



พ.ร.บ. นมผง

กรมอนามัย ได้สำรวจอนามัยโพลเรื่อง “พ.ร.บ. นมผง ” มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจการรับรู้และความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับ พ.ร.บ. นมผง หรือ “พระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560” เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปประกอบการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์และการบังคับใช้กฎหมายให้มีประสิทธิภาพ โดยสำรวจระหว่างวันที่ 2-31 มีนาคม 2569 มีผู้ตอบรวมจำนวน 874 คน สรุปผลดังนี้

ส่วนที่ 1 การรับรู้และความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อ พ.ร.บ. นมผง

1. ท่านรู้จักหรือมีความเข้าใจเกี่ยวกับ พ.ร.บ.นมผง มากน้อยเพียงใด

ผู้ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่ระบุว่า เคยได้ยินและทราบเนื้อหาบางส่วน ร้อยละ 34.44 รองลงมาคือกลุ่มที่เคยได้ยินแต่ยังไม่ทราบรายละเอียด ร้อยละ 28.72 ในขณะที่มีผู้ที่ระบุว่ามีความเข้าใจสาระสำคัญของกฎหมายเป็นอย่างดี เพียง ร้อยละ 21.74 และไม่เคยได้ยินข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายฉบับนี้เลย ร้อยละ 15.10 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รู้จักหรือมีความเข้าใจเกี่ยวกับ พ.ร.บ.นมผง มากน้อยเพียงใด

อันดับ	รู้จักหรือมีความเข้าใจเกี่ยวกับ พ.ร.บ นมผง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	เคยได้ยิน และทราบเนื้อหาบางส่วน	301	34.44
2	เคยได้ยิน แต่ไม่ทราบรายละเอียด	251	28.72
3	รู้จักและเข้าใจสาระสำคัญของกฎหมายนี้*	190	21.74
4	ไม่เคยได้ยิน	132	15.10

*หมายเหตุ: คาดหวังว่าผู้ตอบ จะตอบว่า “รู้จักและเข้าใจสาระสำคัญของกฎหมายนี้” มากที่สุด

2. ในมุมมองของท่าน พ.ร.บ.นมผง เกี่ยวข้องกับด้านใดมากที่สุด

ผู้ตอบส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า พ.ร.บ. นมผง เกี่ยวข้องกับ “การควบคุมการโฆษณาและการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก” ที่ร้อยละ 52.97 รองลงมาคือมีความเห็นว่าเกี่ยวข้องกับ “การควบคุมคุณภาพและมาตรฐานอาหารเด็กเล็ก” ร้อยละ 12.70 “การคุ้มครองทารกและเด็กเล็กจากอิทธิพลทางการตลาด” ร้อยละ 12.13 “การสนับสนุนการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่” ร้อยละ 7.78 ตามลำดับ ในขณะที่มีผู้เลือกตอบว่าเป็น “การสนับสนุนการตลาดของบริษัทผู้ผลิต” ร้อยละ 3.66 และตอบว่าไม่แน่ใจร้อยละ 10.76 รายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ในมุมมองของท่าน พ.ร.บ.นมผง เกี่ยวข้องกับด้านใดมากที่สุด

อันดับ	เกี่ยวข้องกับด้านใดมากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คำตอบที่ถูกต้อง/คำตอบที่คาดหวัง			
1	การควบคุมการโฆษณาและการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก	463	52.97
2	การควบคุมคุณภาพและมาตรฐานอาหารเด็กเล็ก	11	12.70
3	การคุ้มครองทารกและเด็กเล็กจากอิทธิพลทางการตลาด	106	12.13
5	การสนับสนุนการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่	68	7.78
คำตอบที่ไม่ถูกต้อง/คำตอบที่ไม่ต้องการ			
4	ยังไม่แน่ใจ	94	10.76
6	การสนับสนุนการทำการตลาดของบริษัทผู้ผลิตอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก	32	3.66

หมายเหตุ: คาดหวังว่าผู้ตอบเลือกตอบได้ทุกข้อ ยกเว้น”การสนับสนุนการทำการตลาดของบริษัทผู้ผลิตอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก”

3. พ.ร.บ.นมผง ควบคุมการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เมื่อถามถึงความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ พ.ร.บ.นมผง ควบคุม พบว่า ส่วนใหญ่เลือกตอบผลิตภัณฑ์นมผงสำหรับทารก มากที่สุด ร้อยละ 58.24 รองลงมาคือ อาหารเสริมสำหรับทารก ร้อยละ 48.63 และนมผง (สูตร 1, 2 และสูตร 3) ร้อยละ 38.10 อาหารเสริมสำหรับเด็กเล็กบางประเภท ร้อยละ 30.78 ในขณะที่มีผู้ที่เลือกตอบว่า “ไม่ได้ควบคุมผลิตภัณฑ์ใดเป็นการเฉพาะ” ร้อยละ 16.36 และไม่แน่ใจ ร้อยละ 13.50 รายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 พ.ร.บ.นมผง ควบคุมการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์

อันดับ	ผลิตภัณฑ์ที่ พ.ร.บ. นมผง ควบคุมการส่งเสริมการตลาด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คำตอบที่ถูกต้อง/คำตอบที่คาดหวัง			
1	นมผงสำหรับทารก	509	58.24
2	อาหารเสริมสำหรับทารก	425	48.63
3	นมผง (สูตร 1,2 และสูตร 3)	333	38.10
4	อาหารเสริมสำหรับเด็กบางประเภทเท่านั้น	269	30.78
คำตอบที่ไม่ถูกต้อง/คำตอบที่ไม่ต้องการ			
5	ไม่ได้ควบคุมผลิตภัณฑ์ใดเป็นการเฉพาะ	143	16.36
6	ไม่แน่ใจ	118	13.50

*หมายเหตุ: คาดหวังว่าผู้ตอบเลือกตอบได้ทุกข้อ ยกเว้น” “ไม่ได้ควบคุมผลิตภัณฑ์ใดเป็นการเฉพาะ”

4. โดยภาพรวม ท่านมองว่า พ.ร.บ.นมผง ส่งผลต่อสังคมด้านใดมากที่สุด

ผู้ตอบส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า พ.ร.บ. นมผง ส่งผลเชิงบวกต่อสุขภาพเด็กและครอบครัว ร้อยละ 57.44 รองลงมาคือมีความคิดเห็นว่ามีทั้งข้อดีและข้อจำกัด ร้อยละ 19.45 ไม่แน่ใจร้อยละ 15.10 ยังไม่เห็นผลที่ชัดเจน ร้อยละ 5.61 และคิดว่าเป็นภาระต่อผู้ประกอบการมากเกินไป ร้อยละ 2.40 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 โดยภาพรวม ท่านมองว่า พ.ร.บ.นมผง ส่งผลต่อสังคมด้านใดมากที่สุด

อันดับ	ส่งผลต่อสังคมด้านใดมากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	ส่งผลเชิงบวกต่อสุขภาพเด็กและครอบครัว	502	57.44
2	มีทั้งข้อดีและข้อจำกัด	170	19.45
3	ไม่แน่ใจ	132	15.10
4	ยังไม่เห็นผลชัดเจน	49	5.61
5	เป็นภาระต่อผู้ประกอบการมากเกินไป	21	2.40

หมายเหตุ: คาดหวังว่าผู้ตอบ จะเลือกตอบข้อ “ส่งผลเชิงบวกต่อสุขภาพเด็กและครอบครัว” มากที่สุด

5. ท่านคิดว่าเจตนารมณ์หลักของกฎหมายฉบับนี้คืออะไร

ผู้ตอบแบบส่วนใหญ่ มีความเข้าใจว่าเจตนารมณ์หลักของกฎหมายคือ เพื่อคุ้มครองทารกและเด็กเล็กจากอิทธิพลทางการตลาด ลดการโฆษณาที่อาจทำให้เข้าใจผิด และสนับสนุนการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่อย่างเหมาะสม โดยคิดเป็นร้อยละ 76.54 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจร้อยละ 13.04 ในขณะที่มีผู้ที่ให้เหตุผลด้านอื่นๆ เช่น เพื่อให้มีสินค้าหลากหลายให้ผู้ปกครองเลือก ร้อยละ 5.84 เพื่อสนับสนุนกิจกรรมการขายของบริษัท ร้อยละ 2.63 และเพื่อเพิ่มการแข่งขันทางธุรกิจ ร้อยละ 1.95 นั้นมีสัดส่วนเพียงเล็กน้อย รายละเอียดดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 เจตนารมณ์หลักของกฎหมายฉบับนี้คืออะไร

อันดับ	เจตนารมณ์หลักของกฎหมาย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คำตอบที่ถูกต้อง/คำตอบที่คาดหวัง			
1	เพื่อคุ้มครองทารกและเด็กเล็กจากอิทธิพลทางการตลาด ลดการโฆษณาที่อาจทำให้เข้าใจผิดและสนับสนุนการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่อย่างเหมาะสม	669	76.54
คำตอบที่ไม่ถูกต้อง/คำตอบที่ไม่ต้องการ			
2	ไม่แน่ใจ	144	13.04
3	เพื่อให้มีสินค้าหลากหลายให้ผู้ปกครองเลือก	51	5.84
4	เพื่อสนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมการขายของบริษัท	23	2.63
5	เพื่อเพิ่มการแข่งขันทางธุรกิจนมผง	17	1.95

หมายเหตุ: คาดหวังว่าผู้ตอบ จะเลือกตอบข้อ “เพื่อคุ้มครองทารกและเด็กเล็กจากอิทธิพลทางการตลาด ลดการโฆษณาที่อาจทำให้เข้าใจผิดและสนับสนุนการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่อย่างเหมาะสม” นี้มากที่สุด

6. ท่านคิดว่าการโฆษณาอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กในปัจจุบันมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองมากน้อยเพียงใด

ผู้ตอบส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่าการโฆษณาอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กในปัจจุบันนี้ มีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง ร้อยละ 45.19 รองลงมาคือ มีผลมาก ร้อยละ 28.15 ไม่แน่ใจร้อยละ 20.48 ในขณะที่มีผู้ที่คิดว่าการโฆษณานั้น มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย ร้อยละ 4.00 และแทบไม่มีผล ร้อยละ 2.17 รายละเอียดดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 การโฆษณาอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองมากน้อยเพียงใด

อันดับ	โฆษณามีผลต่อการตัดสินใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	มีผลปานกลาง	395	45.19
2	มีผลมาก	246	28.15
3	ไม่แน่ใจ	179	20.48
4	มีผลน้อย	35	4.00
5	แทบไม่มีผล	19	2.17

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ

ผู้ตอบส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 78.60 รองลงมาคือเพศชาย ร้อยละ 20.37 และกลุ่ม LGBTQIAN+ ร้อยละ 1.03 เมื่อพิจารณาตามช่วงอายุ พบว่าส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 45-59 ปี ร้อยละ 44.28 รองลงมาคือกลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 26.43 และกลุ่มอายุ 25-44 ปี ร้อยละ 23.91 ตามลำดับ ในด้านระดับการศึกษา ผู้ตอบส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 53.09 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 13.04 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 11.67 และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 11.56 ตามลำดับ

สำหรับการประกอบอาชีพหลัก พบว่าส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ/ลูกจ้างหน่วยงานรัฐ ร้อยละ 21.85 รองลงมาคือ กลุ่มแม่บ้าน/พ่อบ้าน ร้อยละ 21.17 และกลุ่มธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/อาชีพอิสระ ร้อยละ 14.87 นอกจากนี้ยังมีสัดส่วนของกลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เข้าร่วมการสำรวจร้อยละ 9.50 เมื่อจำแนกตามลักษณะพื้นที่อยู่อาศัย พบว่าส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลตำบล ร้อยละ 34.44 รองลงมาคือเขตการปกครองรูปแบบพิเศษ (กทม./เมืองพัทยา) ร้อยละ 25.17 และพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ร้อยละ 22.65 โดยเมื่อพิจารณาตามเขตพื้นที่รับผิดชอบของศูนย์อนามัย พบว่าผู้ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ของสถาบันพัฒนาสุขภาพเขตเมือง (สสม.) มากที่สุด ร้อยละ 25.51 รองลงมาคือพื้นที่ศูนย์อนามัยที่ 5 และศูนย์อนามัย ที่ 6 ในสัดส่วนที่เท่ากันคือร้อยละ 18.54

ตารางที่ 7 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	687	78.60
ชาย	178	20.37
LGBTQIAN+	9	1.03

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วงอายุ		
15-24 ปี	47	5.38
25-44 ปี	209	23.91
45-59 ปี	387	44.28
60 ปีขึ้นไป	231	26.43
อาชีพ		
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ/ลูกจ้างรัฐ	191	21.85
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	185	21.17
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/อาชีพอิสระ	130	14.87
อสม.	83	9.50
ว่างงาน/ระหว่างรองาน	71	8.12
รับจ้างทั่วไป	54	6.18
พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้างเอกชน	60	6.86
เกษียณราชการ	40	4.58
เกษตรกร	41	4.69
นักเรียน/นักศึกษา	18	2.06
เขตการปกครอง		
เทศบาลตำบล	301	34.44
เขตการปกครองรูปแบบพิเศษ (กทม./พัทยา)	220	25.17
องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)	198	22.65
เทศบาลเมือง	129	14.76
เทศบาลนคร	26	2.97
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	62	7.09
มัธยมต้น	114	13.04
มัธยมปลาย/ปวช.	101	11.56
อนุปริญญา/ปวส.	31	3.55
ปริญญาตรี	464	53.09
สูงกว่าปริญญาตรี	102	11.67
ศูนย์อนามัย		
ศูนย์อนามัยที่ 1	33	3.78
ศูนย์อนามัยที่ 2	62	7.09
ศูนย์อนามัยที่ 3	31	3.55
ศูนย์อนามัยที่ 4	85	9.73
ศูนย์อนามัยที่ 5	162	18.54
ศูนย์อนามัยที่ 6	162	18.54

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ศูนย์อนามัยที่ 7	24	2.75
ศูนย์อนามัยที่ 8	3	0.34
ศูนย์อนามัยที่ 9	12	1.37
ศูนย์อนามัยที่ 10	7	0.80
ศูนย์อนามัยที่ 11	10	1.14
ศูนย์อนามัยที่ 12	60	6.86
สสม.	223	25.51

สรุปผลสำรวจ

จากผลอนามัยโพลเรื่อง “พ.ร.บ. นมผง” (พระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560) ระหว่างวันที่ 2-31 มีนาคม 2569 มีผู้ตอบรวม 874 คน พบว่าผู้ตอบแบบส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 78.60 อยู่ในช่วงอายุ 45-59 ปี ร้อยละ 44.28 และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 53.09 โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการหรือพนักงานของรัฐ และอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลตำบล

ในด้านการรับรู้และความเข้าใจต่อ พ.ร.บ. นมผง พบว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ เคยได้ยินและทราบเนื้อหาบางส่วน” ร้อยละ 34.44 รองลงมาคือ “เคยได้ยินแต่ยังไม่ทราบรายละเอียด” ร้อยละ 28.72 ในขณะที่มีกลุ่มที่มีความเข้าใจสาระสำคัญของกฎหมายเป็นอย่างดีเพียงร้อยละ 21.74 เมื่อถามถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ พ.ร.บ. นมผง ผู้ตอบส่วนใหญ่มีความเข้าใจที่ถูกต้อง โดยเลือกตอบว่า กฎหมายนี้มีความเกี่ยวข้องกับการควบคุมการโฆษณาและการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก มากที่สุด ที่ร้อยละ 52.97 อย่างไรก็ตามมีผู้ที่เลือกตอบคำตอบที่ไม่ถูกต้อง โดยคิดว่า กฎหมายนี้เป็นการสนับสนุนการทำตลาดของบริษัทผู้ผลิตอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก ร้อยละ 3.66 และไม่แน่ใจ ร้อยละ 10.77 สำหรับความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่กฎหมายควบคุม พบว่าผู้ตอบส่วนใหญ่ระบุว่าครอบคลุมถึง นมผงสำหรับทารกมากที่สุด รองลงมาคือ อาหารเสริมสำหรับทารก นมผง (สูตร 1,2 และสูตร 3) และอาหารเสริมสำหรับเด็กบางประเภทเท่านั้น ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ยังมีผู้ที่เลือกคำตอบที่ไม่ถูกต้อง โดยตอบว่า ไม่ได้ควบคุมผลิตภัณฑ์ใดเป็นการเฉพาะ ถึงร้อยละ 16.36

เมื่อถามถึงเจตนารมณ์หลักของกฎหมาย ผู้ตอบส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 76.54 มีความเข้าใจที่ถูกต้องว่ากฎหมายมีขึ้นเพื่อ “คุ้มครองทารกและเด็กเล็กจากอิทธิพลทางการตลาด ลดการโฆษณาที่อาจทำให้เข้าใจผิด และสนับสนุนการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่อย่างเหมาะสม” ในส่วนของทัศนคติต่อผลกระทบทางสังคม พบว่าผู้ตอบส่วนใหญ่เห็นว่า พ.ร.บ. นมผง ส่งผลเชิงบวกต่อสุขภาพเด็กและครอบครัว สูงถึงร้อยละ 57.44 อย่างไรก็ตามยังมีกลุ่มที่มองว่ากฎหมายมีทั้งข้อดีและข้อจำกัดในการบังคับใช้จริงร้อยละ 19.45 และในขณะที่ยังคิดว่า เป็นภาระต่อผู้ประกอบการมากเกินไป ร้อยละ 2.40

ประเด็นสำคัญที่น่าสนใจคือเรื่องอิทธิพลของสื่อโฆษณา โดยผู้ตอบแบบส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการโฆษณาในปัจจุบันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ปกครองในระดับปานกลาง ร้อยละ 45.19 และเห็นว่าไม่มีผลมากถึงร้อยละ 28.15 และไม่แน่ใจร้อยละ 20.48 ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะจากผลการสำรวจ

จากผลสำรวจอนามัยโพล มีข้อเสนอให้สำนักส่งเสริมสุขภาพ และกองส่งเสริมความรอบรู้และสื่อสารสุขภาพ รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำผลอนามัยโพลไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

1. การยกระดับมาตรการเฝ้าระวังการสื่อสารการตลาดและการโฆษณา จากผลอนามัยโพล พบว่าสื่อโฆษณามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ปกครองสูงถึงร้อยละ 73.3 (โดยระบุว่าเมื่อผลมาร้อยละ 28.1 และมีผลปานกลางร้อยละ 45.2) จึงควรเพิ่มมาตรการเฝ้าระวังการสื่อสารการตลาดในทุกช่องทางอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะ สื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางหลักที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายและรวดเร็วตรวจสอบและป้องกันการโฆษณาที่อวดอ้างสรรพคุณเกินจริงหรือผิดกฎหมาย เพื่อลดอิทธิพลของการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโภชนาการที่ไม่เหมาะสมสำหรับเด็กเล็ก

2. การสร้างความรับรู้และขอบเขตโภชนาการที่กฎหมายควบคุม เนื่องจากผู้บริโภคยังมีความเข้าใจคลาดเคลื่อนเกี่ยวกับขอบเขตของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย (จากผลอนามัยโพล พบว่าส่วนใหญ่เข้าใจว่าควบคุมเฉพาะนมผงสำหรับทารก ร้อยละ 58.2 ในขณะที่มีผู้ที่ไม่ได้ควบคุมผลิตภัณฑ์ใดเป็นการเฉพาะ ร้อยละ 16.36) จึงควรมีการรณรงค์ให้ความรู้สร้างความเข้าใจว่า พ.ร.บ. ฉบับนี้ครอบคลุมถึงผลิตภัณฑ์ประเภทใดบ้าง โดยไม่ได้จำกัดเพียงแค่นมผงเท่านั้น เพื่อมุ่งเน้นให้ผู้ปกครองตระหนักถึงช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเริ่มให้อาหารเสริมตามหลักโภชนาการและกฎหมายกำหนด เพื่อป้องกันการให้อาหารเสริมแก่เด็กก่อนวัยอันควร (ก่อนอายุ 6 เดือน) ซึ่งอาจส่งผลเสียต่อสุขภาพและพัฒนาการของเด็กในระยะยาว

ส่วนที่ 3 ช่องทางการเข้าถึงผลการสำรวจ

ผลอนามัยโพล ประจำเดือนมีนาคม 2569 ประเด็น “พ.ร.บ นมผง” มีไฟล์รายงานสรุปผลและสรุปผลรูปแบบแบบ infographic เพื่อให้ผู้สนใจนำไปใช้ประโยชน์ สามารถเข้าถึงได้ที่เว็บไซต์อนามัยโพล กรมอนามัย <https://hfd.anamai.moph.go.th>

โดย คณะทำงานขับเคลื่อนอนามัยโพล
สำนักส่งเสริมสุขภาพ
กองประเมินผลกระทบต่อสุขภาพ
เมษายน 2569