

ข้อบทความ : การเฝ้าระวังและติดตาม กลยุทธ์การสื่อสารในการส่งเสริมการ ตลาดนมผงในประเทศไทยที่ละเมิดหลักเกณฑ์สากลว่าด้วยการ ตลาดอาหารทารกและเด็กเล็กระหว่างการผลักดันพระราชบัญญัติ ควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารทารกและเด็กเล็ก

ชื่อผู้แต่ง : บวรสรรค์ เจียดำรง¹ ✉

ที่อยู่

1. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ลิงค์ไปยังข้อความ (Fulltext) : <https://www.tci-thaijo.org/index.php/romphruekj/article/view/82375/65465>

ชื่อวารสาร : วารสารร่มพฤษภ ปีที่ : 34 ฉบับที่ : 2 เลขหน้า : ปีพ.ศ. : 2559

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเฝ้าระวังและติดตามกลยุทธ์การสื่อสาร ในการส่งเสริมการตลาดนมผงที่ละเมิดหลักเกณฑ์สากลว่าด้วยการตลาดอาหารทารกและ เด็กเล็กในประเทศไทย และวัตถุประสงค์เพื่อเฝ้าระวังและติดตามกลยุทธ์การสื่อสารในการส่งเสริมการตลาดนมผงที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นมผงเลี้ยงลูกเป็นการวิจัยแบบผสม วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการวิจัย พบว่า อุตสาหกรรมนมผงใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดและเป็นการละเมิดหลักเกณฑ์สากล ว่าด้วยการตลาดอาหารทดแทนนมแม่อย่างชัดเจนโจ่งแจ้งและแนบเนียน เช่น การโฆษณา การตลาดทางตรง พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การตลาดอินเทอร์เน็ต บรรจุกิจกรรม และการอุปถัมภ์ จัดกิจกรรมการตลาด ผลลัพธ์จากการส่งเสริมการตลาดนมผงดังกล่าวได้สร้างมายาคติ “นมผงเท่ากับนมแม่” ซึ่งทำให้แม่เข้าใจผิดว่านมผงมีสารอาหารเทียบเท่านมแม่ซึ่งไปกำหนดพฤติกรรม การใช้นมผงเลี้ยงลูกร่วมกับนมแม่ หรือใช้นมผงเลี้ยงลูกแทนนมแม่ ครอบครัวสูญเสียมูลค่าใช้จ่ายในการซื้อนมผงต่อเดือนประมาณ 4,000 – 6,000 บาท หรือประมาณ 40,000 – 72,000 ต่อปี

คำสำคัญ

กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดนมผง; มายาคติ “นมผงเท่ากับนมแม่”; หลักเกณฑ์สากลว่าด้วยการตลาดอาหารทารกและเด็กเล็ก

Abstract

The objective of this research was to observe closely and monitor the marketing communication strategies for powdered milk industry in Thailand that violated the international code. The research method was a mix method approach

The results of this study showed that the powdered milk industry used a variety of promotional tactics, or tools, which violated international standards for marketing breast-milk substitutes. These promotional tactics could be divided into nine classifications: advertising, direct marketing, personal selling, sales promotion, public relations, internet marketing, packaging, sponsorship and marketing activities. The results of the analysis of the marketing promotion for powdered milk showed that their overall strategies were to deceive the consumer into thinking that “Powdered Milk is the same as (equals to) Mothers’ Breast Milk”. Thus, they wanted to convince mothers that powdered milk provided equivalent nutrition as breast milk so that mothers would use powdered milk as a supplement for breast feeding or used it in place of their breast milk, which could cause allergic reactions or other illnesses. Then, families could spend 4,000 – 6,000 baht per month, or approximately 40,000 – 72,000 baht per year for buying powdered milk.

Keywords

The marketing communication strategy for powdered milk; Myth “Powdered Milk is the same as Mothers’ Breast Milk”; International Code of Marketing of Breast-milk Substitutes

วารสารร่มพฤษ มหาวิทยาลัยเกริก

ISSN 0125-7609

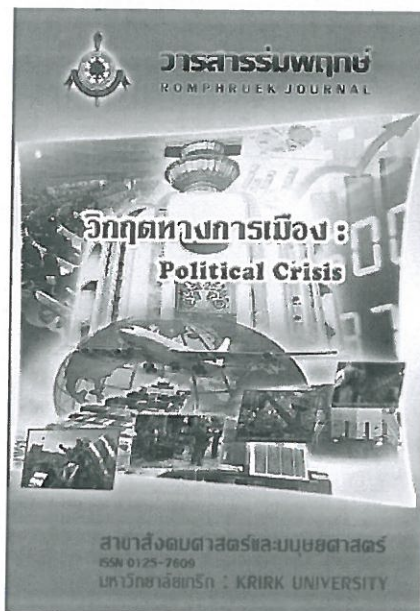


HOME ABOUT LOG IN REGISTER SEARCH CURRENT ARCHIVES
ANNOUNCEMENTS EDITORIAL BOARD

Home > วารสารร่มพฤษ (ROMPHRUEK JOURNAL)

วารสารร่มพฤษ (ROMPHRUEK JOURNAL)

วารสารร่มพฤษเป็นวารสารทางวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ของมหาวิทยาลัยเกริก ที่ตีพิมพ์มากกว่าสามทศวรรษ เน้นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยอันมีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและสังคมไทย สร้างองค์ความรู้ใหม่ โดยมุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาทางวิจัยที่มีคุณภาพทางวิชาการเพื่อสังคม อีกทั้งตระหนักถึงความสำคัญของการขยายบทบาททางวิชาการต่อสังคมวงกว้าง และการพัฒนามหาวิทยาลัยให้เป็นแหล่งความรู้ที่มาจากผลงานวิจัยของอาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ และนักศึกษา เพื่อเข้าสู่การเป็นสังคมฐานความรู้ (Knowledge Based Society)



Indexed in 

ANNOUNCEMENTS

วารสารร่มพฤษ ศูนย์วิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเกริก

RJKru

วารสารร่มพฤษ ศูนย์วิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเกริก

3 ซอยรามอินทรา 1 ถนนรามอินทรา แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220

Romphruek Journal, Research and Textbook Production Center, Krirk University

3 Soi Ramintra 1, Ramintra Rd., Anusawari, Bangkhen, Bangkok 10220

Tel. 025523500-9 ext 402

e-mail : romphruek.kru@gmail.com

Posted: 2016-12-22

More Announcements...



วารสารร่มพฤษ
ROMPHRUEK JOURNAL

USER

Username

Password

Remember me

คำแนะนำสำหรับกรใช้งาน
งานเบื้องต้นของระบบ
ThaiJO

» สำหรับผู้แต่ง
(Author)

* การสมัครสมาชิกวารสาร
(Author Register)
(ผู้ใช้ยังไม่มี Username,
Password ในระบบ
ThaiJO)

* การสมัครสมาชิกในวาร
สารอื่นๆ
(ผู้ใช้มี Username,
Password ในระบบ
ThaiJO เรียบร้อยแล้ว)

* การส่งบทความ
(Submission)

* การแก้ไขบทความ
(Author Correction)

» สำหรับผู้ประเมิน
บทความ (Reviewer)

* การประเมินบทความ
(Review)

» สำหรับผู้ใช้ที่ลืมรหัส
ผ่าน (forgot your
password)

* ลืมรหัสผ่าน (forgot
your password)

OPEN JOURNAL
SYSTEMS

Journal Help

NOTIFICATIONS

View
Subscribe

JOURNAL CONTENT

Search

Search Scope

RJKru

วารสารร่มพฤษ ศูนย์วิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเกริก

3 ซอยรามอินทรา 1 ถนนรามอินทรา แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220*Romphruek Journal, Research and Development, Krirk University**3 Soi Ramintra 1, Ramintra Rd., Anusawari, Bangkhen, Bangkok 10220*

Tel. : 025523500-9 ext. 402

All ▾

Search

Browse

By Issue

By Author

By Title

Other Journals

INFORMATION

For Readers

For Authors

For Librarians

KEYWORDS

ASEAN

Community

Behavior

Communication Creative

Learning

Development

Effectiveness GPRS Good

Governance Innovative

Education การจัดการภาค

สาธารณะ การศึกษา การเรียน

รืออย่างสร้างสรรค์ ความพึง

พอใจ ความรู้ ที่สนใจ ธร

รมาภิบาล นวัตกรรม

ประชาคมอาเซียน

ประชาคมเศรษฐกิจ

อาเซียน พฤติกรรม เกม