร้างมายาคติที่บิดเบือนความจริงให้แก่หญิงไทย ดังนั้น ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรออกกฎหมายหรือมาตรการควบคุมการสื่อสารการตลาดของอุตสาหกรรมนมผง เพื่อปกป้องและคุ้มครองสุขภาพของแม่และเด็กต่อไป

คำสำคัญ: การสื่อสารการตลาด, มายาคติ, ทศนคติ, การเลี้ยงลูกด้วยนมผง, หญิงไทย

นงนุช ใจชื่น (ว.ม., มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2551; อีเมล: nongnuch@ihpp.thaigov.net) เป็นนักวิจัยประจำสำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ และ กัณณพนต์ ภักดีเศรษฐกุล เป็นผู้ช่วยนักวิจัยประจำสำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการส่งเสริมการตลาดนมผงต่อมายาคติ ทศนคติ และพฤติกรรมการเลี้ยงลูกด้วยนมผงของหญิงไทย ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนจาก โครงการวิจัยเพื่อสนับสนุนนโยบายการส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)