

ฉบับแก้ไขครั้งสุดท้ายหลังคณะกรรมการของ อย.พิจารณา



**รายงานผลการประเมิน
โครงการ**

มาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP)

ผู้ผลิต เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ก้าวทันสากล ประชาชน มั่นใจ บริโภคปลอดภัย 

โดย ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(กรุงเทพโพลล์)

<u>หัวข้อ</u>	<u>หน้า</u>
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	1
โครงร่างการวิจัย	21
ผลการสำรวจ	
• ข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	30
• ความรู้ความเข้าใจเรื่อง “มาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP”	34
• การเปิดรับสื่อรณรงค์ของโครงการ “มาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP”	42
• ความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นและ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ครั้งต่อไป	52
ภาคผนวก	
ตัวอย่างสื่อสำหรับโซวี	
แบบสอบถาม	

ความเป็นมา

เนื่องจากกระทรวงสาธารณสุข มีนโยบายส่งเสริมให้คนไทยมีสุขภาพดี และสนับสนุนผลิตภัณฑ์อาหารที่ผลิตโดยชุมชน ให้มีมาตรฐานและจำหน่ายได้ ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเตรียมความพร้อมสู่กรอบข้อตกลงอาเซียน รองรับความร่วมมือกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และการเปิดเขตเสรีทางการค้าอาเซียน ในปี พ.ศ. 2558 ดังนั้น กระทรวงสาธารณสุข โดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจึงได้เตรียมความพร้อมในการพัฒนามาตรฐาน การผลิต โดยจัดทำหลักเกณฑ์ วิธีการที่ดีในการผลิตอาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายตามมาตรฐาน GMP ขั้นต้น (Primary GMP) สำหรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสถานที่ผลิต ตลอดจนตรวจประเมินสถานที่ผลิตอาหาร เพื่อพัฒนายกระดับสถานที่ผลิตอาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่าย อันจะทำให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่าย ผลิตอาหารได้มาตรฐานและผู้บริโภคได้รับความปลอดภัยในการบริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) จึงได้มีการดำเนินงานโครงการรณรงค์การยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายเข้าสู่มาตรฐาน GMP ขั้นต้น (Primary GMP) เพื่อรณรงค์ให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายได้ทราบนโยบายดังกล่าว รวมทั้งเพื่อให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นและสนับสนุนหรืออุดหนุน ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายที่เป็นผลิตภัณฑ์อาหารหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และผลิตภัณฑ์อาหารที่ผลิตจาก กลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน ซึ่งผลิตตามหลักเกณฑ์ GMP ขั้นต้น (Primary GMP)

ดังนั้นเพื่อให้โครงการดังกล่าว สามารถดำเนินงานต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทางกระทรวงสาธารณสุข โดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ จัดทำการประเมินผลโครงการรณรงค์การยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายเข้าสู่มาตรฐาน GMP ขั้นต้น (Primary GMP) ขึ้น

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคที่เผยแพร่ในโครงการรณรงค์การยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายเข้าสู่มาตรฐาน GMP ขั้นต้น (Primary GMP)
2. เพื่อประเมินความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายที่ผ่านมาตรฐาน GMP ขั้นต้นว่าบริโภคได้อย่างปลอดภัย

กลุ่มเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย

ผู้บริโภค ชายและหญิง อายุ 15-65 ปี ทั่วประเทศ โดยมีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,200 คน ซึ่งมีการแบ่งสัดส่วนดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 : สัดส่วนประชากรตามกลุ่มตัวอย่าง แยกตามพื้นที่

พื้นที่	จำนวนประชากร (คน) พ.ศ. 2554	คิดเป็นร้อยละ	สัดส่วนประชากรตาม กลุ่มตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	5,674,843	8.86	106
ปริมณฑล*	4,701,910	7.34	88
ภาคเหนือ	11,783,311	18.39	221
ภาคกลาง	6,948,353	10.84	130
ภาคตะวันออก	4,409,878	6.88	83
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	21,585,883	33.69	404
ภาคใต้	8,971,855	14.00	168
รวม	64,076,033	100.00	1,200

ที่มา : ข้อมูลประชากรจากการจดทะเบียน จำแนกตามภาค และจังหวัด พ.ศ. 2554 กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย

* ปริมาณ ประกอบด้วย 5 จังหวัด ได้แก่ นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ และสมุทรสาคร

ตารางที่ 2 : สัดส่วนประชากรในแต่ละพื้นที่ แยกตามช่วงอายุและเพศ

พื้นที่	อายุ 15-20 ปี		อายุ 21-30 ปี		อายุ 31-40 ปี		อายุ 41-50 ปี		อายุ 51-60 ปี		อายุ 61-65 ปี		รวม
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	
กรุงเทพมหานคร	9	9	8	8	10	11	10	12	8	10	5	6	106
ปริมาณ (นนทบุรี)	5	4	8	9	10	11	10	11	7	8	2	3	88
ภาคเหนือ (เชียงใหม่ นครสวรรค์)	20	19	19	18	20	20	21	22	19	21	10	12	221
ภาคกลาง (อยุธยา)	7	6	13	13	15	15	15	16	11	12	3	4	130
ภาคตะวันออก (ชลบุรี)	7	7	8	7	9	9	8	9	6	6	3	4	83
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ขอนแก่น อุดรธานี และนครราชสีมา)	39	36	35	34	42	40	41	42	29	30	17	19	404
ภาคใต้ (สงขลา นครศรีธรรมราช)	17	16	16	16	17	17	16	17	11	12	6	7	168
รวม	104	97	107	105	123	123	121	129	91	99	46	55	1,200

ที่มา : ข้อมูลประชากรจากการจดทะเบียน จำแนกตามกลุ่มอายุ และเพศ พ.ศ. 2554 กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย

หมายเหตุ ; การแบ่งสัดส่วนประชากรแยกตามพื้นที่ (ตารางที่ 1) และแยกตามช่วงอายุ (ตารางที่ 2) ยึดตามแนวทางวิจัยของ
กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการประเมินผลโครงการรณรงค์การยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายเข้าสู่มาตรฐาน GMP ขั้นต้น (Primary GMP) ในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามที่มีโครงสร้างที่แน่นอนในการวัด ประกอบด้วยข้อคำถาม แบบเลือกตอบและคำถามปลายเปิด ความยาว 3 หน้า A4

หัวข้อคำถามในแบบสอบถาม หัวข้อคำถามในแบบสอบถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อคำถามประเมินความรู้ความเข้าใจเรื่อง “มาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP” ของผู้ประกอบการ

ตอนที่ 2 ข้อคำถามประเมินการเปิดรับสื่อและเนื้อหาข้อความที่เผยแพร่ผ่านสื่อของโครงการรณรงค์ฯ

ตอนที่ 3 ข้อคำถามประเมินความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายที่ผ่านมาตรฐาน การผลิตขั้นต้น และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ

ตอนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โดยแบบสอบถามที่ใช้เก็บข้อมูลได้ผ่านการพิจารณาอนุมัติจาก อย. จากนั้นจึงนำแบบสอบถามดังกล่าวไป ทดสอบ (pre-test) จำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขก่อนดำเนินการเก็บข้อมูล

หมายเหตุ “มาตรฐาน GMP ขั้นต้น (Primary GMP)” ในแบบสอบถามจะใช้แทนด้วยข้อความว่า “มาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ Primary GMP”

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ศูนย์วิจัยฯ ได้จัดส่งทีมนักวิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลพร้อมทีมงานผู้ช่วยวิจัยที่ผ่านอบรมทำความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยและรายละเอียดในแบบสอบถาม โดยการเก็บข้อมูลภาคสนามใช้การสัมภาษณ์แบบพบตัว (Face-to-face Interview) จากนั้นจึงดำเนินการรวบรวมข้อมูลแล้วเสร็จตาม ระยะเวลาที่กำหนด

การประมวลผล

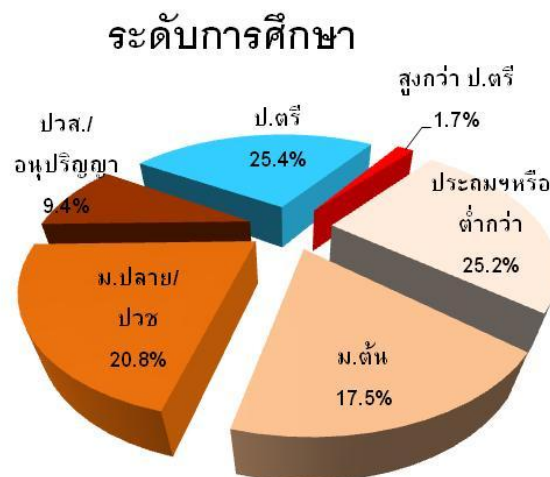
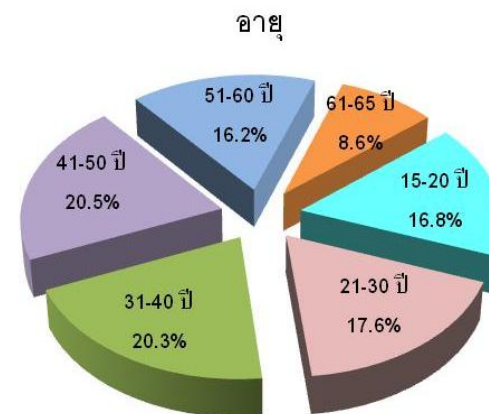
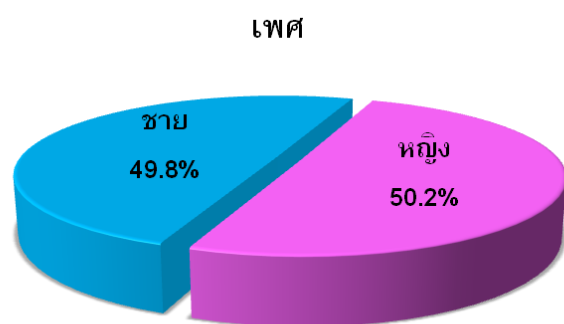
แบบสอบถามที่เก็บข้อมูลแล้วทุกชุด ได้ผ่านการตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้และความสอดคล้องของเนื้อหา ก่อนทำการลงรหัส (Coding) หลังจากลงรหัสเรียบร้อยแล้ว จึงใช้โปรแกรม SPSS for Window สำหรับการประมวลผลข้อมูล

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

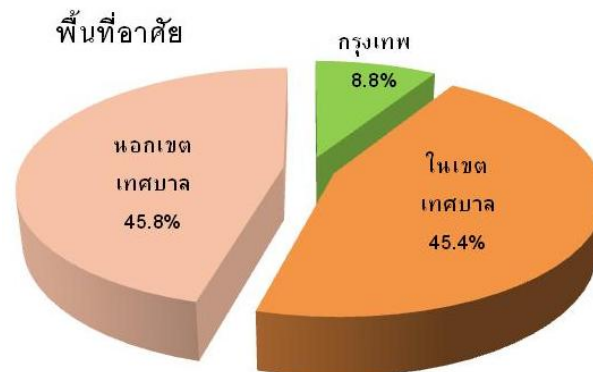
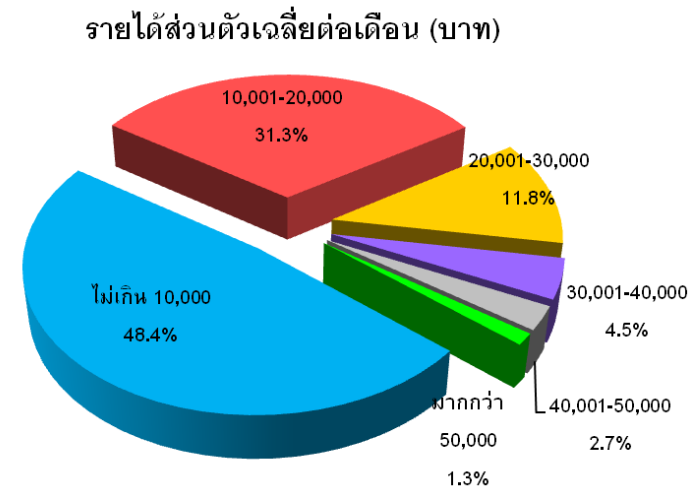
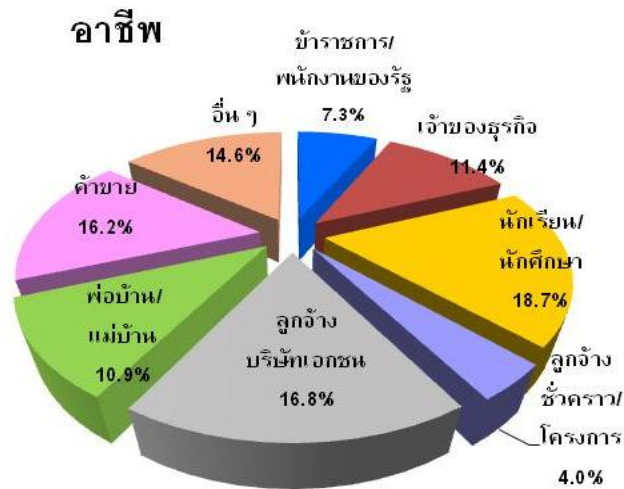
การวิเคราะห์ข้อมูลโครงการ ประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคที่เผยแพร่ในโครงการรณรงค์การยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่าย เข้าสู่มาตรฐาน GMP ขั้นต้น (Primary GMP) ในครั้งนี้ ใช้การรายงานข้อมูลเบื้องต้นด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้สรุป ลักษณะที่สำคัญของกลุ่มข้อมูล โดยเป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างหรือประชากร โดย แสดงผลในแต่ละคำถามในรูปแบบของค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ผลการสำรวจ

กลุ่มตัวอย่าง 1,200 คน แยกเป็นเพศชายและหญิง จำนวนใกล้เคียงกัน ช่วงอายุอยู่ระหว่าง 15-65 ปี โดยมีการแบ่งสัดส่วนของช่วงอายุตาม การสำรวจ ให้ใกล้เคียงกับสัดส่วนของ ข้อมูลประชากรจากการจดทะเบียน จำแนกตามกลุ่มอายุและเพศ พ .ศ. 2554 ของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย และระดับ การศึกษา ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 25.4 และระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่าร้อยละ 25.2 ดังกราฟ

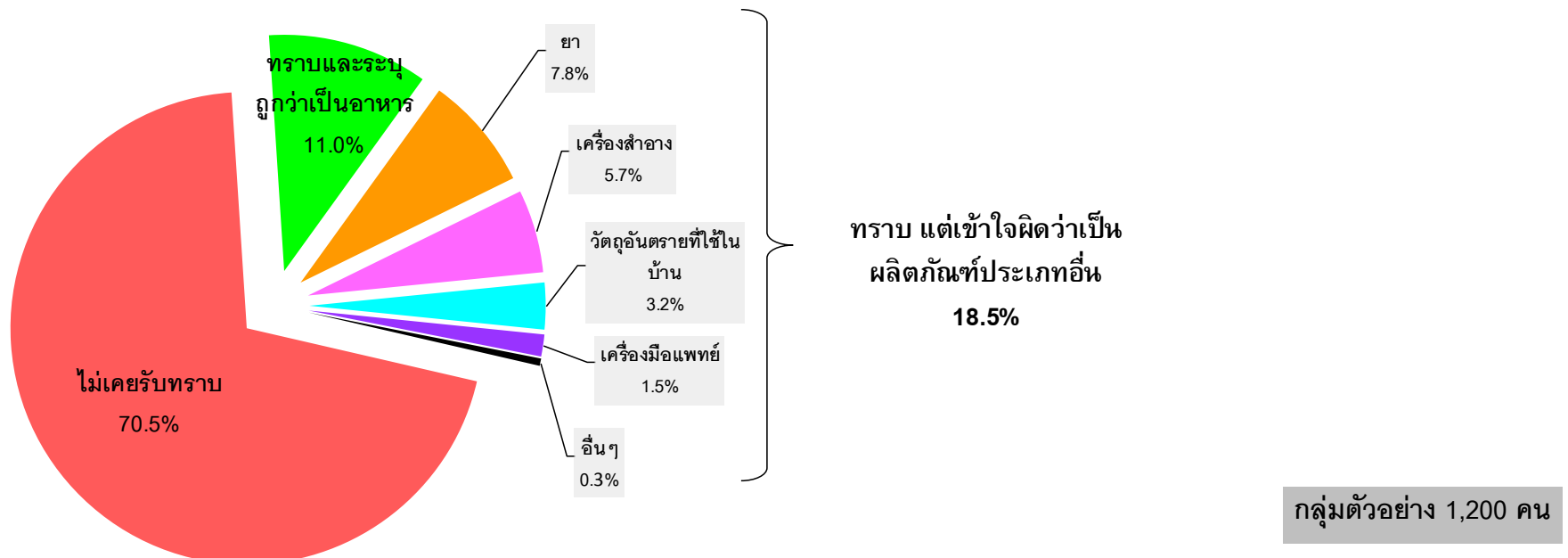


ข้อมูลประชากรศาสตร์ทางด้านอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า คนทำงานทั้งที่เป็นข้าราชการ พนักงานของรัฐและลูกจ้างบริษัทเอกชนรวมกันมี จำนวน ร้อยละ 24.1 นักเรียน/นักศึกษาร้อยละ 18.7 และค้าขายร้อยละ 16.2 ตามลำดับ สำหรับรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ไม่เกิน 10,000 บาทร้อยละ 48.4 10,001 – 20,000 บาทร้อยละ 31.3 และ 20,001 – 30,000 บาทร้อยละ 11.8 ตามลำดับ และเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯร้อยละ 8.8 และต่างจังหวัดร้อยละ 91.2 โดยแบ่งเป็นในเขตเทศบาลร้อยละ 45.4 และนอกเขตเทศบาลร้อยละ 45.8 ดังกราฟ

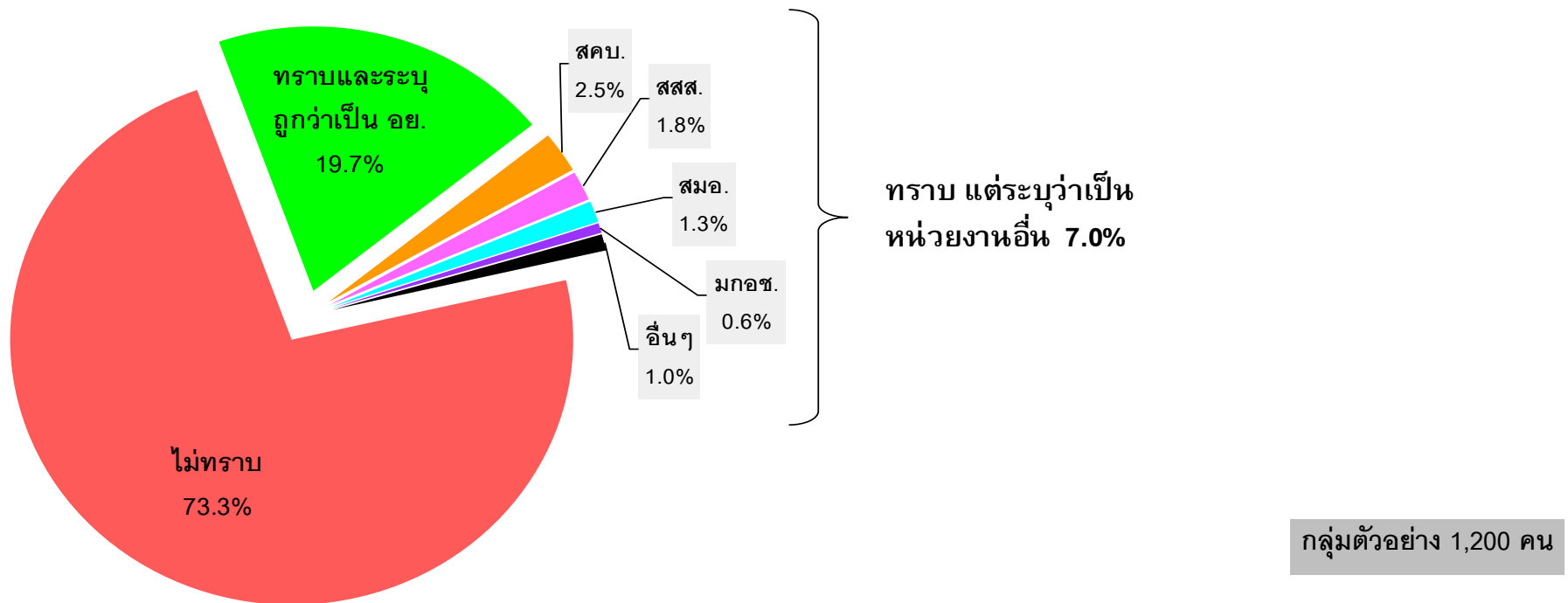


❖ ตอนที่ 1 ความรู้ความเข้าใจเรื่อง “มาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP”

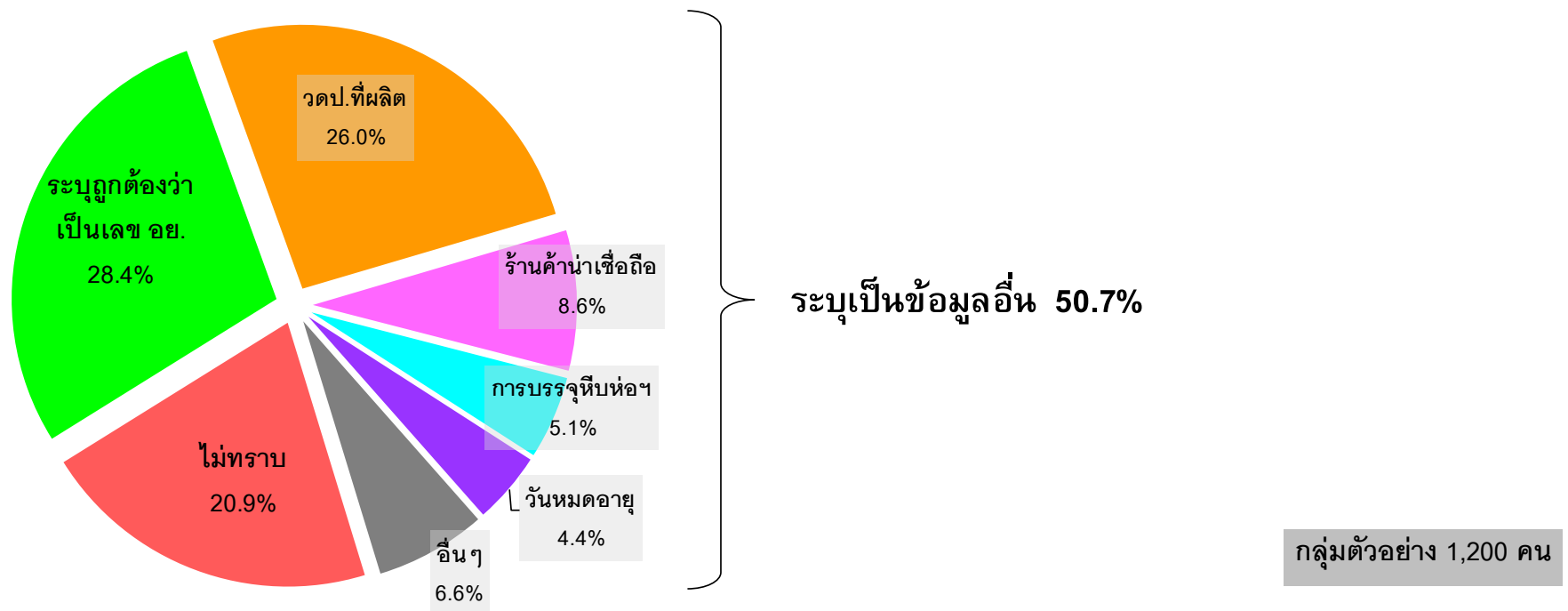
การรับทราบเรื่องการรณรงค์และประเภทของผลิตภัณฑ์ที่รณรงค์ พบว่า มีผู้รับทราบเรื่องการรณรงค์โครงการ “มาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP” ร้อยละ 29.5 ในขณะที่ไม่เคยรับทราบเรื่องการรณรงค์โครงการดังกล่าวร้อยละ 70.5 ซึ่งในกลุ่มที่รับทราบเรื่องการรณรงค์โครงการนั้นมีเพียงร้อยละ 11.0 ที่รับทราบถูกต้องและระบุถูกต้องว่าเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร อีกร้อยละ 18.5 เข้าใจผิดว่าเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น ดังกราฟ



การรับทราบเกี่ยวกับหน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการ รณรงค์ พบว่า มีผู้รับทราบหน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการรณรงค์ร้อยละ 26.7 ในขณะที่ ไม่ทราบมีถึงร้อยละ 73.3 ซึ่งในกลุ่มที่รับทราบหน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการรณรงค์มีผู้ที่ทราบและระบุถูกว่าเป็นสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ร้อยละ 19.7 และที่เหลือร้อยละ 7.0 รับทราบแต่ระบุว่าเป็นหน่วยงานอื่นๆ ดังกราฟ



การระบุข้อมูลที่ทำให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ที่วางจำหน่ายผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น พบว่า มีผู้ที่ระบุได้ถูกต้องว่าต้องดูที่เลขสารบบอาหาร 13 หลัก (เลข อย.) ร้อยละ 28.4 ในขณะที่ร้อยละ 20.9 ระบุว่าไม่ทราบ ส่วนอีกร้อยละ 50.7 ระบุเป็นข้อมูลอื่นโดยในจำนวนนี้มีถึงร้อยละ 26.0 ที่เข้าใจผิดว่าต้องดูวันเดือนปีที่ผลิตสินค้า ดังกราฟ



ข้อสังเกต/ข้อเสนอแนะของผู้วิจัย

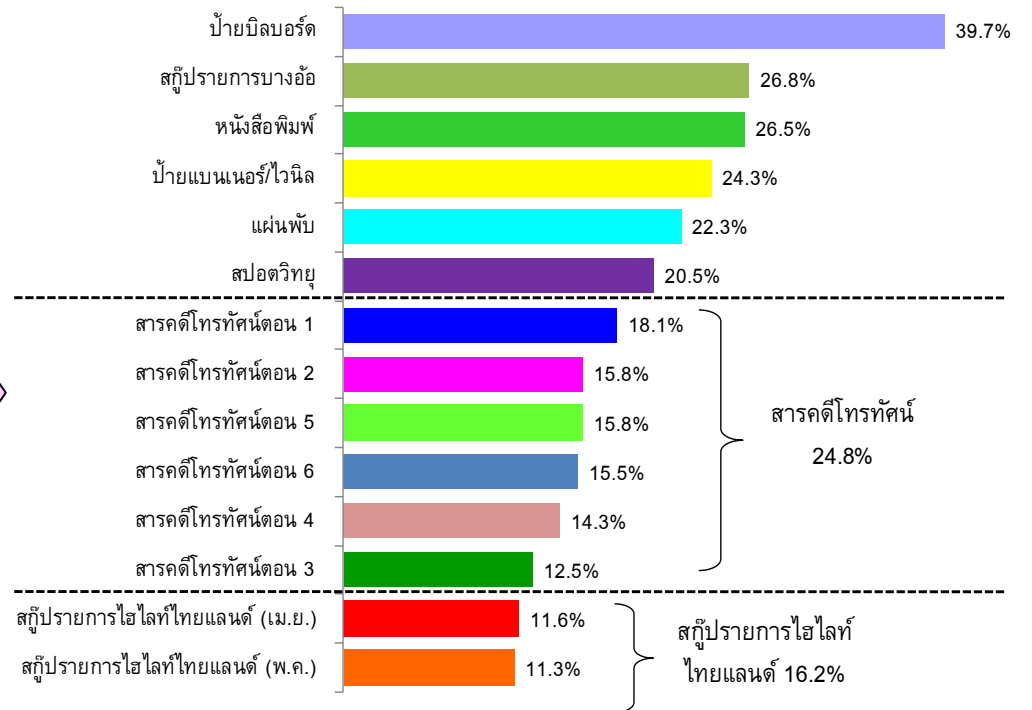
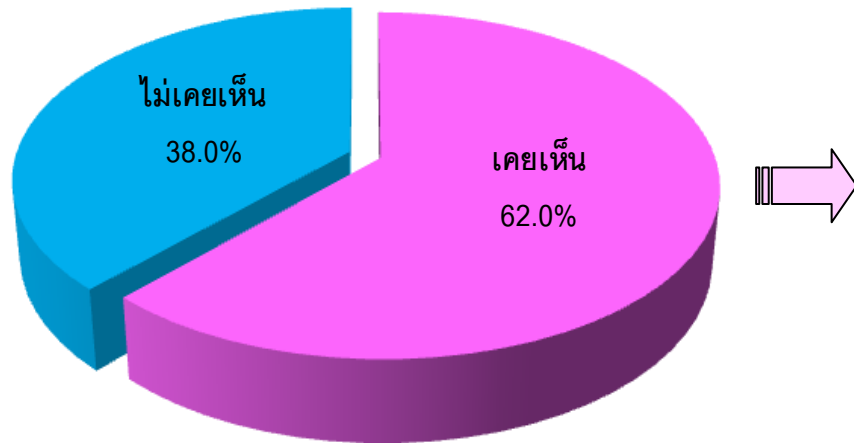
จากผลความรู้ความเข้าใจเรื่อง “มาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP” ดังกล่าว ผู้วิจัยมีข้อสังเกตว่า ผู้บริโภคประมาณร้อยละ 29.5 รับประทานเรื่องการรณรงค์โครงการ แต่มีเพียงร้อยละ 11.0 ที่ทราบอย่างถูกต้องว่าการรณรงค์ดังกล่าวเกี่ยวข้องกับสินค้าประเภทอาหาร อีกร้อยละ 18.5 เข้าใจว่าเป็นผลิตภัณฑ์อื่น และในจำนวนที่เข้าใจว่าเป็นผลิตภัณฑ์อื่นนั้นมีจำนวนเกินครึ่ง (ร้อยละ 13.5) ที่เข้าใจว่าเป็นยา และเครื่องสำอาง ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในความดูแลของ อย.เช่นกัน

เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่รณรงค์ กับการรับรู้เกี่ยวกับหน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการรณรงค์ พบว่า ผู้บริโภคทราบว่า สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) คือ หน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการรณรงค์ฯ มากกว่าการทราบเรื่องประเภทของผลิตภัณฑ์ที่รณรงค์เกือบเท่าตัว

สำหรับการรับรู้เกี่ยวกับข้อมูลที่ทำให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ที่วางจำหน่ายผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP ผู้บริโภคราว 3 ใน 10 (ร้อยละ 28.4) ระบุถูกต้องว่าข้อมูลที่ให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ที่วางจำหน่ายผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP นั้น ต้องดูที่เลขสารบบอาหาร 13 หลัก หรือเลข อย. อย่างไรก็ตามยังมีผู้บริโภคอีกเกือบ 3 ใน 10 (ร้อยละ 26.0) เข้าใจว่าการดูวันเดือนปีที่ผลิตสินค้า เป็นข้อมูลที่ให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ที่วางจำหน่ายผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP ความเข้าใจคลาดเคลื่อนดังกล่าว จึงเป็นประเด็นที่ทาง อย. ควรจะต้องรณรงค์เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ผู้บริโภคต่อไป

❖ ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อและเนื้อหาข้อความที่เผยแพร่ผ่านสื่อของโครงการรณรงค์

จากการสำรวจภาพสื่อที่ผลิตในโครงการทั้ง 8 สื่อ (14 ชิ้นงาน) ให้กับผู้บริโภคดู พบว่า มีผู้ที่เคยพบเห็นสื่อรณรงค์ของโครงการฯ ร้อยละ 62.0 ในขณะที่มีผู้ที่ไม่เคยเห็น ร้อยละ 38.0 และเมื่อพิจารณาให้ลึกลงไปในแต่ละสื่อ ผลปรากฏว่า 3 สื่อแรกที่ผู้บริโภคพบเห็นมากที่สุด ได้แก่ ป้ายบิลบอร์ดร้อยละ 39.7 สกู๊ปรายการบางอ้อ ร้อยละ 26.8 และหนังสือพิมพ์ร้อยละ 26.5 ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มสารคดีโทรทัศน์มีผู้พบเห็นร้อยละ 24.8 และสกู๊ปรายการไอไลท์ไทยแลนด์ร้อยละ 16.2 ดังกราฟ

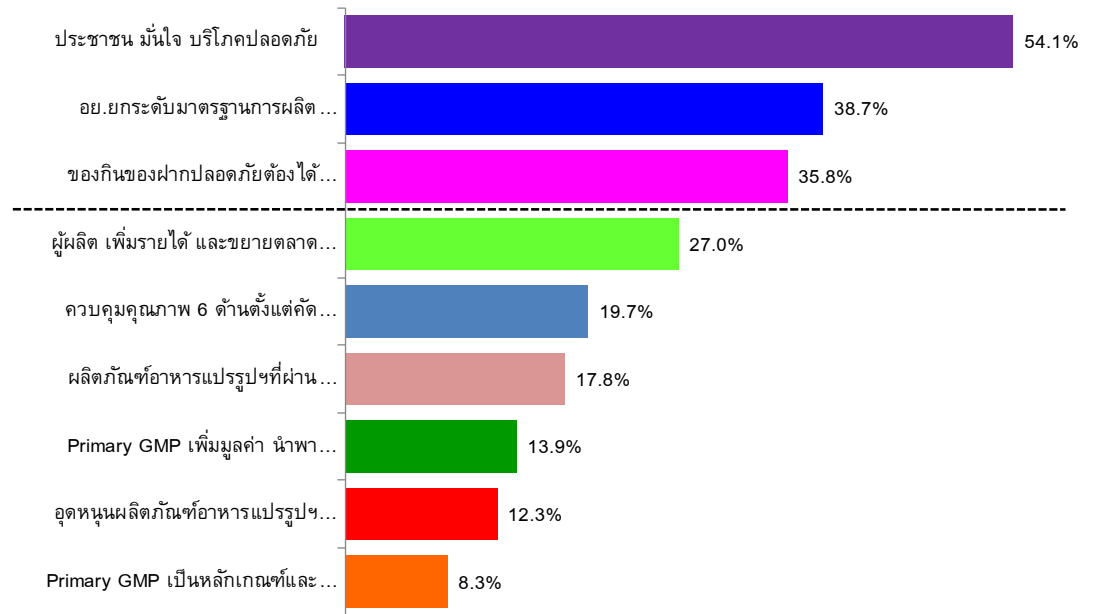
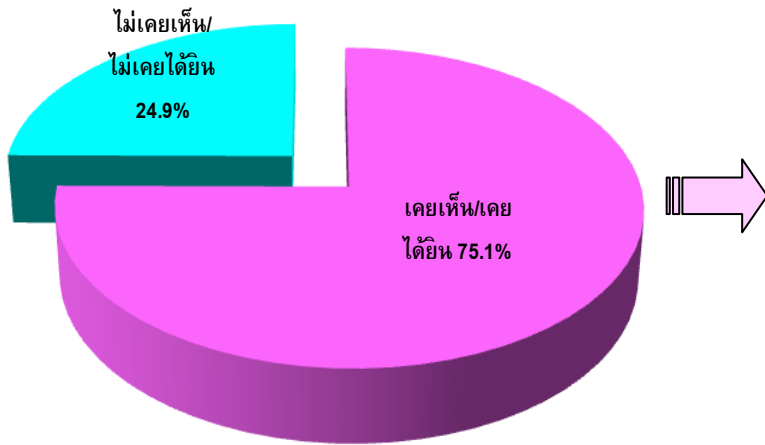


กลุ่มตัวอย่าง 1,200 คน

ข้อสังเกต/ข้อเสนอแนะของผู้วิจัย

จากผลการเปิดรับสื่อของโครงการรณรงค์ ดังกล่าว พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ราว 6 ใน 10 (ร้อยละ 62.0) เคยเห็นสื่อรณรงค์ของโครงการ โดยสื่อที่ถูกพบเห็นมากที่สุด คือ ยาบิลบอร์ดขนาดใหญ่ รองลงมาคือ สฎุปรายการบางอ้อ หนังสือพิมพ์ และสารคดีโทรทัศน์ ตามลำดับ ขณะที่สฎุปรายการไฮไลท์ไทยแลนด์ที่แม้จะเป็นสื่อโทรทัศน์แต่กลับมีผู้พบเห็นน้อยกว่าสื่อประเภทอื่นนั้นอาจเนื่องมาจากช่วงเวลาในการออกอากาศที่เป็นช่วงกลางวันของวันทำงาน ซึ่งผู้บริโภคไม่สะดวกในการเปิดรับ

สำหรับด้านการรับรู้ข้อความที่รณรงค์ทั้ง 9 ข้อความโดยอ่านให้ผู้บริโภคฟังที่ละข้อความ พบว่า มีผู้ที่เคยเห็น /เคยได้ยินข้อความที่รณรงค์ดังกล่าว ร้อยละ 75.1 ขณะที่ผู้ที่ไม่เคยเห็น/ไม่เคยได้ยินร้อยละ 24.9 และเมื่อมีการพิจารณาทีละข้อความที่รณรงค์ว่าเคยเห็น /เคยได้ยินหรือไม่ ผลปรากฏว่า 3 ข้อความแรกที่เคยได้ยินจากสื่อรณรงค์มากที่สุด ได้แก่ “ประชาชน มั่นใจ บริโภคปลอดภัย ” ร้อยละ 54.1 “อย.ยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารแปรรูปของชุมชนไทยให้สูงขึ้น ” ร้อยละ 38.7 และ “ของกินของฝากปลอดภัยต้องได้มาตรฐานการผลิตขั้นต้น ” ร้อยละ 35.8 ตามลำดับ ดังกราฟ ซึ่ง 2 ใน 3 ข้อความแรกที่เคยได้ยินมากที่สุดมีคำหรือวลีที่กล่าวถึงคือ “ความปลอดภัย” เป็นประเด็นที่ผู้บริโภครับรู้และจดจำได้มากที่สุด



กลุ่มตัวอย่าง 1,200 คน

ข้อสังเกต/ข้อเสนอแนะของผู้วิจัย

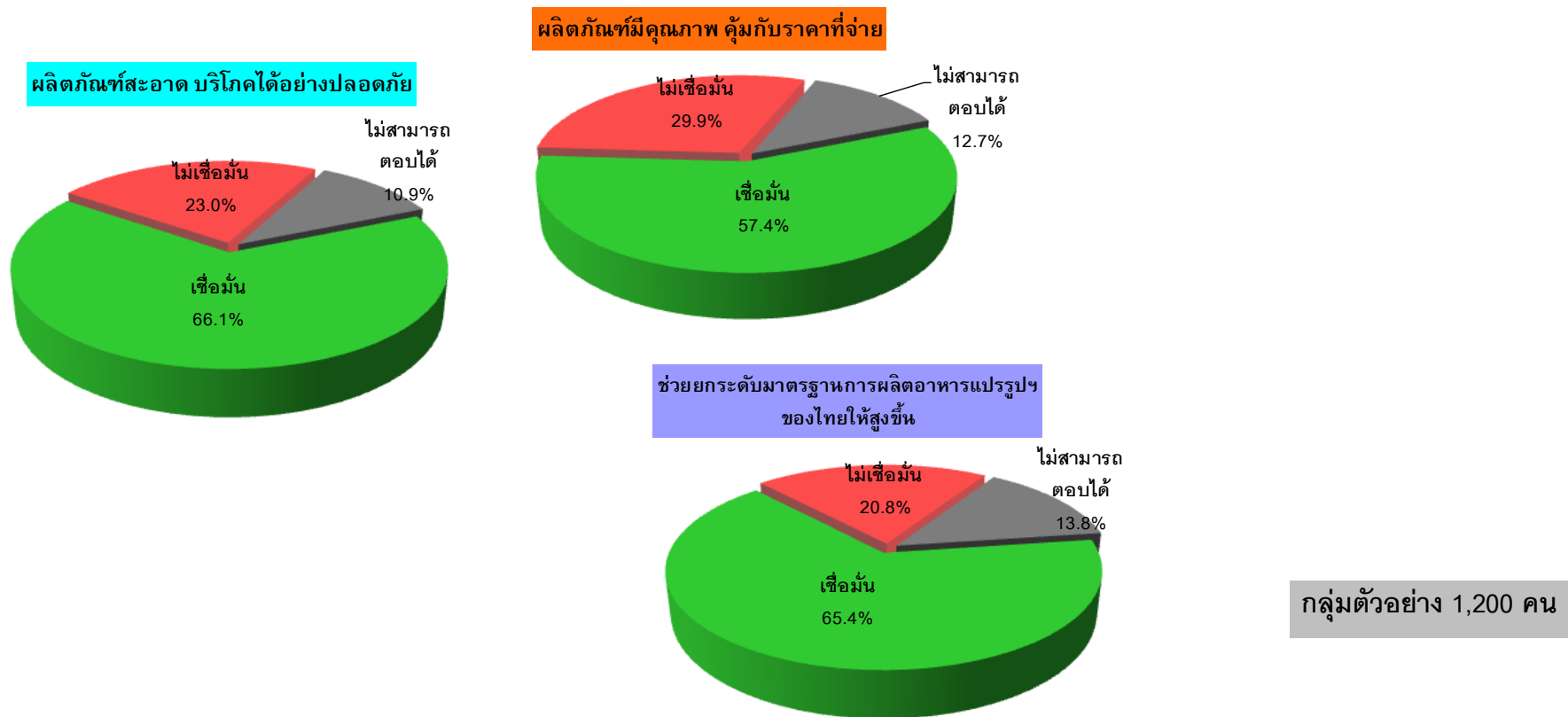
การรับรู้เนื้อหาข้อความ ที่รณรงค์ ผลวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ราว 3 ใน 4 (ร้อยละ 75.1) ระบุว่าเคยเห็น เคยได้ยิน หรือรับรู้ถึงข้อความที่เป็นเนื้อหาในการณรงค์ โดยข้อความที่ถูกรับรู้มากที่สุดคือ “ประชาชน มั่นใจ บริโภคปลอดภัย” รองลงมาคือ “อย.ยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารแปรรูปฯ ของชุมชนไทยให้สูงขึ้น” และ “ของกินของฝากปลอดภัยต้องได้มาตรฐานการผลิตขั้นต้น” แสดงให้เห็นว่าประเด็นเรื่อง “ความปลอดภัย” ซึ่งปรากฏอยู่ในคำตอบของผู้บริโภคถึง 2 ข้อจาก 3 ข้อแรก เป็นประเด็นเนื้อหาที่ผู้บริโภครับรู้และจดจำได้มากที่สุด ซึ่งอาจสะท้อนได้ว่าเรื่องความปลอดภัยในการบริโภคเป็นประเด็นที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดด้วยเช่นกัน จึงน่าที่ อย. จะใช้ประเด็นเนื้อหาเรื่องความปลอดภัยเป็นแนวทางในการกำหนดประเด็นเนื้อหาเพื่อใช้โน้มน้าวสร้างความสนใจแก่ประชาชนผู้บริโภคสำหรับโครงการที่จะรณรงค์ในอนาคตได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ ควรมีการแยกประเภทของสื่อให้ชัดเจนระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบการ โดยในส่วนของผู้บริโภคควรเน้นเนื้อหาที่ว่า สินค้าที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ Primary GMP คือสินค้าที่มีความปลอดภัยสูง ซึ่งผู้บริโภคที่เลือกซื้อจะได้รับประทานอาหารที่ปลอดภัย สะอาด ได้มาตรฐานการผลิตขั้นต้น โดยข้อความที่ประชาสัมพันธ์ต้องเข้าใจง่าย และสื่อประชาสัมพันธ์ควรเผยแพร่หรือติดตั้งในจุดที่ผู้บริโภคพบเห็นได้ง่าย เช่น ที่ตลาดนัด ห้างสรรพสินค้า งาน OTOP เป็นต้น ส่วนผู้ประกอบการควรเน้นว่า หากผู้ประกอบการปรับปรุงสถานที่ผลิตให้ได้มาตรฐาน Primary GMP แล้ว จะมีประโยชน์และส่งเสริมต่อธุรกิจอย่างไร โดยจุดติดตั้งที่เหมาะสมเช่น งาน OTOP และสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจ

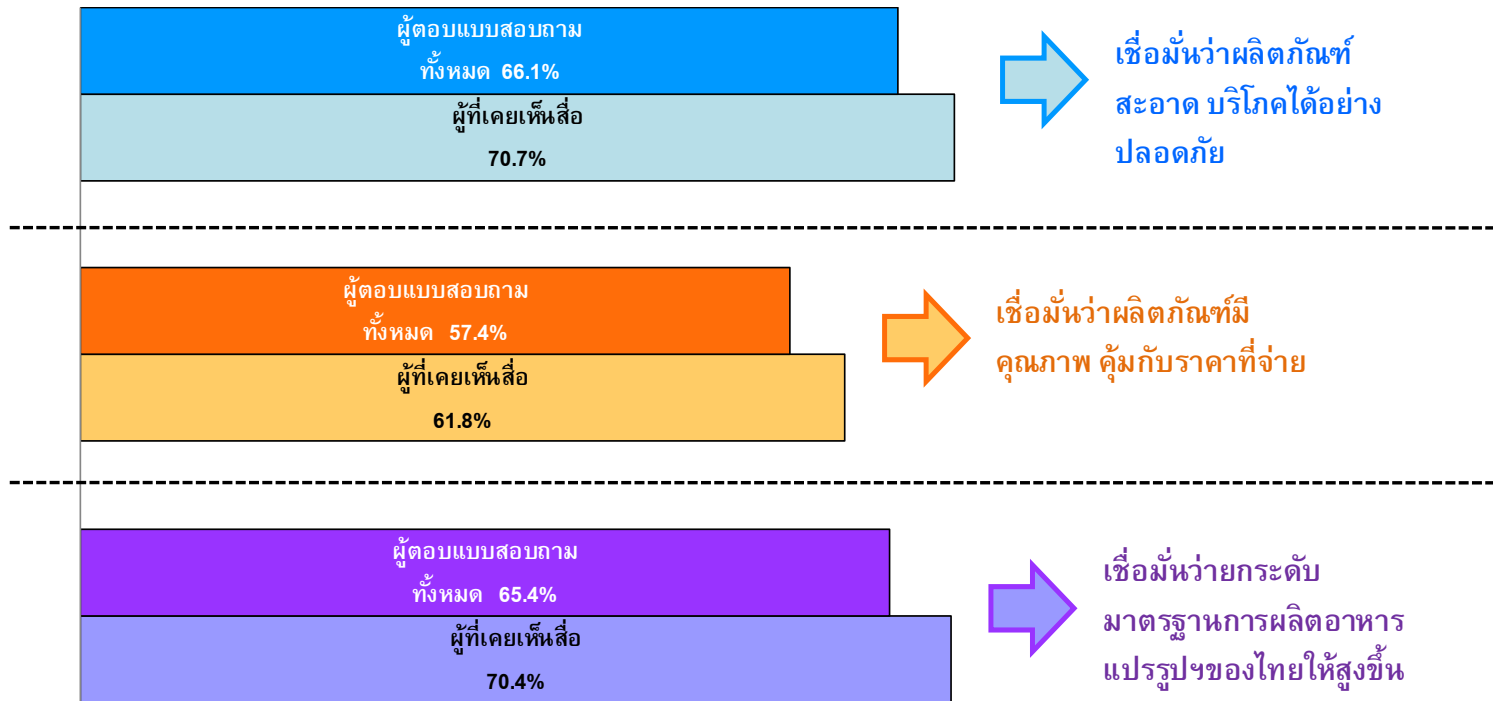
นอกจากนี้ หากเปรียบเทียบการรับรู้เนื้อหาข้อความที่รณรงค์กับ จำนวนการเปิดรับสื่อรณรงค์จะพบว่า ผู้บริโภคที่ระบุว่ารับรู้ข้อความที่รณรงค์มีจำนวนมากกว่าการเปิดรับสื่อรณรงค์ ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าข้อความที่รณรงค์บางข้อความ เป็นข้อความที่เคย ถูกใช้ในการรณรงค์มาแล้วก่อนหน้า หรือเป็นข้อความที่ผู้บริโภครู้สึกคุ้นเคย เช่น “ประชาชน มั่นใจ บริโภคปลอดภัย” และ “ของกินของฝากปลอดภัยต้องได้มาตรฐานการผลิตขั้นต้น” เป็นต้น

❖ ตอนที่ 3 ความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น

หลังจากที่ผู้บริโภคได้อ่านข้อความที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ Primary GMP แล้ว พบว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ในแต่ละประเด็นมากกว่าร้อยละ 50 เมื่อคิดจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด (1,200 คน) กล่าวคือ มีความเชื่อมั่นว่าผลิตภัณฑ์สะอาด บริโภคได้อย่างปลอดภัยร้อยละ 66.1 เชื่อมั่นว่าช่วยยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารแปรรูป ของไทยให้สูงขึ้นร้อยละ 65.4 และเชื่อมั่นว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ คู่กับราคาที่จ่ายร้อยละ 57.4 ตามลำดับ ดังกราฟ



ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบเทียบค ความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ Primary GMP ด้านต่างๆ ของผู้บริโภครที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด กับผู้ที่เคยเห็นสื่อรณรงค์ของโครงการฯ พบว่า ผู้บริโภครที่เคยเห็นสื่อรณรงค์ฯ มีความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นมากกว่าผู้บริโภครทั่วไปทั้ง 3 ด้าน ดังกราฟ

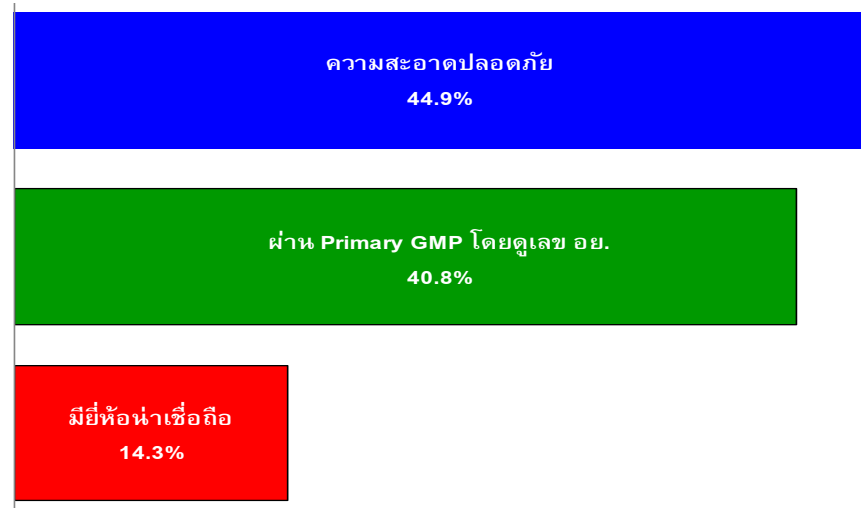


ข้อสังเกต/ข้อเสนอแนะของผู้วิจัย

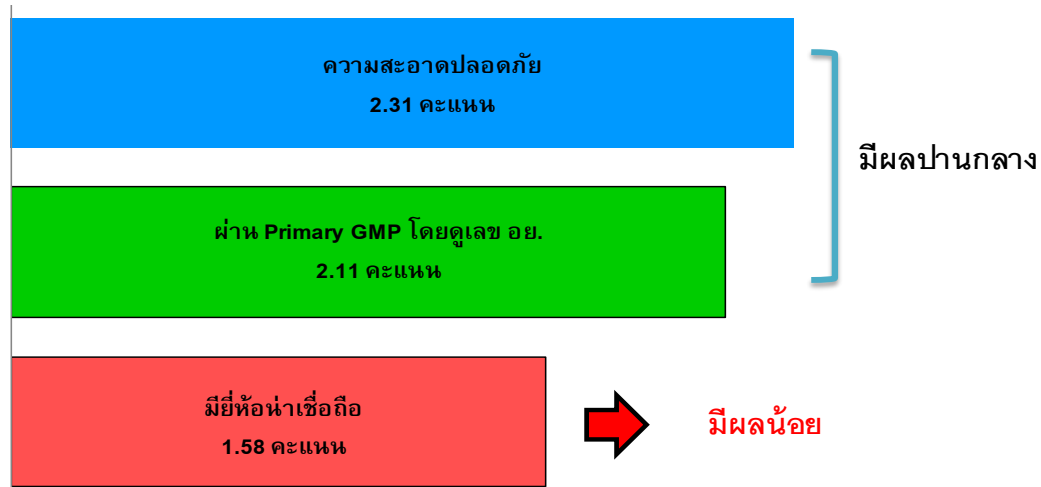
จากผลวิจัย ที่พบว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นด้วยจำนวนเปอร์เซ็นต์เกินครึ่งในทั้ง 3 ประเด็นที่ประเมิน โดยผู้บริโภคเชื่อมั่นในเรื่องความสะอาดและบริโภคได้อย่างปลอดภัย มากที่สุด (เชื่อมั่นร้อยละ 66.1) พอๆกับความเชื่อมั่นในเรื่องการยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารแปรรูปฯของไทยให้สูงขึ้น (เชื่อมั่นร้อยละ 65.4) ส่วนความเชื่อมั่นเรื่องผลิตภัณฑ์มีคุณภาพคุ้มกับราคาที่จ่ายตามมาเป็นลำดับสุดท้าย (เชื่อมั่นร้อยละ 57.4) ถึงแม้ว่าความเชื่อมั่นลำดับสุดท้ายจะมีเปอร์เซ็นต์ความเชื่อมั่นจากผู้บริโภคเกินครึ่งหนึ่งแต่ก็นับว่ายังมีช่องว่างที่ควรได้รับการยกระดับความเชื่อมั่นให้สูงขึ้น เพราะความเชื่อมั่นในเรื่องการมีคุณภาพคุ้มกับราคาที่จ่ายจะส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นของผู้บริโภค ดังนั้น หาก อย.มีเป้าหมายที่จะส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภคอันจะเป็นการช่วยยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารแปรรูปฯของไทยให้สูงขึ้น และยังเป็น การส่งเสริมให้ผู้บริโภคได้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯที่สะอาดปลอดภัยตามมา ในที่สุด ก็น่าจะต้องให้ความสำคัญกับการรณรงค์เพื่อสื่อสารสร้างความเข้าใจและโน้มน้าวให้ผู้บริโภคได้ตระหนักรู้อย่างชัดเจนว่าผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นมีคุณภาพที่ดีคุ้มกับราคาที่บริโภคจะต้องจ่ายอย่างไร ซึ่งหากพิจารณาจากเนื้อหาของสื่อรณรงค์ของโครงการที่เผยแพร่ออกไปก็จะพบว่ายังไม่ได้นั้นเนื้อหาในเรื่องที่ว่า “ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นมีคุณภาพที่ดีคุ้มกับราคาที่ผู้บริโภคต้องจ่าย ” ให้ชัดเจนเท่าไรนัก ซึ่งอาจเนื่องมาจากไม่ได้เป็นประเด็นหลักในการรณรงค์ของโครงการในปีนี้

❖ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ

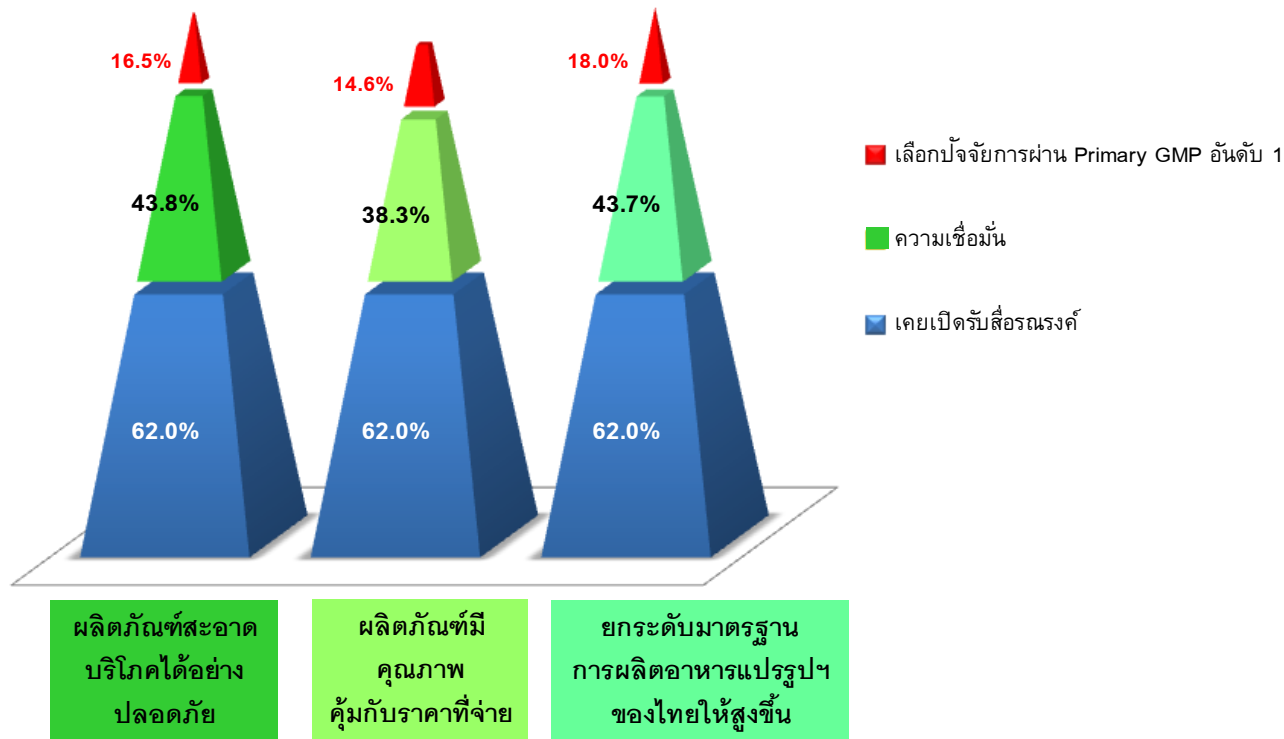
สำหรับ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายที่เป็นของกินของฝากในครั้งต่อไป พบว่า ปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดโดยเลือกเป็นอันดับ 1 คือ ปัจจัยด้านความสะอาดปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 44.9 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP โดยดูฉลากให้มีเลขสารบบอาหาร 13 หลัก (เลข อย.) ร้อยละ 40.8 และปัจจัยด้านการมีข้อมูลที่เชื่อถือได้ ร้อยละ 14.3 ดังกราฟ



หากพิจารณา ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ๕ ครั้งต่อไป จากค่าเฉลี่ยรวม พบว่า ปัจจัยด้านความสะอาด ปลอดภัยและปัจจัยด้านการผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP โดยดูฉลากให้มีเลขสารบบอาหาร 13 หลัก (เลข อย.) มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ในระดับปานกลาง ในขณะที่ปัจจัยการมียี่ห้อน่าเชื่อถือมีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ในระดับน้อย ดังกราฟ



เมื่อวิเคราะห์เฉพาะกลุ่มที่พบเห็นสื่อรณรงค์ของโครงการฯ จำนวน 744 คน (ร้อยละ 62) โดยพิจารณาเปรียบเทียบ ระหว่างความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นในแต่ละด้าน กับการเลือกปัจจัยการผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP เป็นอันดับ 1 พบว่า ผู้ที่มีความเชื่อมั่นว่าเป็นผลิตภัณฑ์สะอาด บริโภคได้อย่างปลอดภัยร้อยละ 43.8 มีการเลือกปัจจัยการผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP เป็นอันดับ 1 อยู่ที่ร้อยละ 16.5 ส่วนผู้ที่มีความเชื่อมั่นว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ คุ่ม กับราคาที่จ่ายร้อยละ 38.3 มีการเลือกปัจจัยการผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP เป็นอันดับ 1 อยู่ที่ร้อยละ 14.6 และผู้ที่มีความเชื่อมั่นว่าโครงการรณรงค์ฯ มีส่วนช่วยยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารแปรรูปฯ ของไทยให้สูงขึ้นร้อยละ 43.7 มีการเลือกปัจจัยการผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP เป็นอันดับ 1 อยู่ที่ร้อยละ 18.0 ดังกราฟ



ความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น

ข้อสังเกต/ข้อเสนอแนะของผู้วิจัย

จากปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ครั้งต่อไป ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องความปลอดภัยเป็นอันดับแรก โดยผู้บริโภคร้อยละ 44.9 ยกให้ปัจจัยดังกล่าวมีความสำคัญเป็นอันดับ 1 ขณะที่เรื่องของการผ่านมาตรฐานการผลิต ขั้นต้น หรือ Primary GMP มีผู้บริโภคยกให้เป็นปัจจัยอันดับ 1 ร้อยละ 40.8 สะท้อนได้ว่าผู้บริโภคส่วนหนึ่งยังไม่ตระหนักว่าการผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ Primary GMP หมายถึงการผ่านเกณฑ์เรื่องความปลอดภัยแล้ว ประเด็นนี้นับเป็นอีกจุดหนึ่งในการรณรงค์ครั้งต่อไปควรจะต้องเน้นสื่อสารบอกกล่าว ให้ชัดเจนในเนื้อหาสื่อที่ประชาสัมพันธ์ออกไป

อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาเฉพาะผู้ที่เลือกการผ่านเกณฑ์มาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ Primary GMP เป็นปัจจัยอันดับ 1 ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ครั้งต่อไป จะพบว่าเป็นผู้บริโภคกลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการเป็นอย่างดี กล่าวคือ เป็นกลุ่มที่รู้ว่าการรณรงค์ดังกล่าวเป็นเรื่องของผลิตภัณฑ์อาหาร รู้ว่ารับผิดชอบโดย ออย. และรู้ว่าจะต้องดูที่เลขสารบบอาหาร 13 หลักหรือเลข ออย. จึงจะมั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ดังกล่าวผ่านเกณฑ์มาตรฐานการผลิตขั้นต้น แสดงให้เห็นว่าการรับรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับโครงการมีผลโดยตรงต่อความเชื่อมั่นและแนวโน้มของพฤติกรรมการซื้อ อาหารแปรรูปฯ ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานการผลิตขั้นต้น ที่จะตามมาในอนาคต ดังนั้น อาจสรุปได้ว่า หาก ออย. หวังผลในการสร้างความเชื่อมั่นและกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการซื้อที่เพิ่มขึ้นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นก็จำเป็นต้องใช้วิธีการประชาสัมพันธ์รณรงค์เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องเป็นพื้นฐานที่สำคัญ โดยเลือกประเด็นเนื้อหาในการนำเสนอที่ส่งผลโดยตรงต่อความเชื่อมั่นและมีส่วนผลักดันให้เกิดพฤติกรรมการซื้อที่สอดคล้องต่อเป้าหมายของโครงการ

นอกจากนี้ ในการกระตุ้นโน้มน้าวให้ผู้บริโภคหันมาสนับสนุนผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น ออย. ควรมีการจัดทำสัญลักษณ์หรือข้อความที่เป็นรูปธรรมเพื่อบ่งบอกว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP แล้ว และมีความปลอดภัย ให้ผู้บริโภคสังเกตเห็นได้ชัดเจนบนบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ผู้บริโภคทราบว่าในขณะเลือกซื้อต้องพิจารณาจากอะไรแล้วประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครับรู้อย่างกว้างขวางต่อไป

ความเป็นมา

เนื่องจากกระทรวงสาธารณสุข มีนโยบายส่งเสริมให้คนไทยมีสุขภาพดี และ สนับสนุนผลิตภัณฑ์อาหารที่ผลิตโดยชุมชน เช่น ผลิตภัณฑ์อาหารหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ผลิตภัณฑ์อาหารที่ผลิตจาก กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและ วิสาหกิจชุมชน เป็นต้น ให้มีมาตรฐานและจำหน่ายได้ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการข้อตกลงอาเซียน รองรับการประชุมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และการเปิดเขตเสรีทางการค้าอาเซียน ในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งข้อตกลงดังกล่าวส่งผลให้ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่าย ซึ่งผลิตโดยชุมชนสามารถส่งออกไปจำหน่ายได้มากขึ้น แต่หากผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่าย ไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน จะไม่สามารถแข่งขันในด้านคุณภาพและราคาได้ กระทรวงสาธารณสุข โดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจึงได้เตรียมความพร้อมในการพัฒนามาตรฐาน การผลิต โดยจัดทำหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายตาม มาตรฐาน GMP ขั้นต้น (Primary GMP) สำหรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสถานที่ผลิตตลอดจนตรวจประเมินสถานที่ผลิตอาหาร เพื่อพัฒนายกระดับสถานที่ผลิตอาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่าย อันจะทำให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่าย ผลิตอาหารได้มาตรฐานและ ผู้บริโภคได้รับความปลอดภัยในการบริโภค

กระทรวงสาธารณสุข โดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เห็นควรดำเนินงานโครงการรณรงค์การยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายเข้าสู่มาตรฐาน GMP ขั้นต้น (Primary GMP) เพื่อรณรงค์ให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายได้ทราบนโยบายดังกล่าว ซึ่งเป็นกฎหมายใหม่และกระตุ้นให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายเตรียมความพร้อมและเข้าสู่ระบบมากขึ้น รวมทั้งเพื่อให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นและสนับสนุนหรืออุดหนุนผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายที่เป็นผลิตภัณฑ์ อาหารหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และผลิตภัณฑ์อาหารที่ผลิตจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน ซึ่งผลิตตามหลักเกณฑ์ GMP ขั้นต้น (Primary GMP)

ดังนั้นเพื่อให้โครงการดังกล่าว สามารถดำเนินงานต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทางกระทรวงสาธารณสุข โดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จึงได้จัดทำประเมินผลโครงการรณรงค์การยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายเข้าสู่มาตรฐาน GMP ขั้นต้น (Primary GMP) ขึ้น

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคที่เผยแพร่ในโครงการรณรงค์การยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายเข้าสู่มาตรฐาน GMP ขั้นต้น (Primary GMP)
2. เพื่อประเมินความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายที่ผ่านมาตรฐาน GMP ขั้นต้นว่าบริโภคได้อย่างปลอดภัย (ประเมินในกลุ่มที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ในโครงการฯ)

กลุ่มเป้าหมายของการวิจัย

ผู้บริโภค ชายและหญิง อายุ 15-65 ปี ทั่วประเทศ

กลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

1. จำนวนตัวอย่าง 1,200 คน ซึ่งหากพิจารณาตามสูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ W.G. Cochran ในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน (ทั้งนี้ ตัวเลขจำนวนประชากร 64,076,033 คน ที่นำมาใช้หาสัดส่วนการกระจายของกลุ่มตัวอย่าง ดังปรากฏในตารางที่ 1 เป็นตัวเลขประชากรประมาณการจากการจดทะเบียน พ.ศ.2554 กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย)

ซึ่งสูตรที่ใช้คำนวณ คือ

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

- เมื่อ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
 P คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม (โดยทั่วไปนิยมใช้สัดส่วน 30% หรือ 0.30)
 Z คือ ระดับความมั่นใจที่กำหนด หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ ในที่นี้กำหนดที่ Z ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 1.96 (ความเชื่อมั่น 95%) $\gg Z = 1.96$
 d คือ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (จะต้องสอดคล้องกับค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นนั้นๆ) ในที่นี้กำหนดที่ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

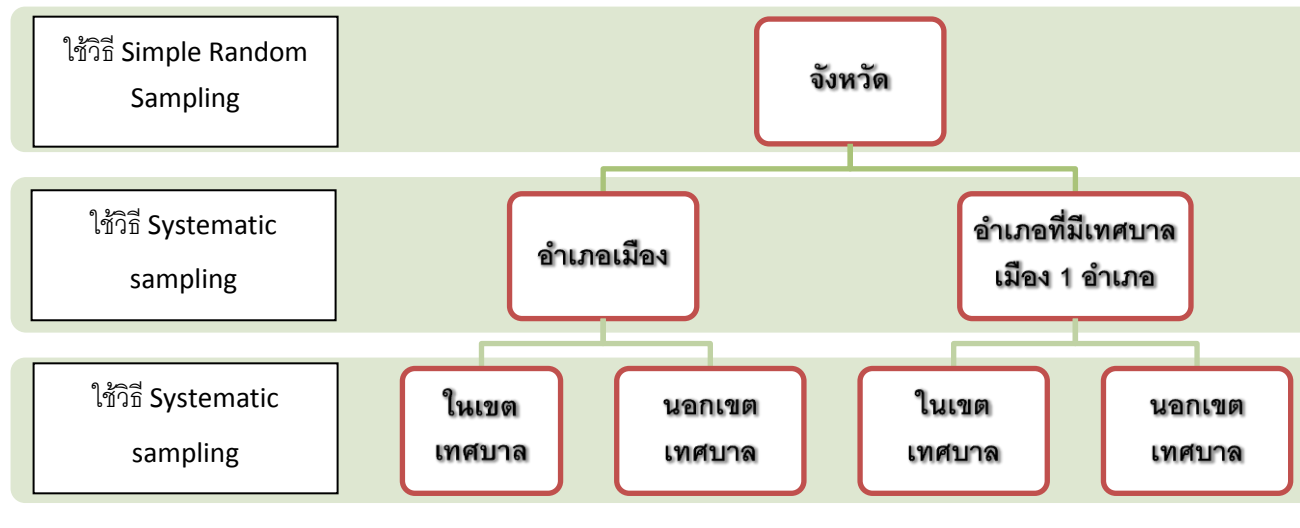
แทนค่า

$$n = \frac{0.3(1 - 0.3)(1.960)^2}{(0.05)^2}$$

$$n = 322.69$$

ดังนั้นขนาดตัวอย่างขั้นต่ำ คือ 323 คน โดยในการวิจัยครั้งนี้จะใช้ขนาดตัวอย่างจำนวน 1,200 คน

2. **พื้นที่การวิจัย** เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยที่มีกลุ่มเป้าหมายกระจายอยู่ทั่วประเทศ ดังนั้นจึงแบ่งพื้นที่วิจัยออกเป็นกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และ 5 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ตามกรมการปกครอง โดยถือหลักเกณฑ์ลักษณะทางกายภาพ ประเทศ ภูมิอากาศ พืชพรรณธรรมชาติ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมเป็นบรรทัดฐาน
3. **การสุ่มตัวอย่าง** ในการสำรวจครั้งนี้ จะใช้วิธีการ Multi-Stage Random Sampling โดยเลือกการสุ่มตามโอกาสความน่าจะเป็นที่เท่ากันในทุกชั้นตอน ดังนี้



โดยแต่ละพื้นที่วิจัยได้กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยอ้างอิงจากจำนวนประชากรในแต่ละภูมิภาค เพื่อนำจำนวนประชากรเหล่านั้นมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนประชากร ให้มีความสอดคล้องและใกล้เคียงกับจำนวนประชากรที่เป็นจริงมากที่สุด ตามตารางที่ 1

$$\text{การคิดคำนวณให้เป็นค่าร้อยละ คำนวณจาก} = \frac{\text{จำนวนประชากรพื้นที่สำรวจ}}{\text{จำนวนประชากรทั้งหมด}} \times 100$$

$$\text{การคิดสัดส่วนประชากรตามกลุ่มตัวอย่าง คำนวณจาก} = \frac{\text{ค่าร้อยละของพื้นที่สำรวจ}}{100} \times 1,200$$

ตารางที่ 1 : สัดส่วนประชากรตามกลุ่มตัวอย่าง แยกตามพื้นที่

พื้นที่	จำนวนประชากร (คน) พ.ศ. 2554	คิดเป็นร้อยละ	สัดส่วนประชากรตาม กลุ่มตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	5,674,843	8.86	106
ปริมณฑล*	4,701,910	7.34	88
ภาคเหนือ	11,783,311	18.39	221
ภาคกลาง	6,948,353	10.84	130
ภาคตะวันออก	4,409,878	6.88	83
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	21,585,883	33.69	404
ภาคใต้	8,971,855	14.00	168
รวม	64,076,033	100.00	1,200

ที่มา : ข้อมูลประชากรจากการจดทะเบียน จำแนกตามภาค และจังหวัด พ.ศ. 2554 กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย

* ปริมณฑล ประกอบด้วย 5 จังหวัด ได้แก่ นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ และสมุทรสาคร

จากนั้น นำสัดส่วนประชากรในแต่ละพื้นที่มาแบ่งสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างตามช่วงอายุเป็น 6 ช่วง ได้แก่ อายุ 15-20 ปี อายุ 21-30 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 41-50 ปี อายุ 51-60 ปี และอายุ 61-65 ปี และในแต่ละช่วงได้แยกตามเพศชายและเพศหญิง ดังรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 : สัดส่วนประชากรในแต่ละพื้นที่ แยกตามช่วงอายุและเพศ

พื้นที่	อายุ 15-20 ปี		อายุ 21-30 ปี		อายุ 31-40 ปี		อายุ 41-50 ปี		อายุ 51-60 ปี		อายุ 61-65 ปี		รวม
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	
กรุงเทพมหานคร	9	9	8	8	10	11	10	12	8	10	5	6	106
ปริมณฑล (นนทบุรี)	5	4	8	9	10	11	10	11	7	8	2	3	88
ภาคเหนือ (เชียงใหม่ นครสวรรค์)	20	19	19	18	20	20	21	22	19	21	10	12	221
ภาคกลาง (อยุธยา)	7	6	13	13	15	15	15	16	11	12	3	4	130
ภาคตะวันออก (ชลบุรี)	7	7	8	7	9	9	8	9	6	6	3	4	83
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ขอนแก่น อุตรธานี และนครราชสีมา)	39	36	35	34	42	40	41	42	29	30	17	19	404
ภาคใต้ (สงขลา นครศรีธรรมราช)	17	16	16	16	17	17	16	17	11	12	6	7	168
รวม	104	97	107	105	123	123	121	129	91	99	46	55	1,200

ที่มา : ข้อมูลประชากรจากการจดทะเบียน จำแนกตามกลุ่มอายุ และเพศ พ.ศ. 2554 กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย

หมายเหตุ ; การแบ่งสัดส่วนประชากรแยกตามพื้นที่ (ตารางที่ 1) และแยกตามช่วงอายุ (ตารางที่ 2) ยึดตามแนวทางวิจัยของ กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

และที่แต่ละภาคมีจำนวนจังหวัดของการเก็บข้อมูลไม่เท่ากัน เนื่องจากสัดส่วนของประชากรในแต่ละภาคมีจำนวนไม่เท่ากัน ตามตารางที่ 1 จึงได้มีการกำหนดจำนวนจังหวัดที่จะเก็บข้อมูลแตกต่างกันตามตารางที่ 2 ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจำนวนประชากรของภาคนั้นๆ เป็นหลัก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการประเมินผลโครงการรณรงค์การยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายเข้าสู่มาตรฐาน GMP ขั้นต้น (Primary GMP) ในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามที่มีโครงสร้างที่แน่นอนในการวัด ประกอบด้วยข้อคำถาม แบบเลือกตอบและคำถามปลายเปิด ความยาวไม่เกิน 3 หน้า A4

หัวข้อคำถามในแบบสอบถาม หัวข้อคำถามในแบบสอบถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อคำถามประเมินความรู้ความเข้าใจเรื่อง “มาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP” ของผู้บริโภค

ตอนที่ 2 ข้อคำถามประเมินการเปิดรับสื่อและเนื้อหาข้อความที่เผยแพร่ผ่านสื่อของโครงการรณรงค์การยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายเข้าสู่มาตรฐาน GMP ขั้นต้น (Primary GMP)

ตอนที่ 3 ข้อคำถามประเมินความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายที่ผ่านมาตรฐาน GMP ขั้นต้น และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ

ตอนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โดยแบบสอบถามที่ใช้เก็บข้อมูลได้ผ่านการพิจารณาอนุมัติจาก อย. จากนั้นจึงนำแบบสอบถามดังกล่าวไป ทดสอบ (pre-test) จำนวน 30 ชุด เพื่อหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขก่อนดำเนินการเก็บข้อมูล

หมายเหตุ “มาตรฐาน GMP ขั้นต้น (Primary GMP)” ในแบบสอบถามจะใช้แทนด้วยข้อความว่า “มาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ Primary GMP”

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ศูนย์วิจัยฯ ได้จัดทีมนักวิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลพร้อมทีมงานผู้ช่วยวิจัยที่ผ่านอบรมทำความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยและรายละเอียดในแบบสอบถาม โดยการเก็บข้อมูลภาคสนามใช้การสัมภาษณ์แบบพบตัว (Face-to-face Interview) จากนั้นจึงดำเนินการรวบรวมข้อมูลให้แล้วเสร็จตาม ระยะเวลาที่กำหนด

การประมวลผล

แบบสอบถามที่เก็บข้อมูลแล้วทุกชุด ได้ผ่านการตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้และความสอดคล้องของเนื้อหาก่อนทำการลงรหัส (Coding) หลังจากลงรหัสเรียบร้อยแล้ว จึงใช้โปรแกรม SPSS for Window สำหรับการประมวลผลข้อมูล

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโครงการ ประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคที่เผยแพร่ในโครงการรณรงค์การยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายเข้าสู่มาตรฐาน GMP ขั้นต้น (Primary GMP) ในครั้งนี้ ใช้ทำการรายงานข้อมูลเบื้องต้นด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้สรุปลักษณะที่สำคัญของกลุ่มข้อมูล โดยเป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างหรือประชากร โดยแสดงผลในแต่ละคำถามในรูปแบบของค่าความถี่ และค่าร้อยละ

- ค่าความถี่ (Frequency) แสดงจำนวนผู้ตอบแต่ละคำตอบของคำถามรายข้อ
- ค่าร้อยละ (Percentage) แสดงสัดส่วนคำตอบของคำถามแต่ละข้อ
- ตารางแจกแจงข้อมูล (Cross-tabulation Table) เป็นความสัมพันธ์เชิงไขว้แสดงผลจำแนกตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์กับตัวแปรที่น่าสนใจ

การประเมินผลโครงการรณรงค์การยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายเข้าสู่มาตรฐาน GMP ขั้นต้น (Primary GMP) ได้ทำการสำรวจทั่วประเทศ โดยแบ่งพื้นที่การสำรวจออกเป็นกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล (นนทบุรี) และ 5 ภูมิภาค โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,200 คน และแบ่งลักษณะเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน คือ

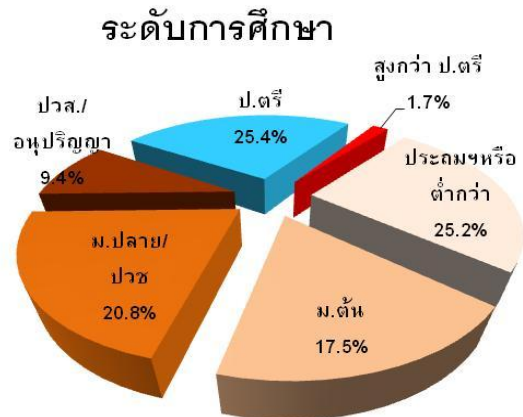
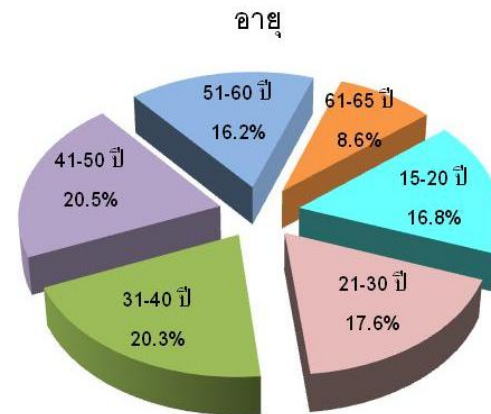
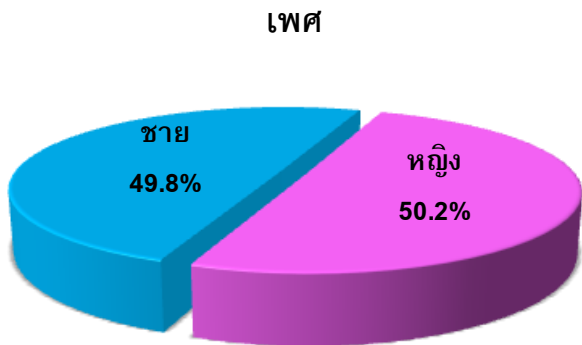
- >> ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม
- >> ความรู้ความเข้าใจเรื่อง “มาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ Primary GMP”
- >> การเปิดรับสื่อรณรงค์ของโครงการ
- >> ความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ

จากลักษณะเนื้อหาในส่วนต่างๆข้างต้น สามารถแสดงผลการประเมินแยกออกเป็นประเด็นต่างๆ ได้ ดังต่อไปนี้

หมายเหตุ “มาตรฐาน GMP ขั้นต้น (Primary GMP)” ในแบบสอบถามจะใช้แทนด้วยข้อความว่า “มาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ Primary GMP”

ข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

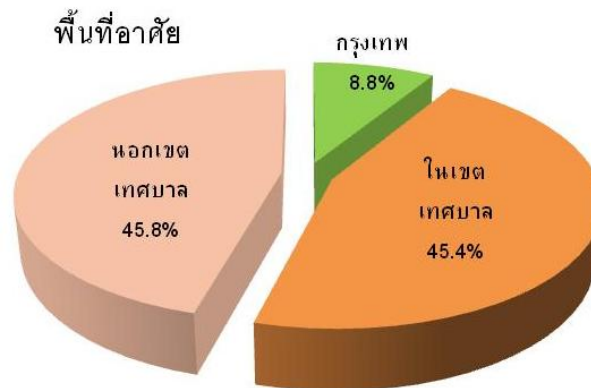
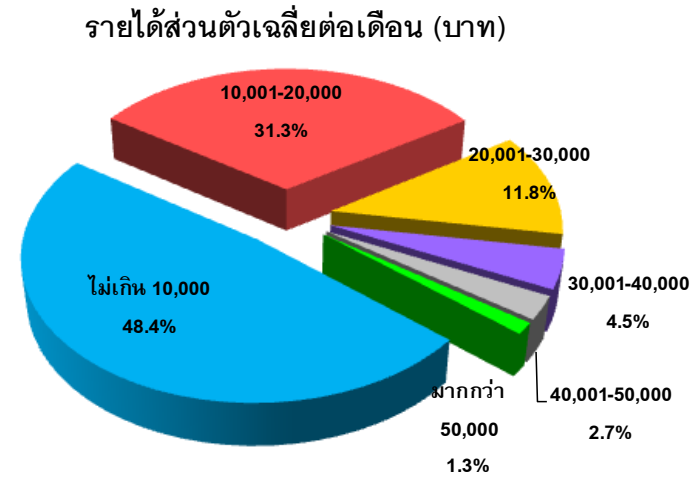
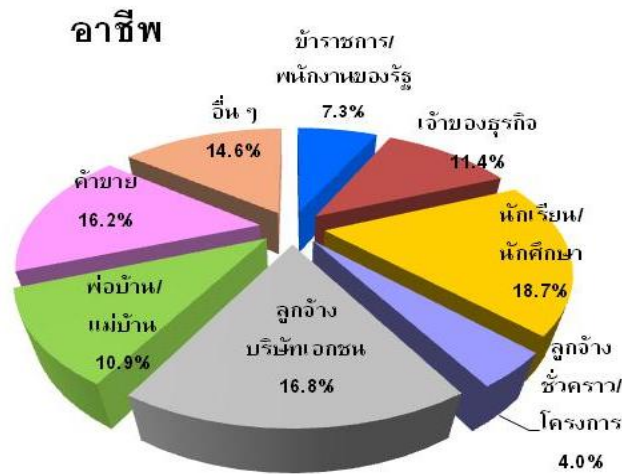
กลุ่มตัวอย่าง 1,200 คน แยกเป็นเพศชายและหญิงจำนวนใกล้เคียงกัน ช่วงอายุอยู่ระหว่าง 15-65 ปี โดยมีการแบ่งสัดส่วนของช่วงอายุการสำรวจให้ใกล้เคียงกับสัดส่วนข้อมูลประชากรจากการจดทะเบียน จำแนกตามกลุ่มอายุและเพศ พ.ศ. 2554 ของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย และระดับการศึกษา ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 25.4 และระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่าร้อยละ 25.2 ดังกราฟและตารางแจกแจง ดังนี้



ตารางที่ 1 : ข้อมูลส่วนตัวเรื่องเพศ อายุ ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

		ภูมิภาค														รวม	
		กรุงเทพมหานคร		ปริมณฑล		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้		จำนวน	ร้อยละ(%)
		จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)		
เพศ	ชาย	50	4.2%	42	3.5%	110	9.2%	67	5.6%	42	3.5%	201	16.8%	85	7.1%	597	49.8%
	หญิง	56	4.7%	46	3.8%	117	9.8%	63	5.3%	42	3.5%	194	16.2%	85	7.1%	603	50.2%
รวม		106	8.8%	88	7.3%	227	18.9%	130	10.8%	84	7.0%	395	32.9%	170	14.2%	1200	100.0%
อายุ	15-20 ปี	18	1.5%	9	.8%	36	3.0%	13	1.1%	16	1.3%	78	6.5%	32	2.7%	202	16.8%
	21-30 ปี	16	1.3%	17	1.4%	43	3.6%	23	1.9%	16	1.3%	64	5.3%	32	2.7%	211	17.6%
	31-40 ปี	21	1.8%	21	1.8%	39	3.3%	32	2.7%	16	1.3%	83	6.9%	32	2.7%	244	20.3%
	41-50 ปี	22	1.8%	21	1.8%	46	3.8%	33	2.8%	16	1.3%	76	6.3%	32	2.7%	246	20.5%
	51-60 ปี	18	1.5%	15	1.3%	41	3.4%	22	1.8%	12	1.0%	60	5.0%	26	2.2%	194	16.2%
	61-65 ปี	11	.9%	5	.4%	22	1.8%	7	.6%	8	.7%	34	2.8%	16	1.3%	103	8.6%
รวม		106	8.8%	88	7.3%	227	18.9%	130	10.8%	84	7.0%	395	32.9%	170	14.2%	1200	100.0%
ระดับการศึกษาสูงสุด	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	33	2.8%	18	1.5%	53	4.4%	35	2.9%	33	2.8%	95	7.9%	35	2.9%	302	25.2%
	มัธยมศึกษาตอนต้น	12	1.0%	17	1.4%	57	4.8%	17	1.4%	21	1.8%	66	5.5%	20	1.7%	210	17.5%
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	20	1.7%	21	1.8%	37	3.1%	32	2.7%	15	1.3%	83	6.9%	42	3.5%	250	20.8%
	ปวส./อนุปริญญา	8	.7%	13	1.1%	22	1.8%	7	.6%	6	.5%	40	3.3%	17	1.4%	113	9.4%
	ปริญญาตรี	30	2.5%	18	1.5%	57	4.8%	33	2.8%	8	.7%	105	8.8%	54	4.5%	305	25.4%
	สูงกว่าปริญญาตรี	3	.3%	1	.1%	1	.1%	6	.5%	1	.1%	6	.5%	2	.2%	20	1.7%
รวม		106	8.8%	88	7.3%	227	18.9%	130	10.8%	84	7.0%	395	32.9%	170	14.2%	1200	100.0%

ข้อมูลประชากรศาสตร์ทางด้านอาชีพของ กลุ่มตัวอย่าง พบว่า คนทำงานทั้งที่เป็นข้าราชการ พนักงานของรัฐและลูกจ้างบริษัทเอกชนรวมกันมีถึง ร้อยละ 24.1 นักเรียน/นักศึกษาร้อยละ 18.7 และค้าขายร้อยละ 16.2 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ไม่เกิน 10,000 บาทร้อยละ 48.4 10,001 – 20,000 บาทร้อยละ 31.3 และ 20,001 – 30,000 บาทร้อยละ 11.8 ตามลำดับ และเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ ร้อยละ 8.8 และต่างจังหวัดร้อยละ 91.2 โดยแบ่งเป็นในเขตเทศบาลร้อยละ 45.4 และนอกเขตเทศบาลร้อยละ 45.8 ดังกราฟและตารางแจกแจง ดังนี้

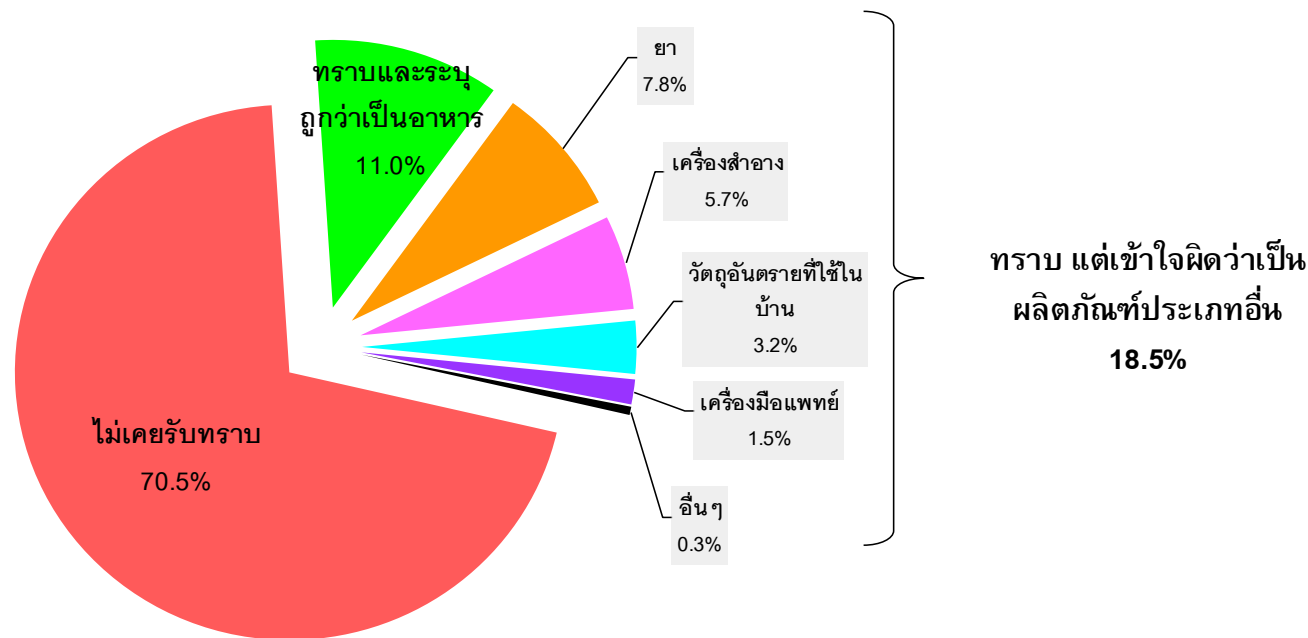


ตารางที่ 2 : ข้อมูลส่วนตัวเรื่องอาชีพ รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

		ภูมิภาค														รวม	
		กรุงเทพมหานคร		ปริมณฑล		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้		จำนวน	ร้อยละ(%)
		จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)		
อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	16	1.3%	6	.5%	3	.3%	12	1.0%	4	.3%	38	3.2%	9	.8%	88	7.3%
	เจ้าของธุรกิจ	7	.6%	13	1.1%	33	2.8%	16	1.3%	11	.9%	36	3.0%	21	1.8%	137	11.4%
	รัฐวิสาหกิจ			5	.4%	7	.6%			1	.1%	7	.6%	2	.2%	22	1.8%
	ลูกจ้างบริษัทเอกชน	23	1.9%	15	1.3%	25	2.1%	35	2.9%	14	1.2%	60	5.0%	30	2.5%	202	16.8%
	ลูกจ้างชั่วคราว/ลูกจ้างโครงการ	2	.2%	3	.3%	14	1.2%	4	.3%	4	.3%	16	1.3%	5	.4%	48	4.0%
	นักเรียนนักศึกษา	20	1.7%	11	.9%	52	4.3%	15	1.3%	9	.8%	78	6.5%	39	3.3%	224	18.7%
	พ่อบ้านแม่บ้าน	13	1.1%	10	.8%	20	1.7%	12	1.0%	14	1.2%	48	4.0%	14	1.2%	131	10.9%
	ค้าขาย	14	1.2%	17	1.4%	44	3.7%	23	1.9%	12	1.0%	57	4.8%	27	2.3%	194	16.2%
	ว่างงาน	3	.3%	1	.1%			4	.3%	1	.1%	1	.1%	1	.1%	11	.9%
	รับจ้างทั่วไป	8	.7%	7	.6%	22	1.8%	5	.4%	14	1.2%	39	3.3%	18	1.5%	113	9.4%
	เกษตรกร					7	.6%	4	.3%			15	1.3%	4	.3%	30	2.5%
รวม		106	8.8%	88	7.3%	227	18.9%	130	10.8%	84	7.0%	395	32.9%	170	14.2%	1200	100.0%
รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน	ไม่เกิน 10,000 บาท	36	3.0%	37	3.1%	135	11.3%	48	4.0%	44	3.7%	204	17.0%	77	6.4%	581	48.4%
	10,001-20,000 บาท	49	4.1%	29	2.4%	51	4.3%	49	4.1%	27	2.3%	116	9.7%	55	4.6%	376	31.3%
	20,001-30,000 บาท	15	1.3%	12	1.0%	23	1.9%	19	1.6%	5	.4%	49	4.1%	19	1.6%	142	11.8%
	30,001-40,000 บาท	3	.3%	6	.5%	10	.8%	5	.4%	4	.3%	15	1.3%	11	.9%	54	4.5%
	40,001-50,000 บาท	1	.1%	3	.3%	6	.5%	6	.5%	4	.3%	6	.5%	6	.5%	32	2.7%
	มากกว่า 50,000 บาท	2	.2%	1	.1%	2	.2%	3	.3%			5	.4%	2	.2%	15	1.3%
รวม		106	8.8%	88	7.3%	227	18.9%	130	10.8%	84	7.0%	395	32.9%	170	14.2%	1200	100.0%

ตอนที่ 1 ความรู้ความเข้าใจเรื่อง “มาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ Primary GMP”

การรับทราบเรื่องการรณรงค์และประเภทของผลิตภัณฑ์ที่รณรงค์ พบว่า มีผู้รับทราบเรื่องการรณรงค์โครงการ “มาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP” ร้อยละ 29.5 ในขณะที่ไม่เคยรับทราบเรื่องการรณรงค์โครงการดังกล่าวร้อยละ 70.5 ซึ่งในกลุ่มที่รับทราบเรื่องการรณรงค์โครงการนั้นมีเพียงร้อยละ 11.0 ที่รับทราบถูกต้องและระบุถูกต้องว่าเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร อีกร้อยละ 18.5 เข้าใจผิดว่าเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น ดังรายละเอียดในกราฟและตารางแจกแจง ดังนี้

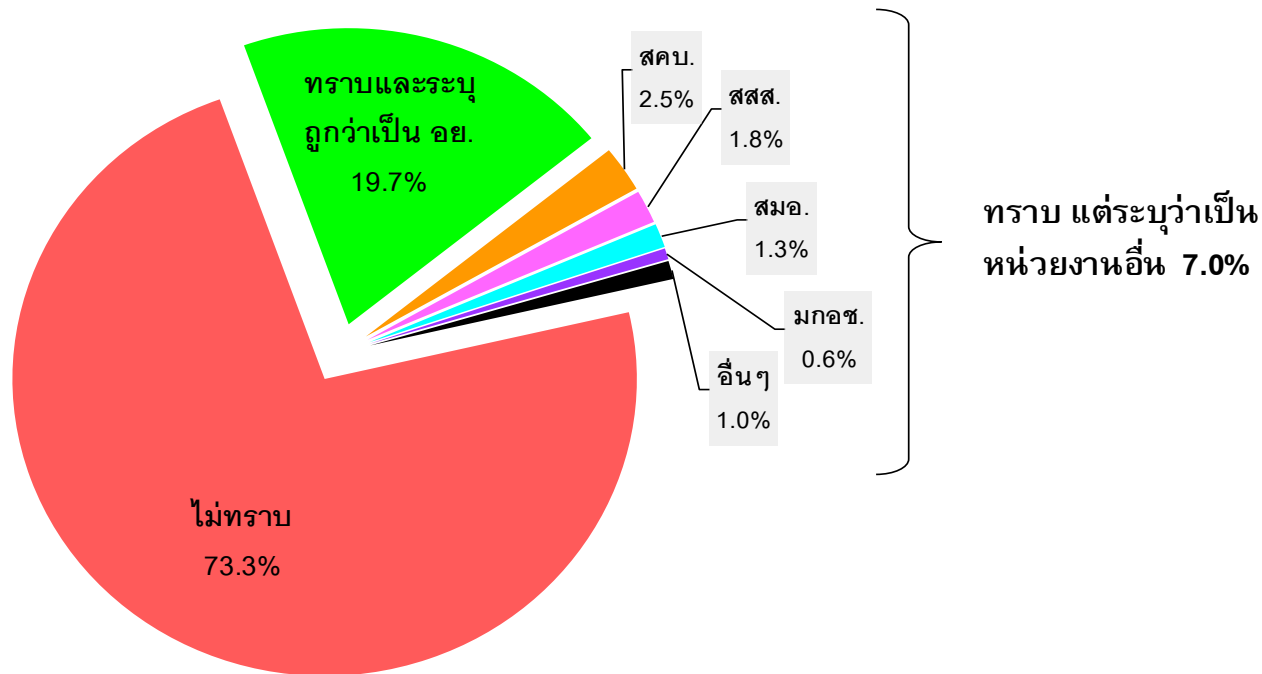


กลุ่มตัวอย่าง 1,200 คน

ตารางที่ 3 : การรับทราบเรื่องการรณรงค์โครงการ “มาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP”

	ภูมิภาค														รวม		
	กรุงเทพมหานคร		ปริมณฑล		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้		จำนวน	ร้อยละ(%)	
	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)			
ทราบที่เกี่ยวข้องกับสินค้าประเภทอาหาร	15	1.3%	9	.8%	42	3.5%	12	1.0%	3	.3%	30	2.5%	21	1.8%	132	11.0%	
ทราบแต่ระบุว่าเป็นสินค้าอื่น ๆ ได้แก่	เครื่องมือแพทย์		1	.1%	14	1.2%			2	.2%			1	.1%	18	1.5%	
	เครื่องสำอาง	3	.3%	2	.2%	36	3.0%	6	.5%	1	.1%	20	1.7%		68	5.7%	
	ยา	2	.2%			61	5.1%	6	.5%			20	1.7%	4	.3%	93	7.8%
	วัตถุดิบทรายที่ใช้ในบ้านเรือน					24	2.0%					13	1.1%	1	.1%	38	3.2%
	สินค้าอุปโภคบริโภค			1	.1%					1	.1%	1	.1%			3	.2%
	จำไม่ได้									2	.2%					2	.1%
	รวม	5	.4%	4	.3%	135	11.3%	12	1.0%	6	.5%	54	4.5%	6	.5%	222	18.5%
ไม่เคยรับทราบ	86	7.2%	75	6.3%	50	4.2%	106	8.8%	75	6.3%	311	25.9%	143	11.9%	846	70.5%	
รวม	106	8.8%	88	7.3%	227	18.9%	130	10.8%	84	7.0%	395	32.9%	170	14.2%	1200	100.0%	

การรับทราบเกี่ยวกับหน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการ รณรงค์ พบว่า มีผู้รับทราบ หน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการ รณรงค์ร้อยละ 26.7 ในขณะที่ ไม่ทราบมีถึงร้อยละ 73.3 ซึ่งในกลุ่มที่รับทราบ หน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการรณรงค์มีผู้ที่ทราบและระบุถูกว่าเป็นสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ร้อยละ 19.7 และที่เหลือร้อยละ 7.0 รับทราบแต่ระบุว่าเป็นหน่วยงานอื่นๆ ดังรายละเอียดในกราฟและตารางแจกแจง ดังนี้

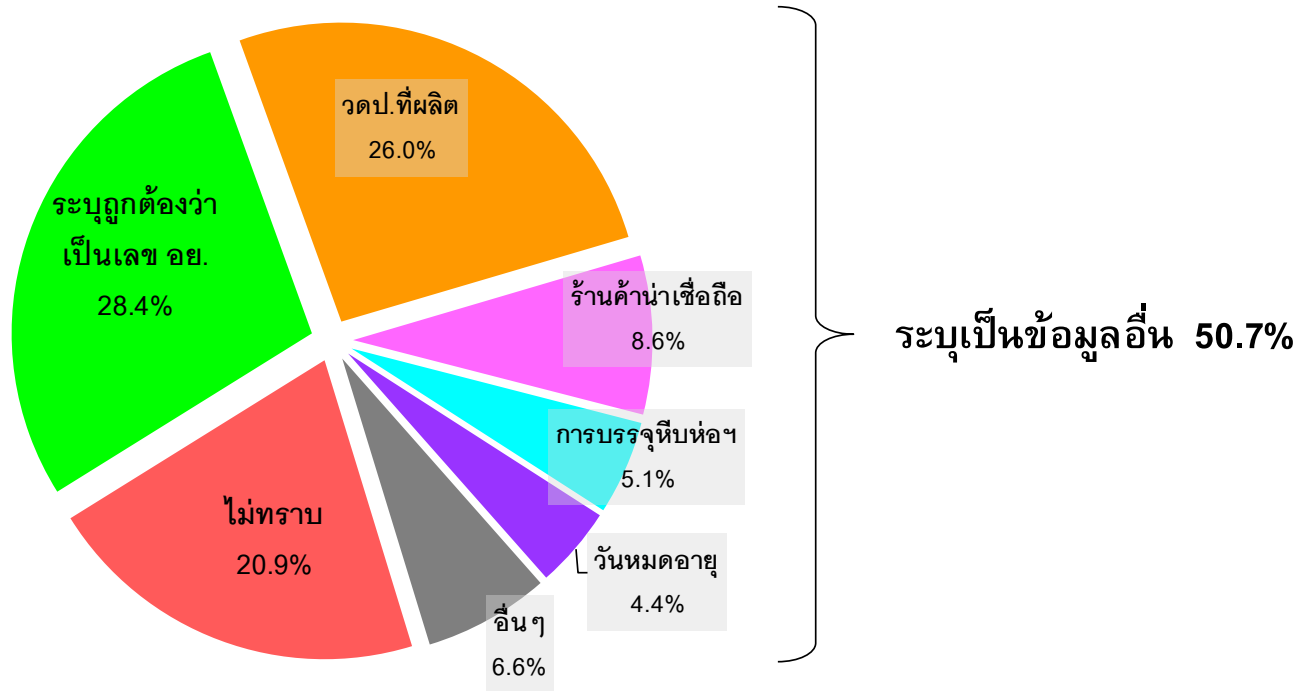


กลุ่มตัวอย่าง 1,200 คน

ตารางที่ 4 : การรับทราบเกี่ยวกับหน่วยงานที่รับผิดชอบในการรณรงค์โครงการ “มาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP”

	ภูมิภาค														รวม		
	กรุงเทพมหานคร		ปริมณฑล		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้		จำนวน	ร้อยละ(%)	
	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)			
ทราบและระบุถึงว่าเป็นสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย)	10	.8%			117	9.8%	15	1.3%			75	6.3%	19	1.6%	236	19.7%	
ทราบแต่ระบุว่าไปหน่วยงานอื่น ๆ ได้แก่	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสาธารณสุข (สสส)				19	1.6%	2	.2%							21	1.8%	
	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)	3	.3%	1	.1%	20	1.7%	3	.3%			3	.3%		30	2.5%	
	สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)					10	.8%					3	.3%	2	.2%	15	1.3%
	สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.)					2	.2%	1	.1%	2	.2%	1	.1%	1	.1%	7	.6%
	กระทรวงสาธารณสุข	1	.1%	1	.1%			2	.2%			1	.1%			5	.4%
	กระทรวงอุตสาหกรรม							1	.1%							1	.1%
	กรมประมง			1	.1%											1	.1%
	รัฐบาล							1	.1%							1	.1%
	ซี.พี. (C.P.)							1	.1%							1	.1%
	กระทรวงพาณิชย์											2	.2%			2	.2%
	รวม	4	.3%	3	.3%	51	4.3%	11	.9%	2	.2%	10	.8%	3	.3%	84	7.0%
ไม่ทราบ	92	7.7%	85	7.1%	59	4.9%	104	8.7%	82	6.8%	310	25.8%	148	12.3%	880	73.3%	
รวม	106	8.8%	88	7.3%	227	18.9%	130	10.8%	84	7.0%	395	32.9%	170	14.2%	1200	100.0%	

การระบุข้อมูลที่ทำให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ที่วางจำหน่ายผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น พบว่า มีผู้ที่ระบุว่าไม่ทราบร้อยละ 20.9 มีผู้ที่ระบุได้อย่างถูกต้องว่าเป็นเลขสารบบอาหาร 13 หลัก (เลข อย.) ร้อยละ 28.4 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 50.7 เป็นผู้ที่ระบุเป็นข้อมูลอื่นๆ และในกลุ่มที่ระบุเป็นข้อมูลอื่นๆ จะพบว่า ผู้ที่ระบุข้อมูลว่าต้องดูที่วันเดือนปีที่ผลิตสินค้ามีถึงร้อยละ 26.0 ซึ่งมีตัวเลขพอๆ กับผู้ที่ ระบุถูกต้องว่าต้องดูที่เลข อย. ดังรายละเอียดในกราฟและตารางแจกแจง ดังนี้



กลุ่มตัวอย่าง 1,200 คน

ตารางที่ 5 : การระบุข้อมูลที่ทำให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่วางจำหน่ายผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP

	ภูมิภาค														รวม		
	กรุงเทพมหานคร		ปริมณฑล		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้		จำนวน	ร้อยละ(%)	
	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)			
ระบุถูกต้องว่าเป็นเลขสารบบอาหาร 13 หลัก (เลข อย.)	24	2.0%	35	2.9%	66	5.5%	47	3.9%	21	1.8%	98	8.2%	50	4.2%	341	28.4%	
ระบุเป็นข้อมูลอื่น ได้แก่	การบรรจุหีบห่อที่สวยงามทันสมัย	3	.3%	3	.3%	18	1.5%	7	.6%	2	.2%	19	1.6%	9	.8%	61	5.1%
	ร้านค้าที่วางจำหน่ายมีชื่อเสียงน่าเชื่อถือ	6	.5%	3	.3%	35	2.9%	2	.2%	4	.3%	48	4.0%	5	.4%	103	8.6%
	วันเดือนปีที่ผลิตสินค้า	24	2.0%	19	1.6%	108	9.0%	26	2.2%	9	.8%	73	6.1%	53	4.4%	312	26.0%
	มีตรากระทรวงอุตสาหกรรม	1	.1%													1	.1%
	วันหมดอายุ	8	.7%	2	.2%					13	1.1%	24	2.0%	6	.5%	53	4.4%
	ดูว่าเป็นสินค้าที่เคยซื้อประจำ	1	.1%	1	.1%							3	.3%	1	.1%	6	.5%
	มีเครื่องหมาย ม.อ.ก	1	.1%					2	.2%	2	.2%	1	.1%	1	.1%	7	.6%
	มีตราสัญลักษณ์ของ GMP	1	.1%													1	.1%
	บรรจุภัณฑ์ดูสะอาด ปลอดภัย ปลอดภัยโรค	1	.1%	5	.4%			11	.9%	1	.1%	7	.6%			25	2.0%
	อ่านฉลาก	1	.1%							2	.2%	5	.4%	4	.3%	12	1.0%
	มีเครื่องหมายที่เป็นสี่เหลี่ยมมีขีดตรงกลาง	1	.1%													1	.1%
	มีการบอกกระบวนการผลิตที่ชัดเจน			1	.1%											1	.1%
	ผ่านการรับรองมาตรฐานขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับอาหารที่ตรวจสอบได้			1	.1%											1	.1%
	อาหารผ่านหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภค			1	.1%											1	.1%
	มีการโฆษณาทางทีวี			1	.1%			1	.1%			1	.1%			3	.2%
	ยี่ห้อน่าเชื่อถือ			1	.1%							5	.4%	1	.1%	7	.6%
	ดูตรา สมอ.			1	.1%											1	.1%
เป็นสินค้าราคาแพง											10	.8%	2	.2%	12	1.0%	
รวม	48	4.0%	39	3.3%	161	13.4%	49	4.1%	33	2.8%	196	16.3%	82	6.8%	608	50.7%	
ไม่ทราบ	34	2.8%	14	1.2%			34	2.8%	30	2.5%	101	8.4%	38	3.2%	251	20.9%	
รวม	106	8.8%	88	7.3%	227	18.9%	130	10.8%	84	7.0%	395	32.9%	170	14.2%	1200	100.0%	

นอกจากรายละเอียดภาพรวมของการรับรู้รับทราบเกี่ยวกับโครงการฯ ดังที่กล่าวมาแล้ว ยังสามารถวิเคราะห์รายละเอียดเชิงลึกในความสัมพันธ์ของการรับรู้รับทราบเกี่ยวกับโครงการฯ ด้านประเภทผลิตภัณฑ์ที่รณรงค์ หน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการรณรงค์ และการรับทราบข้อมูลที่ทำให้มี ใจ กับข้อมูลส่วนตัวเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งผลการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้รับทราบเรื่องโครงการรณรงค์เกี่ยวกับประเภทผลิตภัณฑ์ที่ ระบุถูกว่าเป็นอาหาร กลุ่มทราบหน่วยงานที่รับผิดชอบและระบุถูกว่าเป็น อย . และกลุ่มที่ระบุถูกต้องว่าเป็นเลข อย . ทั้ง 3 กลุ่ม มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด คือ ร้อยละ 5.0 ร้อยละ 7.0 และร้อยละ 11.4 ประกอบกับรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนของทั้ง 3 กลุ่มส่วนใหญ่ไม่เกิน 20,000 บาท และสำหรับข้อมูลส่วนตัวในด้านเพศ อายุ และอาชีพ ไม่ได้แตกต่างกัน ดังรายละเอียดในตารางแจกแจง ดังนี้

ตารางที่ 6 : ความรู้ความเข้าใจเรื่อง “มาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP” จำแนกตามข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

		การรับทราบโครงการ Primary GMP						การรับทราบหน่วยงานผู้รับผิดชอบโครงการ Primary GMP						ข้อมูลที่ทำให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ผ่านเกณฑ์ Primary GMP						รวม	
		ทราบและระบุถูก		ทราบแต่ระบุผิด		ไม่ทราบ		ทราบและระบุถูก		ทราบแต่ระบุผิด		ไม่ทราบ		ทราบและระบุถูก		ทราบแต่ระบุผิด		ไม่ทราบ		จำนวน	ร้อยละ(%)
		จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)		
เพศ	ชาย	67	5.6%	93	7.8%	437	36.4%	115	9.6%	33	2.8%	449	37.4%	169	14.1%	293	24.4%	135	11.3%	597	49.8%
	หญิง	65	5.4%	129	10.8%	409	34.1%	121	10.1%	51	4.3%	431	35.9%	172	14.3%	315	26.3%	116	9.7%	603	50.2%
	รวม	132	11.0%	222	18.5%	846	70.5%	236	19.7%	84	7.0%	880	73.3%	341	28.4%	608	50.7%	251	20.9%	1200	100.0%
อายุ	15-20ปี	18	1.5%	24	2.0%	160	13.3%	26	2.2%	4	.3%	172	14.3%	49	4.1%	108	9.0%	45	3.8%	202	16.8%
	21-30ปี	28	2.3%	39	3.3%	144	12.0%	46	3.8%	9	.8%	156	13.0%	86	7.2%	90	7.5%	35	2.9%	211	17.6%
	31-40ปี	28	2.3%	58	4.8%	158	13.2%	54	4.5%	24	2.0%	166	13.8%	78	6.5%	123	10.3%	43	3.6%	244	20.3%
	41-50ปี	30	2.5%	41	3.4%	175	14.6%	46	3.8%	19	1.6%	181	15.1%	72	6.0%	125	10.4%	49	4.1%	246	20.5%
	51-60ปี	21	1.8%	39	3.3%	134	11.2%	39	3.3%	22	1.8%	133	11.1%	42	3.5%	101	8.4%	51	4.3%	194	16.2%
	61-65ปี	7	.6%	21	1.8%	75	6.3%	25	2.1%	6	.5%	72	6.0%	14	1.2%	61	5.1%	28	2.3%	103	8.6%
	รวม	132	11.0%	222	18.5%	846	70.5%	236	19.7%	84	7.0%	880	73.3%	341	28.4%	608	50.7%	251	20.9%	1200	100.0%
ระดับการศึกษาสูงสุด	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	18	1.5%	51	4.3%	233	19.4%	52	4.3%	17	1.4%	233	19.4%	47	3.9%	160	13.3%	95	7.9%	302	25.2%
	มัธยมศึกษาตอนต้น	22	1.8%	40	3.3%	148	12.3%	40	3.3%	18	1.5%	152	12.7%	44	3.7%	124	10.3%	42	3.5%	210	17.5%
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	17	1.4%	41	3.4%	192	16.0%	30	2.5%	16	1.3%	204	17.0%	68	5.7%	128	10.7%	54	4.5%	250	20.8%
	ปวส./อนุปริญญา	11	.9%	32	2.7%	70	5.8%	26	2.2%	14	1.2%	73	6.1%	37	3.1%	59	4.9%	17	1.4%	113	9.4%
	ปริญญาตรี	60	5.0%	56	4.7%	189	15.8%	84	7.0%	17	1.4%	204	17.0%	137	11.4%	127	10.6%	41	3.4%	305	25.4%
	สูงกว่าปริญญาตรี	4	.3%	2	.2%	14	1.2%	4	.3%	2	.2%	14	1.2%	8	.7%	10	.8%	2	.2%	20	1.7%
	รวม	132	11.0%	222	18.5%	846	70.5%	236	19.7%	84	7.0%	880	73.3%	341	28.4%	608	50.7%	251	20.9%	1200	100.0%



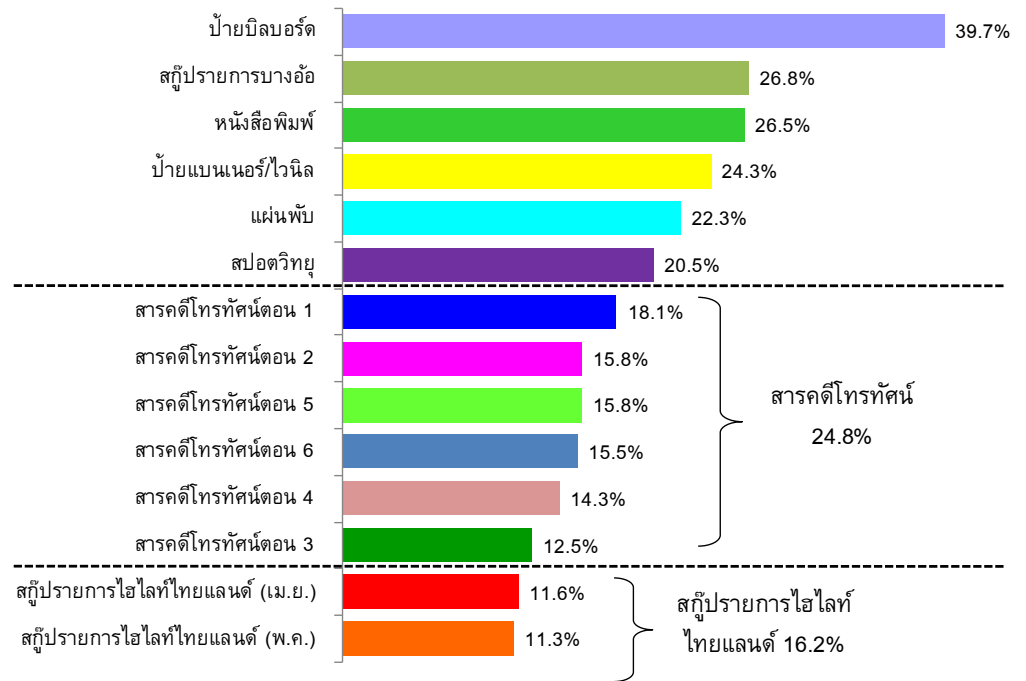
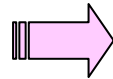
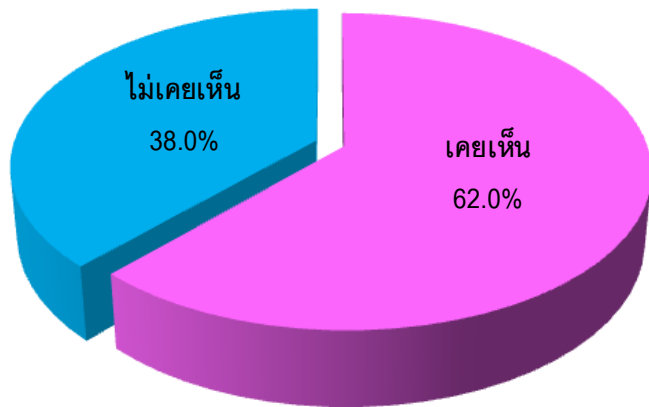
ตารางที่ 6 : ความรู้ความเข้าใจเรื่อง “มาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP” จำแนกตามข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

		การรับทราบโครงการ Primary GMP						รับทราบหน่วยงานผู้รับผิดชอบโครงการ Primary GMP						ข้อมูลที่ทำให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ผ่านเกณฑ์ Primary GMP						รวม	
		ทราบและระบุดูก		ทราบแต่ระบุดูผิด		ไม่ทราบ		ทราบและระบุดูก		ทราบแต่ระบุดูผิด		ไม่ทราบ		ทราบและระบุดูก		ทราบแต่ระบุดูผิด		ไม่ทราบ		จำนวน	ร้อยละ(%)
		จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)		
อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	13	1.1%	8	.7%	67	5.6%	15	1.3%	5	.4%	68	5.7%	30	2.5%	38	3.2%	20	1.7%	88	7.3%
	เจ้าของธุรกิจ	17	1.4%	33	2.8%	86	7.2%	38	3.2%	13	1.1%	85	7.1%	54	4.5%	64	5.3%	18	1.5%	136	11.3%
	รัฐวิสาหกิจ	8	.7%	4	.3%	10	.8%	8	.7%	2	.2%	12	1.0%	14	1.2%	6	.5%	2	.2%	22	1.8%
	ลูกจ้างบริษัทเอกชน	16	1.3%	45	3.8%	141	11.8%	40	3.3%	14	1.2%	148	12.3%	61	5.1%	96	8.0%	45	3.8%	202	16.8%
	ลูกจ้างชั่วคราว/ลูกจ้างโครงการ	6	.5%	16	1.3%	26	2.2%	14	1.2%	6	.5%	28	2.3%	20	1.7%	23	1.9%	5	.4%	48	4.0%
	นักเรียนนักศึกษา	28	2.3%	28	2.3%	168	14.0%	37	3.1%	4	.3%	183	15.3%	72	6.0%	109	9.1%	43	3.6%	224	18.7%
	พ่อบ้านแม่บ้าน	8	.7%	27	2.3%	96	8.0%	25	2.1%	9	.8%	97	8.1%	31	2.6%	69	5.8%	31	2.6%	131	10.9%
	ค้าขาย	21	1.8%	42	3.5%	131	10.9%	39	3.3%	23	1.9%	132	11.0%	33	2.8%	118	9.8%	43	3.6%	194	16.2%
	ว่างงาน	2	.2%			9	.8%	1	.1%	1	.1%	9	.8%	3	.3%	6	.5%	2	.2%	11	.9%
	รับจ้างทั่วไป	12	1.0%	16	1.3%	85	7.1%	16	1.3%	6	.5%	91	7.6%	14	1.2%	65	5.4%	34	2.8%	113	9.4%
	ทนายความ					1	.1%					1	.1%			1	.1%			1	.1%
เกษตรกร	1	.1%	3	.3%	26	2.2%	3	.3%	1	.1%	26	2.2%	9	.8%	13	1.1%	8	.7%	30	2.5%	
รวม		132	11.0%	222	18.5%	846	70.5%	236	19.7%	84	7.0%	880	73.3%	341	28.4%	608	50.7%	251	20.9%	1200	100.0%
รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยเดือน	ไม่เกิน 10,000 บาท	64	5.3%	92	7.7%	425	35.4%	91	7.6%	42	3.5%	448	37.3%	140	11.7%	297	24.8%	144	12.0%	581	48.4%
	10,001-20,000 บาท	29	2.4%	78	6.5%	269	22.4%	69	5.8%	30	2.5%	277	23.1%	117	9.8%	188	15.7%	71	5.9%	376	31.3%
	20,001-30,000 บาท	25	2.1%	26	2.2%	91	7.6%	41	3.4%	7	.6%	94	7.8%	49	4.1%	71	5.9%	22	1.8%	142	11.8%
	30,001-40,000 บาท	7	.6%	13	1.1%	34	2.8%	18	1.5%	2	.2%	34	2.8%	22	1.8%	25	2.1%	7	.6%	54	4.5%
	40,001-50,000 บาท	5	.4%	10	.8%	17	1.4%	12	1.0%	3	.3%	17	1.4%	9	.8%	19	1.6%	4	.3%	32	2.7%
	มากกว่า 50,000 บาท	2	.2%	3	.3%	10	.8%	5	.4%			10	.8%	4	.3%	8	.7%	3	.3%	15	1.3%
รวม		132	11.0%	222	18.5%	846	70.5%	236	19.7%	84	7.0%	880	73.3%	341	28.4%	608	50.7%	251	20.9%	1200	100.0%



ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อรณรงค์ของโครงการ “มาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ Primary GMP”

จากการสำรวจภาพสื่อ ที่ผลิตในโครงการฯ ทั้ง 8 สื่อ (จำนวน 14 ชิ้น) ให้กับผู้บริโภค พบว่า มีผู้ที่เคยพบเห็นสื่อรณรงค์ของโครงการฯ ร้อยละ 62.0 ในขณะที่มีผู้ที่ไม่เคยเห็นสื่อทั้ง 8 สื่อร้อยละ 38.0 และเมื่อพิจารณาทีละประเภทสื่อที่รณรงค์ว่าพบเห็นหรือไม่ ผลปรากฏว่า 3 สื่อแรกที่พบเห็นมากที่สุด ได้แก่ ป้ายบิลบอร์ดร้อยละ 39.7 สกู๊ปรายการบางอ้อร้อยละ 26.8 และหนังสือพิมพ์ร้อยละ 26.5 ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มสารคดีโทรทัศน์มีผู้พบเห็นร้อยละ 24.8 สกู๊ปรายการไฮไลต์ไทยแลนด์ร้อยละ 16.2 ดังรายละเอียดในกราฟและตารางแจกแจง ดังนี้



กลุ่มตัวอย่าง 1,200 คน

ตารางที่ 7 : การเปิดรับสื่อรณรงค์โครงการ “มาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP” (จำแนกตามสื่อ 14 ชิ้นงาน)

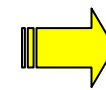
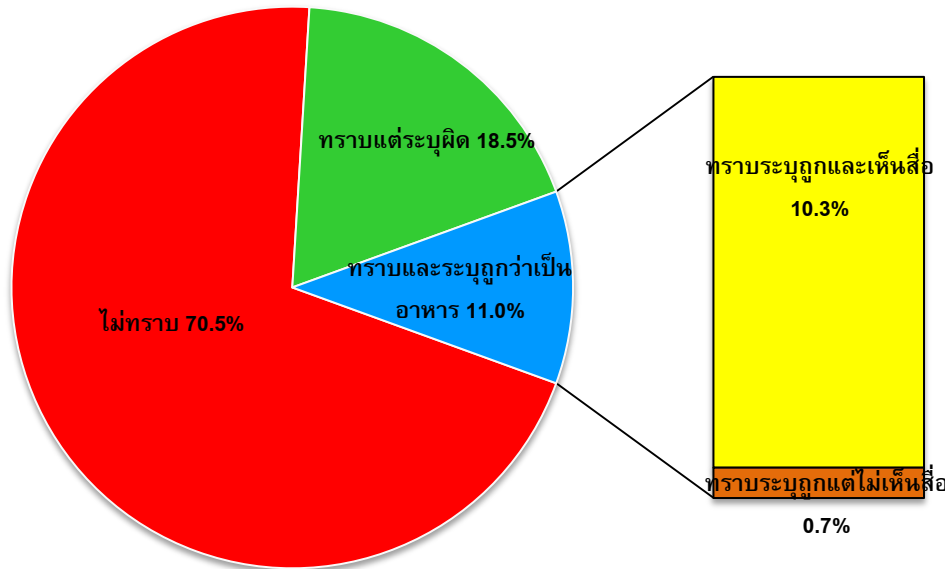
		ภูมิภาค														รวม	
		กรุงเทพมหานคร		ปริมณฑล		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้		จำนวน	ร้อยละ(%)
		จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)		
การเปิดรับสื่อรณรงค์ของโครงการ (เคยเห็น/ไม่เคยเห็นสื่อ)	เคยเห็น	69	5.8%	62	5.2%	195	16.3%	109	9.1%	37	3.1%	180	15.0%	92	7.7%	744	62.0%
	ไม่เคยเห็น	37	3.1%	26	2.2%	32	2.7%	21	1.8%	47	3.9%	215	17.9%	78	6.5%	456	38.0%
รวม		106	8.8%	88	7.3%	227	18.9%	130	10.8%	84	7.0%	395	32.9%	170	14.2%	1200	100.0%
ประเภทที่สื่อที่เคยเห็น (ตอบได้มากกว่า 1 สื่อ)	1. สารคดีโทรทัศน์ ตอนที่ 1	31	2.6%	12	1.0%	56	4.7%	35	2.9%	16	1.3%	45	3.8%	22	1.8%	217	18.1%
	2. สารคดีโทรทัศน์ ตอนที่ 2	26	2.2%	14	1.2%	53	4.4%	27	2.3%	11	.9%	36	3.0%	23	1.9%	190	15.8%
	3. สารคดีโทรทัศน์ ตอนที่ 3	22	1.8%	19	1.6%	32	2.7%	28	2.3%	7	.6%	27	2.3%	15	1.3%	150	12.5%
	4. สารคดีโทรทัศน์ ตอนที่ 4	23	1.9%	13	1.1%	48	4.0%	27	2.3%	7	.6%	31	2.6%	22	1.8%	171	14.3%
	5. สารคดีโทรทัศน์ ตอนที่ 5	27	2.3%	20	1.7%	46	3.8%	27	2.3%	11	.9%	36	3.0%	23	1.9%	190	15.8%
	6. สารคดีโทรทัศน์ ตอนที่ 6	22	1.8%	21	1.8%	45	3.8%	27	2.3%	7	.6%	44	3.7%	20	1.7%	186	15.5%
	7. สื่อบรรยายการไฮไลต์ไทยแลนด์ (ออกอากาศเดือนเมษายน)	17	1.4%	17	1.4%	42	3.5%	16	1.3%	11	.9%	13	1.1%	23	1.9%	139	11.6%
	8. สื่อบรรยายการไฮไลต์ไทยแลนด์ (ออกอากาศเดือนพฤษภาคม)	22	1.8%	19	1.6%	37	3.1%	14	1.2%	9	.8%	16	1.3%	18	1.5%	135	11.3%
	9. สื่อบรรยายการบางอ้อ	44	3.7%	26	2.2%	80	6.7%	67	5.6%	12	1.0%	67	5.6%	26	2.2%	322	26.8%
	10. สปอตวิทยุ	19	1.6%	8	.7%	125	10.4%	27	2.3%	3	.3%	43	3.6%	21	1.8%	246	20.5%
	11. ป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่	31	2.6%	44	3.7%	122	10.2%	57	4.8%	20	1.7%	148	12.3%	54	4.5%	476	39.7%
	12. ป้ายแบนเนอร์/ป้ายไวน์ล	20	1.7%	13	1.1%	109	9.1%	26	2.2%	18	1.5%	82	6.8%	24	2.0%	292	24.3%
	13. หนังสือพิมพ์	30	2.5%	20	1.7%	129	10.8%	34	2.8%	13	1.1%	64	5.3%	28	2.3%	318	26.5%
	14. แผ่นพับ	16	1.3%	9	.8%	121	10.1%	21	1.8%	12	1.0%	70	5.8%	18	1.5%	267	22.3%
	รวม		69	5.8%	62	5.2%	195	16.3%	109	9.1%	37	3.1%	180	15.0%	92	7.7%	744

ตารางที่ 7.1 : การเปิดรับสื่อรณรงค์โครงการ “มาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP” (จำแนกตามประเภทสื่อ 8 สื่อ)

	ภูมิภาค														รวม	
	กรุงเทพมหานคร		ปริมณฑล		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้		จำนวน	ร้อยละ(%)
	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)		
1.-6. สารคดีโทรทัศน์	40	3.3%	31	2.6%	69	5.8%	45	3.8%	19	1.6%	63	5.3%	31	2.6%	298	24.8%
7.-8. สื่อปรายการไฮไลต์ไทยแลนด์	25	2.1%	26	2.2%	58	4.8%	21	1.8%	14	1.2%	20	1.7%	30	2.5%	194	16.2%
9. สื่อปรายการบางอ้อ	44	3.7%	26	2.2%	80	6.7%	67	5.6%	12	1.0%	67	5.6%	26	2.2%	322	26.8%
10. สปอติวิทยุ	19	1.6%	8	.7%	125	10.4%	27	2.3%	3	.3%	43	3.6%	21	1.8%	246	20.5%
11. ป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่	31	2.6%	44	3.7%	122	10.2%	57	4.8%	20	1.7%	148	12.3%	54	4.5%	476	39.7%
12. ป้ายแบนเนอร์ป้ายไวนิล	20	1.7%	13	1.1%	109	9.1%	26	2.2%	18	1.5%	82	6.8%	24	2.0%	292	24.3%
13. หนังสือพิมพ์	30	2.5%	20	1.7%	129	10.8%	34	2.8%	13	1.1%	64	5.3%	28	2.3%	318	26.5%
14. แผ่นพับ	16	1.3%	9	.8%	121	10.1%	21	1.8%	12	1.0%	70	5.8%	18	1.5%	267	22.3%
รวม	106	8.8%	88	7.3%	227	18.9%	130	10.8%	84	7.0%	395	32.9%	170	14.2%	1200	100.0%

เมื่อมีการวิเคราะห์ในเชิงลึกถึงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้รับทราบเกี่ยวกับโครงการฯ ด้านประเภทผลิตภัณฑ์ที่รณรงค์ หน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการรณรงค์ และการรับรู้รับทราบข้อมูลที่ทำให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น กับการเปิดรับสื่อรณรงค์ของโครงการ พบประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้รับทราบเกี่ยวกับโครงการฯ ด้านประเภทผลิตภัณฑ์ที่รณรงค์ กับการเปิดรับสื่อรณรงค์ของโครงการ พบว่า ผู้บริโภคที่ทราบและระบุถูกว่าเป็นอาหารซึ่ง มีอยู่ร้อยละ 11.0 เป็นผู้ที่เคยเห็นสื่อรณรงค์ของโครงการฯ ร้อยละ 10.3 ขณะที่ร้อยละ 0.8 เป็นผู้ที่ไม่เคยเห็นสื่อรณรงค์ของโครงการฯ ส่วนประเภทสื่อรณรงค์ที่พบเห็น ได้แก่ ป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่ หนังสือพิมพ์ สกู๊ปรายการบางอ้อ ป้ายแบนเนอร์ /ป้ายไวเนล และสปอตวิทยุ ตาม ลำดับดังรายละเอียดในกราฟ

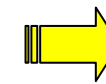
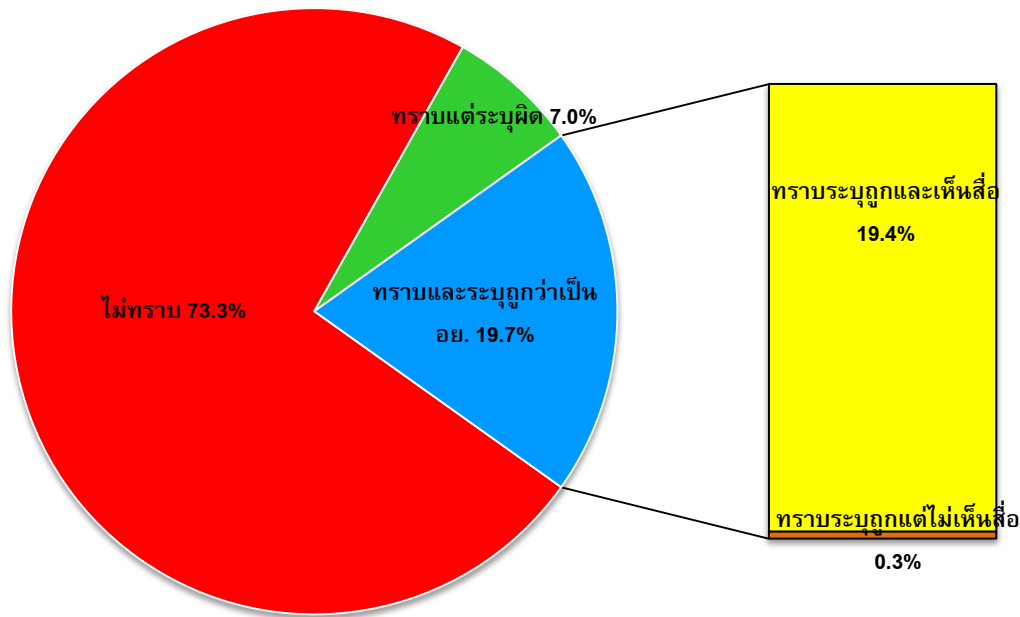


ประเภทสื่อที่เคยเห็นเคยได้ยินในกลุ่มคนที่ทราบและระบุถูกว่าเป็นอาหาร ได้แก่.....

- ป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่
- หนังสือพิมพ์
- สกู๊ปรายการบางอ้อ
- ป้ายแบนเนอร์/ป้ายไวเนล
- สปอตวิทยุ

กลุ่มตัวอย่าง 1,200 คน

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้รับทราบเกี่ยวกับโครงการฯ ด้านหน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการณรงค์ กับการเปิดรับสื่อรณรงค์ของโครงการ พบว่า ผู้บริโภคที่ทราบและระบุถูกต้องว่าเป็นสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ซึ่งมีอยู่ร้อยละ 19.7 เป็นผู้ที่เคยเห็นสื่อรณรงค์ของโครงการฯ ร้อยละ 19.4 ขณะที่ร้อยละ 0.3 เป็นผู้ที่ไม่เคยเห็นสื่อรณรงค์ ส่วนประเภทสื่อรณรงค์ที่พบเห็น ได้แก่ ป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่ หนังสือพิมพ์ ป้ายแบนเนอร์/ป้ายไวเนล สปอตวิทยุ และแผ่นพับ ตามลำดับ ดังรายละเอียดในกราฟ

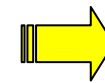
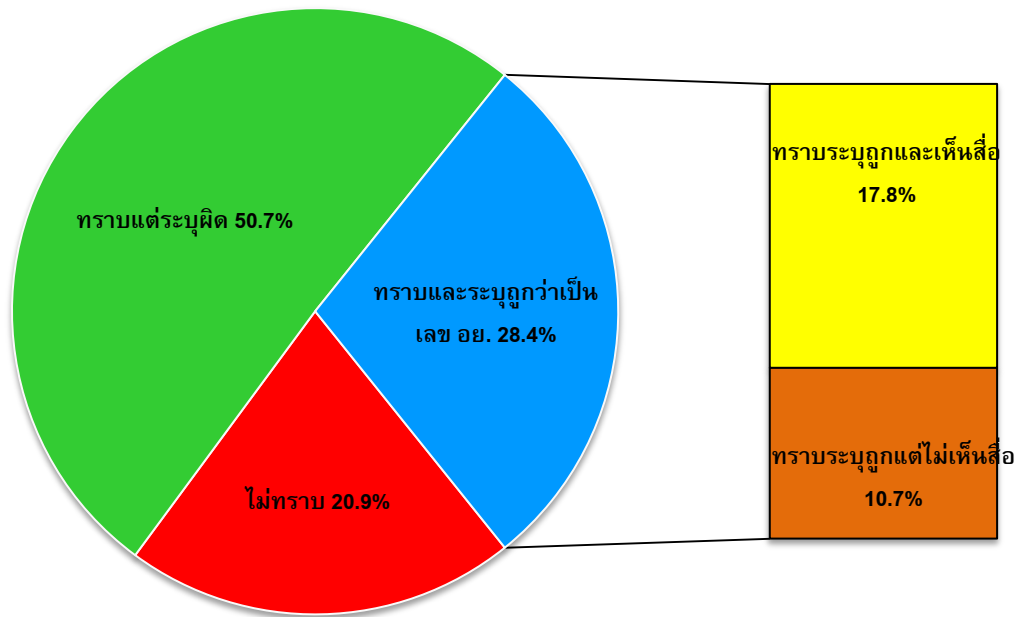


ประเภทสื่อที่เคยเห็น/เคยได้ยินในกลุ่มคนที่ทราบและระบุถูกต้องว่าเป็น อย. ได้แก่.....

- ป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่
- หนังสือพิมพ์
- ป้ายแบนเนอร์/ป้ายไวเนล
- สปอตวิทยุ
- แผ่นพับ

กลุ่มตัวอย่าง 1,200 คน

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้รับทราบเกี่ยวกับโครงการฯ ด้าน การรับทราบข้อมูลที่ทำให้มั่นใจใจ กับการเปิดรับสื่อรณรงค์ของโครงการ พบว่า ผู้บริโภคที่ทราบและระบุถูกว่าเป็น เลข อย. ซึ่งมีอยู่ร้อยละ 28.4 เป็นผู้ที่เคยเห็นสื่อรณรงค์ของโครงการฯ ร้อยละ 17.8 ขณะที่ร้อยละ 10.7 เป็นผู้ที่ไม่เคยเห็นสื่อรณรงค์ ส่วนประเภทสื่อรณรงค์ที่พบเห็น ได้แก่ ป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่ สกู๊ปรายการบางอ้อ หนังสือพิมพ์ และป้ายแบนเนอร์/ป้ายไวเนล ตามลำดับ ดังรายละเอียดในกราฟ



ประเภทสื่อที่เคยเห็น/เคยได้ยินในกลุ่มคนที่ทราบและระบุถูกว่าเป็นเลข อย. ได้แก่.....

- ป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่
- สกู๊ปรายการบางอ้อ
- หนังสือพิมพ์
- ป้ายแบนเนอร์/ป้ายไวเนล

กลุ่มตัวอย่าง 1,200 คน

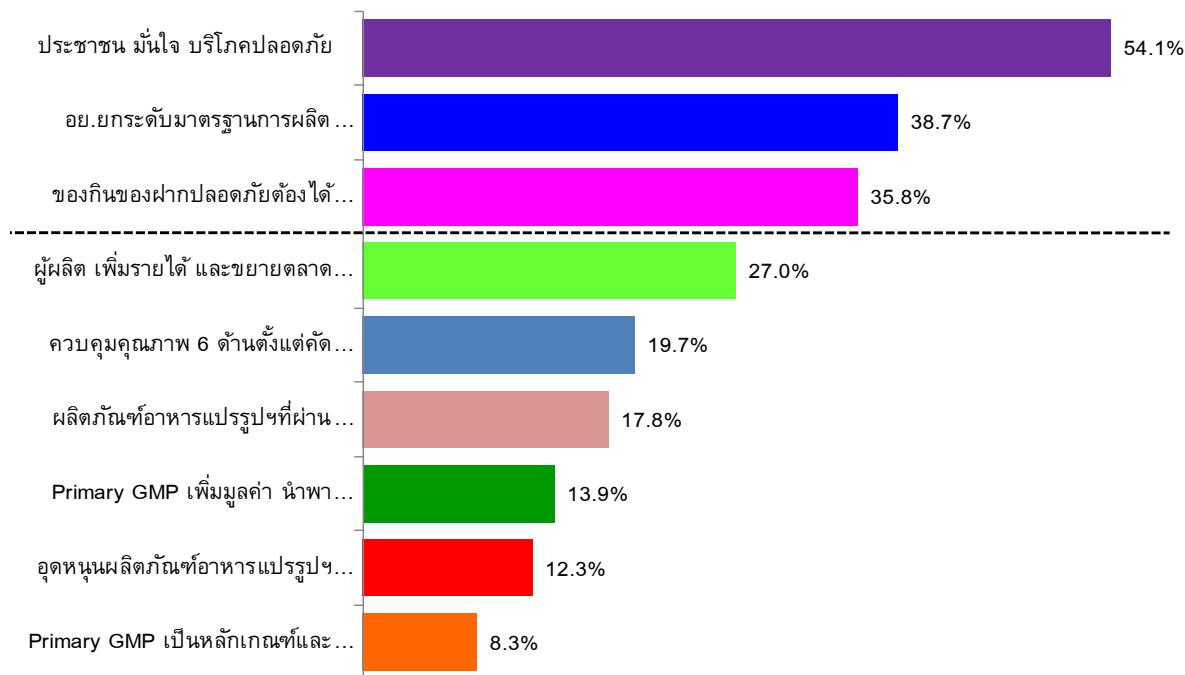
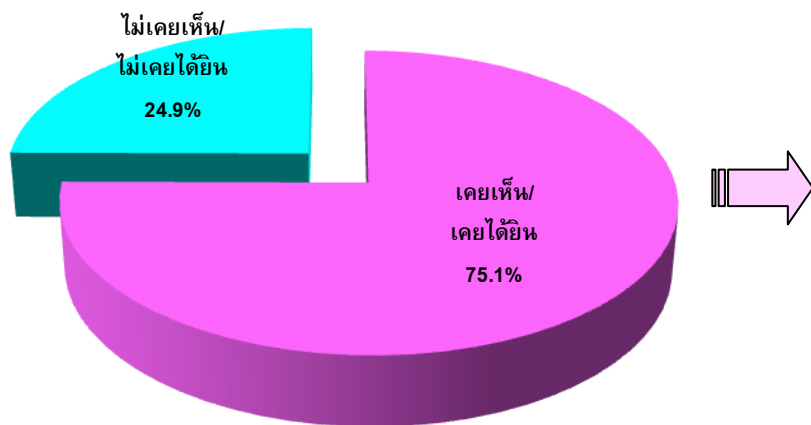
นอกจากนี้ เมื่อมีการวิเคราะห์ในเชิงลึกถึงความสัมพันธ์ ระหว่างการรับรู้รับทราบเกี่ยวกับโครงการฯ ด้านประเภทยุติภัณฑ์ที่รณรงค์ หน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการรณรงค์ และการรับรู้รับทราบข้อมูลที่ทำให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น กับการเปิดรับสื่อรณรงค์ของโครงการ พบว่า หากพิจารณา เฉพาะผู้บริโภคที่เปิดรับสื่อรณรงค์ของโครงการ มีการรับรู้รับทราบหน่วยงานที่รับผิดชอบถูก ต้องว่าเป็น อย. (ร้อยละ 19.4) ซึ่งมากกว่า การรับรู้รับทราบข้อมูลที่ทำให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น (ร้อยละ 17.8) และการรับรู้รับทราบว่าผลิตภัณฑ์ที่รณรงค์คืออาหาร (ร้อยละ 10.3) ดังรายละเอียดในตารางแจกแจง ดังนี้

ตารางที่ 8 : ความรู้ความเข้าใจเรื่อง “มาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP” จำแนกตาม การเปิดรับสื่อรณรงค์ของโครงการ

	การรับรู้รับทราบโครงการ Primary GMP						รับรู้รับทราบหน่วยงานผู้รับผิดชอบโครงการ Primary GMP						ข้อมูลที่ทำให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ผ่านเกณฑ์ Primary GM						รวม		
	ทราบและระบุถูก		ทราบแต่ระบุผิด		ไม่ทราบ		ทราบและระบุถูก		ทราบแต่ระบุผิด		ไม่ทราบ		ทราบและระบุถูก		ทราบแต่ระบุผิด		ไม่ทราบ		จำนวน	ร้อยละ(%)	
	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)			
กลุ่มคนที่เห็นสื่อ	123	10.3%	211	17.6%	410	34.2%	233	19.4%	73	6.1%	438	36.5%	213	17.8%	439	36.6%	92	7.7%	744	62.0%	
ประเภทสื่อที่เคยเห็น เคยได้ยินเกี่ยวกับโครงการ Primary GMP (ตอบได้มากกว่า 1 ครั้ง)	1. สารคดีโทรทัศน์ ตอนที่	26	2.2%	82	6.8%	109	9.1%	74	6.2%	24	2.0%	119	9.9%	64	5.3%	124	10.3%	29	2.4%	217	18.1%
	2. สารคดีโทรทัศน์ ตอนที่	20	1.7%	79	6.6%	91	7.6%	66	5.5%	24	2.0%	100	8.3%	55	4.6%	110	9.2%	25	2.1%	190	15.8%
	3. สารคดีโทรทัศน์ ตอนที่	21	1.8%	53	4.4%	76	6.3%	53	4.4%	10	.8%	87	7.3%	46	3.8%	84	7.0%	20	1.7%	150	12.5%
	4. สารคดีโทรทัศน์ ตอนที่	25	2.1%	67	5.6%	79	6.6%	62	5.2%	18	1.5%	91	7.6%	58	4.8%	90	7.5%	23	1.9%	171	14.3%
	5. สารคดีโทรทัศน์ ตอนที่	38	3.2%	63	5.3%	89	7.4%	68	5.7%	21	1.8%	101	8.4%	66	5.5%	100	8.3%	24	2.0%	190	15.8%
	6. สารคดีโทรทัศน์ ตอนที่	39	3.3%	64	5.3%	83	6.9%	73	6.1%	18	1.5%	95	7.9%	65	5.4%	99	8.3%	22	1.8%	186	15.5%
	7. สื่อบริการไฮโล่ไทย (ออกอากาศเดือนเมษายน)	19	1.6%	47	3.9%	73	6.1%	42	3.5%	14	1.2%	83	6.9%	45	3.8%	77	6.4%	17	1.4%	139	11.6%
	8. สื่อบริการไฮโล่ไทย (ออกอากาศเดือนพฤษภาคม)	25	2.1%	44	3.7%	66	5.5%	39	3.3%	19	1.6%	77	6.4%	42	3.5%	75	6.3%	18	1.5%	135	11.3%
	9. สื่อบริการบางอ้อ	55	4.6%	118	9.8%	149	12.4%	124	10.3%	29	2.4%	169	14.1%	93	7.8%	190	15.8%	39	3.3%	322	26.8%
	10. สปอทีวีทุก	42	3.5%	138	11.5%	66	5.5%	129	10.8%	43	3.6%	74	6.2%	49	4.1%	183	15.3%	14	1.2%	246	20.5%
	11. ป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่	78	6.5%	149	12.4%	249	20.8%	170	14.2%	41	3.4%	265	22.1%	130	10.8%	294	24.5%	52	4.3%	476	39.7%
	12. ป้ายแบนเนอร์ป้ายไฉ่ว	47	3.9%	122	10.2%	123	10.3%	132	11.0%	31	2.6%	129	10.8%	72	6.0%	202	16.8%	18	1.5%	292	24.3%
	13. หนังสือพิมพ์	57	4.8%	144	12.0%	117	9.8%	145	12.1%	49	4.1%	124	10.3%	76	6.3%	214	17.8%	28	2.3%	318	26.5%
	14. แผ่นพับ	41	3.4%	135	11.3%	91	7.6%	126	10.5%	46	3.8%	95	7.9%	55	4.6%	191	15.9%	21	1.8%	267	22.3%
กลุ่มคนที่ไม่เห็นสื่อ	9	.8%	11	.9%	436	36.3%	3	.3%	11	.9%	442	36.8%	128	10.7%	169	14.1%	159	13.3%	456	38.0%	
รวม	132	11.0%	222	18.5%	846	70.5%	236	19.7%	84	7.0%	880	73.3%	341	28.4%	608	50.7%	251	20.9%	1200	100.0%	



สำหรับด้านการรับรู้ข้อความจากสื่อ รณรงค์ทั้ง 9 ข้อความโดยอ่านให้ผู้บริโภคฟังทีละข้อความ พบว่า มีผู้ที่เคยเห็น/เคยได้ยินข้อความจากสื่อรณรงค์ดังกล่าว ร้อยละ 75.1 ขณะที่ไม่มีผู้ที่ไม่เคยเห็น /ไม่เคยได้ยินข้อความ ร้อยละ 24.9 และเมื่อมีการพิจารณาทีละ ข้อความ ที่รณรงค์ว่า เคยเห็น/เคยได้ยินหรือไม่ ผลปรากฏว่า 3 ข้อความแรกที่เคยได้ยินจากสื่อรณรงค์ มากที่สุด ได้แก่ “ประชาชน มั่นใจ บริโภคปลอดภัย ” ร้อยละ 54.1 “อย.ยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารแปรรูปฯของชุมชนไทยให้สูงขึ้น” ร้อยละ 38.7 และ “ของกินของฝากปลอดภัยต้องได้มาตรฐานการผลิตขั้นต้น ” ร้อยละ 35.8 ตามลำดับ ซึ่ง 2 ใน 3 ข้อความแรกที่เคยได้ยินมากที่สุดมีคำหรือวลีที่กล่าวถึงคือ “ความปลอดภัย” เป็นประเด็นที่ผู้บริโภครับรู้และจดจำได้มากที่สุด ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด ดังรายละเอียดในกราฟและตารางแจกแจง ดังนี้



กลุ่มตัวอย่าง 1,200 คน

ตารางที่ 9 : การรับรู้ข้อความจากสื่อรณรงค์โครงการ “มาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP”

	ภูมิภาค														รวม		
	กรุงเทพมหานคร		ปริมณฑล		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้		จำนวน	ร้อยละ(%)	
	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)			
เคยเห็นเคยได้ยินข้อความ	88	7.3%	58	4.8%	212	17.7%	113	9.4%	47	3.9%	254	21.2%	129	10.8%	901	75.1%	
คำ วลี หรือประโยค ที่เคยได้เห็นหรือได้ยิน จากสื่อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อความ)	ของกินของฝากปลอดภัยต้องได้มาตรฐานการผลิต	45	3.8%	28	2.3%	74	6.2%	44	3.7%	26	2.2%	137	11.4%	76	6.3%	430	35.8%
	อุดหนุนผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่ผ่าน Primary	28	2.3%	11	.9%	29	2.4%	18	1.5%	11	.9%	25	2.1%	25	2.1%	147	12.3%
	ยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารแปรรูปของ ชุมชนไทยให้สูงขึ้น	50	4.2%	30	2.5%	105	8.8%	57	4.8%	18	1.5%	145	12.1%	59	4.9%	464	38.7%
	ควบคุมคุณภาพ 6 ด้านตั้งแต่คัดสรรวัตถุดิบ จนถึงมือผู้บริโภค	32	2.7%	15	1.3%	51	4.3%	27	2.3%	12	1.0%	67	5.6%	32	2.7%	236	19.7%
	ผู้ผลิต เพิ่มรายได้ และขยายตลาดสินค้าได้มากขึ้น	38	3.2%	30	2.5%	74	6.2%	24	2.0%	16	1.3%	100	8.3%	42	3.5%	324	27.0%
	ประชาชน มั่นใจ บริโภคปลอดภัย	71	5.9%	48	4.0%	125	10.4%	84	7.0%	38	3.2%	186	15.5%	97	8.1%	649	54.1%
	Primary GMP เพิ่มมูลค่า นำพาความปลอดภัย ก้าวไกลสู่สากล	25	2.1%	19	1.6%	39	3.3%	25	2.1%	12	1.0%	28	2.3%	19	1.6%	167	13.9%
	ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ที่ผ่านมาตรฐานการผลิต หรือ Primary GMP จะมีเลขสารบบอาหาร 13 หลัก (เลข ออย.)	43	3.6%	23	1.9%	32	2.7%	47	3.9%	11	.9%	20	1.7%	37	3.1%	213	17.8%
Primary GMP หรือมาตรฐานการผลิตขั้นต้น เป็นหลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิตอาหารขั้นต้น	20	1.7%	2	.2%	28	2.3%	18	1.5%	6	.5%	11	.9%	15	1.3%	100	8.3%	
ไม่เคยเห็นไม่เคยได้ยิน	18	1.5%	30	2.5%	15	1.3%	17	1.4%	37	3.1%	141	11.8%	41	3.4%	299	24.9%	
รวม	106	8.8%	88	7.3%	227	18.9%	130	10.8%	84	7.0%	395	32.9%	170	14.2%	1200	100.0%	

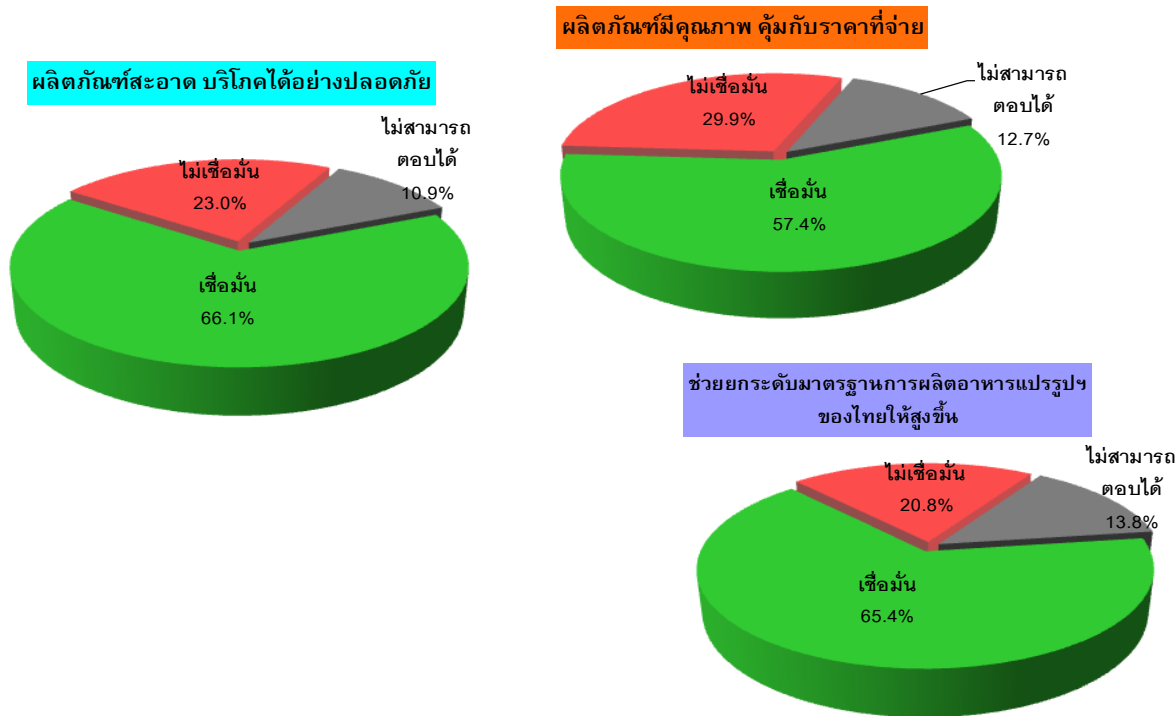
เมื่อวิเคราะห์ในเชิงลึกถึงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อความจากสื่อรณรงค์โครงการฯ กับการเปิดรับสื่อรณรงค์ของโครงการฯ พบว่า หากพิจารณาเฉพาะผู้ที่เคยเห็นสื่อรณรงค์ของโครงการฯ มีผู้ที่เลือกข้อความ “ประชาชน มั่นใจ บริโภคปลอดภัย” มากที่สุดร้อยละ 40.7 และกลุ่มดังกล่าวมีการพบเห็นสื่อรณรงค์จากสื่อหลักๆ 3 ประเภท ได้แก่ ป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่ร้อยละ 25.6 สกู๊ปรายการบางอ้อ ร้อยละ 18.8 และหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 17.9 ซึ่งสอดคล้องกับภาพรวมของประเภทสื่อรณรงค์ที่พบเห็น ดังรายละเอียดในตารางแจกแจง ดังนี้

ตารางที่ 10 : การรับรู้ข้อความจากสื่อรณรงค์โครงการ “มาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP” จำแนกตามการเปิดรับสื่อรณรงค์ของโครงการ

	คำ วลี หรือประโยคที่เคยได้เห็นหรือได้ยินจากสื่อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อความ)																				รวม		
	กินของฝากปลอดหมันผลิตกันยกระดับมาตรฐานควบคุมคุณภาพผลิต เพิ่มรายได้ประชาชน มั่นใจ บริโภคปลอดภัย		ต้องได้มาตรฐานการแปรรูปที่ผลิตอาหารแปรรูปตั้งแต่คัดสรรวัตถุดิบปลอดภัย		การผลิตขั้นต้น Primary GMP ชุมชนไทยให้สุขจนถึงมือผู้บริโภคได้มากขึ้น		Primary GMP เพิ่มมูลค่าการผลิตขั้นต้นให้ปลอดภัย		Primary GMP ให้ความสำคัญกับความปลอดภัย		การผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP เป็นหลักการที่ผู้ประกอบการ/ไม่เคยได้		Primary GMP เป็นหลักการที่ดีในกระบวนการผลิตอาหารขั้นต้น		จำนวน		ร้อยละ (%)						
	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)			
สื่อที่เคยเห็นเปิดรับ	326	27.2%	132	11.0%	382	31.8%	175	14.6%	258	21.5%	488	40.7%	147	12.3%	190	15.8%	95	7.9%	54	4.5%	744	62.0%	
ประเภทสื่อที่เคยได้ยินเกี่ยวกับโครงการ Primary GMP (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อความ)	1. สารคดีโทรทัศน์ ดอ	118	9.8%	65	5.4%	125	10.4%	69	5.8%	85	7.1%	146	12.2%	69	5.8%	77	6.4%	52	4.3%	3	.3%	217	18.1%
	2. สารคดีโทรทัศน์ ดอ	100	8.3%	58	4.8%	114	9.5%	60	5.0%	79	6.6%	126	10.5%	59	4.9%	69	5.8%	48	4.0%	3	.3%	190	15.8%
	3. สารคดีโทรทัศน์ ดอ	87	7.3%	47	3.9%	101	8.4%	46	3.8%	65	5.4%	111	9.3%	56	4.7%	65	5.4%	34	2.8%			150	12.5%
	4. สารคดีโทรทัศน์ ดอ	92	7.7%	56	4.7%	103	8.6%	54	4.5%	71	5.9%	118	9.8%	58	4.8%	65	5.4%	45	3.8%	1	.1%	171	14.3%
	5. สารคดีโทรทัศน์ ดอ	112	9.3%	62	5.2%	121	10.1%	68	5.7%	86	7.2%	130	10.8%	64	5.3%	74	6.2%	49	4.1%	1	.1%	190	15.8%
	6. สารคดีโทรทัศน์ ดอ	108	9.0%	58	4.8%	123	10.3%	61	5.1%	92	7.7%	128	10.7%	63	5.3%	75	6.3%	44	3.7%	1	.1%	186	15.5%
	7. สกู๊ปรายการไฮไลท์ (ออกอากาศเดือนเมษ	80	6.7%	46	3.8%	82	6.8%	49	4.1%	55	4.6%	94	7.8%	50	4.2%	60	5.0%	37	3.1%	3	.3%	139	11.6%
	8. สกู๊ปรายการไฮไลท์ (ออกอากาศเดือนพฤษ	84	7.0%	50	4.2%	74	6.2%	51	4.3%	56	4.7%	92	7.7%	60	5.0%	56	4.7%	41	3.4%	3	.3%	135	11.3%
	9. สกู๊ปรายการบางอ้อ	148	12.3%	70	5.8%	209	17.4%	86	7.2%	137	11.4%	225	18.8%	77	6.4%	98	8.2%	59	4.9%	9	.8%	322	26.8%
	10. สปอทีวีหยุด	106	8.8%	45	3.8%	143	11.9%	55	4.6%	83	6.9%	168	14.0%	52	4.3%	69	5.8%	40	3.3%	2	.2%	246	20.5%
	11. ป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่	201	16.8%	77	6.4%	266	22.2%	114	9.5%	188	15.7%	307	25.6%	89	7.4%	110	9.2%	62	5.2%	39	3.3%	476	39.7%
	12. ป้ายแบนเนอร์/ป้าย	125	10.4%	53	4.4%	173	14.4%	65	5.4%	121	10.1%	190	15.8%	61	5.1%	63	5.3%	43	3.6%	12	1.0%	292	24.3%
	13. หนังสือพิมพ์	143	11.9%	70	5.8%	161	13.4%	60	5.0%	108	9.0%	215	17.9%	72	6.0%	87	7.3%	57	4.8%	9	.8%	318	26.5%
	14. แผ่นพับ	120	10.0%	51	4.3%	138	11.5%	47	3.9%	89	7.4%	171	14.3%	57	4.8%	64	5.3%	42	3.5%	12	1.0%	267	22.3%
ไม่เคยเห็นสื่อ/ไม่เปิดรับ	104	8.7%	15	1.3%	82	6.8%	61	5.1%	66	5.5%	161	13.4%	20	1.7%	23	1.9%	5	.4%	245	20.4%	456	38.0%	
รวม	430	35.8%	147	12.3%	464	38.7%	236	19.7%	324	27.0%	649	54.1%	167	13.9%	213	17.8%	100	8.3%	299	24.9%	1200	100.0%	

ตอนที่ 3 ความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป

หลังจากที่ผู้บริโภคได้อ่านข้อความที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ Primary GMP แล้ว พบว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ในแต่ละประเด็นมากกว่าร้อยละ 50 เมื่อคิดจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด (1,200 คน) กล่าวคือ มีความเชื่อมั่นว่าผลิตภัณฑ์สะอาด บริโภคได้อย่างปลอดภัย ร้อยละ 66.1 เชื่อมั่นว่าช่วยยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารแปรรูป ของไทยให้สูงขึ้นร้อยละ 65.4 และเชื่อมั่นว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ คู่กับราคาที่จ่ายร้อยละ 57.4 ตามลำดับ ดังรายละเอียดในกราฟและตารางแจกแจง ดังนี้



กลุ่มตัวอย่าง 1,200 คน

ตารางที่ 11 : ความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น (คิดเปอร์เซ็นต์จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด)

		ภูมิภาค														รวม	
		กรุงเทพมหานคร		ปริมณฑล		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้		จำนวน	ร้อยละ(%)
		จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)		
1. ผลิตภัณฑ์สะอาด บริโภคได้อย่างปลอดภัย	เชื่อมั่น	60	5.0%	37	3.1%	208	17.3%	66	5.5%	60	5.0%	246	20.5%	116	9.7%	793	66.1%
	ไม่เชื่อมั่น	36	3.0%	42	3.5%	11	.9%	54	4.5%	17	1.4%	85	7.1%	31	2.6%	276	23.0%
	ไม่สามารถตอบได้	10	.8%	9	.8%	8	.7%	10	.8%	7	.6%	64	5.3%	23	1.9%	131	10.9%
	รวม	106	8.8%	88	7.3%	227	18.9%	130	10.8%	84	7.0%	395	32.9%	170	14.2%	1200	100.0%
2. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ คุ้มกับราคาที่จ่าย	เชื่อมั่น	57	4.8%	40	3.3%	166	13.8%	65	5.4%	52	4.3%	216	18.0%	93	7.8%	689	57.4%
	ไม่เชื่อมั่น	35	2.9%	37	3.1%	50	4.2%	57	4.8%	22	1.8%	113	9.4%	45	3.8%	359	29.9%
	ไม่สามารถตอบได้	14	1.2%	11	.9%	11	.9%	8	.7%	10	.8%	66	5.5%	32	2.7%	152	12.7%
	รวม	106	8.8%	88	7.3%	227	18.9%	130	10.8%	84	7.0%	395	32.9%	170	14.2%	1200	100.0%
3. ยกระดับมาตรฐานการผลิต อาหารแปรรูปของไทยให้ สูงขึ้น	เชื่อมั่น	59	4.9%	55	4.6%	192	16.0%	83	6.9%	57	4.8%	233	19.4%	106	8.8%	785	65.4%
	ไม่เชื่อมั่น	34	2.8%	25	2.1%	17	1.4%	40	3.3%	14	1.2%	87	7.3%	33	2.8%	250	20.8%
	ไม่สามารถตอบได้	13	1.1%	8	.7%	18	1.5%	7	.6%	13	1.1%	75	6.3%	31	2.6%	165	13.8%
	รวม	106	8.8%	88	7.3%	227	18.9%	130	10.8%	84	7.0%	395	32.9%	170	14.2%	1200	100.0%

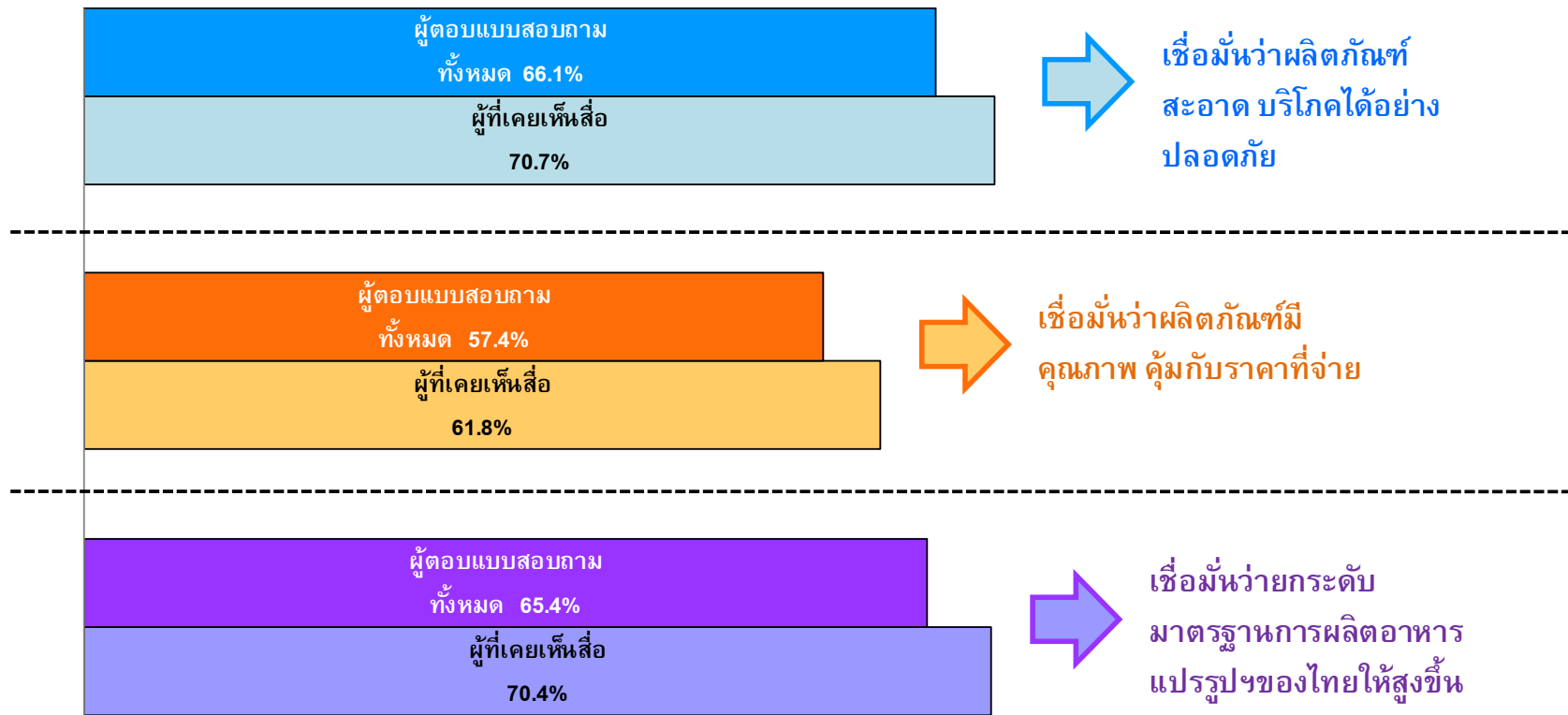
เมื่อพิจารณาเฉพาะ ผู้บริโภคที่เคยเห็นสื่อรณรงค์ของโครงการฯ จำนวน 744 คน ว่ามีความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ Primary GMP ในแต่ละประเด็นมากน้อยเพียงใด พบว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นว่าผลิตภัณฑ์สะอาด บริโภคได้อย่างปลอดภัยร้อยละ 70.7 เชื่อมั่นว่าช่วยยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารแปรรูปฯ ของไทยให้สูงขึ้นร้อยละ 70.4 และเชื่อมั่นว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ คู่กับราคาที่จ่ายร้อยละ 61.8 ตามลำดับ ดังรายละเอียดในตาราง แจกแจง ดังนี้

ตารางที่ 12 : ความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น (คิดเปอร์เซ็นต์จากผู้ที่เคยเห็นสื่อ)

		ภูมิภาค														รวม	
		กรุงเทพมหานคร		ปริมณฑล		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้		จำนวน	ร้อยละ(%)
		จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)		
1. ผลิตภัณฑ์สะอาด บริโภคได้อย่างปลอดภัย	เชื่อมั่น	39	5.2%	27	3.6%	179	24.1%	53	7.1%	30	4.0%	135	18.1%	63	8.5%	526	70.7%
	ไม่เชื่อมั่น	26	3.5%	27	3.6%	10	1.3%	47	6.3%	4	.5%	28	3.8%	18	2.4%	160	21.5%
	ไม่สามารถตอบได้	4	.5%	8	1.1%	6	.8%	9	1.2%	3	.4%	17	2.3%	11	1.5%	58	7.8%
รวม		69	9.3%	62	8.3%	195	26.2%	109	14.7%	37	5.0%	180	24.2%	92	12.4%	744	100.0%
2. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ คู่กับราคาที่จ่าย	เชื่อมั่น	37	5.0%	30	4.0%	143	19.2%	53	7.1%	25	3.4%	117	15.7%	55	7.4%	460	61.8%
	ไม่เชื่อมั่น	24	3.2%	23	3.1%	45	6.0%	50	6.7%	8	1.1%	42	5.6%	25	3.4%	217	29.2%
	ไม่สามารถตอบได้	8	1.1%	9	1.2%	7	.9%	6	.8%	4	.5%	21	2.8%	12	1.6%	67	9.0%
รวม		69	9.3%	62	8.3%	195	26.2%	109	14.7%	37	5.0%	180	24.2%	92	12.4%	744	100.0%
3. ยกระดับมาตรฐานการผลิต อาหารแปรรูปฯของไทยให้ สูงขึ้น	เชื่อมั่น	44	5.9%	40	5.4%	165	22.2%	66	8.9%	30	4.0%	123	16.5%	56	7.5%	524	70.4%
	ไม่เชื่อมั่น	19	2.6%	16	2.2%	16	2.2%	37	5.0%	2	.3%	28	3.8%	17	2.3%	135	18.2%
	ไม่สามารถตอบได้	6	.8%	6	.8%	14	1.9%	6	.8%	5	.7%	29	3.9%	19	2.6%	85	11.4%
รวม		69	9.3%	62	8.3%	195	26.2%	109	14.7%	37	5.0%	180	24.2%	92	12.4%	744	100.0%



จากความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ Primary GMP ด้านต่างๆ ของทั้งผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด (ผู้ที่เคยเห็นและไม่เคยเห็นสื่อของโครงการฯ) กับผู้ที่เคยเห็นสื่อรณรงค์ของโครงการฯ ข้างต้น ได้นำมาเปรียบเทียบกันในแต่ละด้าน พบว่า ผู้บริโภคที่เคยเห็นสื่อรณรงค์ฯ มีความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหาร แปรรูปฯ ที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นมากกว่าผู้บริโภคทั่วไปทั้ง 3 ด้าน ดังรายละเอียดในกราฟ ดังนี้



หากนำข้อมูลความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นทั้ง 3 ด้าน มาศึกษาในรายละเอียดเชิงลึกโดยนำมาหาความสัมพันธ์กับข้อมูลส่วนตัวทั้งเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ความเชื่อมั่นทั้ง 3 ด้านไม่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม เพศ อายุ และอาชีพ แต่เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่มีความเชื่อมั่นทั้ง 3 ด้านเป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มากกว่าระดับอื่น โดยจำแนกเป็น เชื่อกันว่า “ช่วยยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารแปรรูป ของไทยให้สูงขึ้น ” มีการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 18.3 เชื่อกันว่า “ผลิตภัณฑ์สะอาด บริโภคได้อย่างปลอดภัย ” มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 17.4 และเชื่อกันว่า “ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ คุ่มกับราคาที่จ่าย ” มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 15.5 ตามลำดับ สำหรับในเรื่องรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้บริโภคที่มีความเชื่อมั่นทั้ง 3 ด้านเป็นผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาทมากที่สุด ดังรายละเอียดในตารางแจกแจง ดังนี้

ตารางที่ 13 : ความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น จำแนกตามข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

		1. ผลิตภัณฑ์สะอาด บริโภคได้อย่างปลอดภัย						2. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ คุ่มกับราคาที่จ่าย						ยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารแปรรูป ของไทยให้สูงขึ้น						รวม	
		เชื่อมั่น		ไม่เชื่อมั่น		ไม่สามารถตอบได้		เชื่อมั่น		ไม่เชื่อมั่น		ไม่สามารถตอบได้		เชื่อมั่น		ไม่เชื่อมั่น		ไม่สามารถตอบได้		จำนวน	ร้อยละ(%)
		จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)				
เพศ	ชาย	377	31.4%	150	12.5%	70	5.8%	330	27.5%	180	15.0%	87	7.3%	375	31.3%	133	11.1%	89	7.4%	597	49.8%
	หญิง	416	34.7%	126	10.5%	61	5.1%	359	29.9%	179	14.9%	65	5.4%	410	34.2%	117	9.8%	76	6.3%	603	50.3%
	รวม	793	66.1%	276	23.0%	131	10.9%	689	57.4%	359	29.9%	152	12.7%	785	65.4%	250	20.8%	165	13.8%	1200	100.0%
อายุ	15-20 ปี	151	12.6%	28	2.3%	23	1.9%	130	10.8%	43	3.6%	29	2.4%	140	11.7%	36	3.0%	26	2.2%	202	16.8%
	21-30 ปี	147	12.3%	45	3.8%	19	1.6%	125	10.4%	62	5.2%	24	2.0%	147	12.3%	43	3.6%	21	1.8%	211	17.6%
	31-40 ปี	149	12.4%	70	5.8%	25	2.1%	130	10.8%	84	7.0%	30	2.5%	160	13.3%	51	4.3%	33	2.8%	244	20.3%
	41-50 ปี	155	12.9%	60	5.0%	31	2.6%	135	11.3%	77	6.4%	34	2.8%	153	12.8%	53	4.4%	40	3.3%	246	20.5%
	51-60 ปี	122	10.2%	48	4.0%	24	2.0%	106	8.8%	61	5.1%	27	2.3%	118	9.8%	45	3.8%	31	2.6%	194	16.2%
	61-65 ปี	69	5.8%	25	2.1%	9	.8%	63	5.3%	32	2.7%	8	.7%	67	5.6%	22	1.8%	14	1.2%	103	8.6%
	รวม	793	66.1%	276	23.0%	131	10.9%	689	57.4%	359	29.9%	152	12.7%	785	65.4%	250	20.8%	165	13.8%	1200	100.0%
ระดับการศึกษาสูง	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	186	15.5%	75	6.3%	41	3.4%	165	13.8%	99	8.3%	38	3.2%	176	14.7%	70	5.8%	56	4.7%	302	25.2%
	มัธยมศึกษาตอนต้น	154	12.8%	33	2.8%	23	1.9%	135	11.3%	54	4.5%	21	1.8%	149	12.4%	35	2.9%	26	2.2%	210	17.5%
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส./อนุปริญญา	157	13.1%	60	5.0%	33	2.8%	136	11.3%	66	5.5%	48	4.0%	160	13.3%	52	4.3%	38	3.2%	250	20.8%
	ปริญญาตรี	78	6.5%	25	2.1%	10	.8%	61	5.1%	40	3.3%	12	1.0%	70	5.8%	25	2.1%	18	1.5%	113	9.4%
	สูงกว่าปริญญาตรี	209	17.4%	74	6.2%	22	1.8%	186	15.5%	88	7.3%	31	2.6%	219	18.3%	61	5.1%	25	2.1%	305	25.4%
	สูงกว่าปริญญาตรี	9	.8%	9	.8%	2	.2%	6	.5%	12	1.0%	2	.2%	11	.9%	7	.6%	2	.2%	20	1.7%
	รวม	793	66.1%	276	23.0%	131	10.9%	689	57.4%	359	29.9%	152	12.7%	785	65.4%	250	20.8%	165	13.8%	1200	100.0%



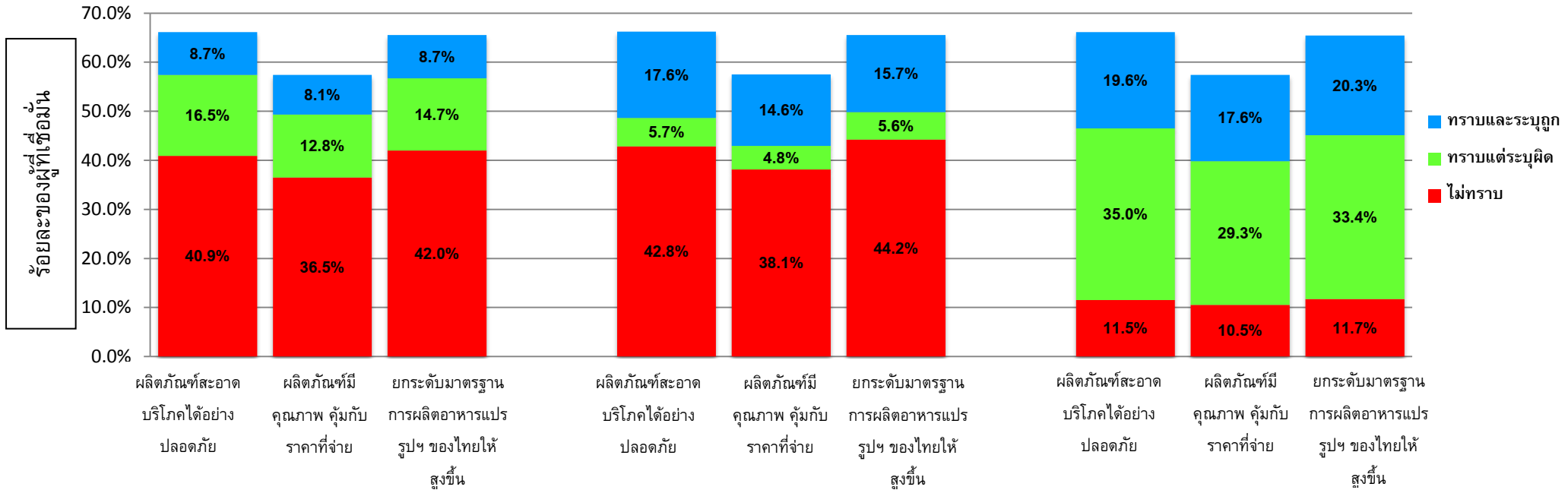
ตารางที่ 13 : ความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น จำแนกตามข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

		1. ผลิตภัณฑ์สะอาด บริโภคได้อย่างปลอดภัย						2. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ คุ้มกับราคาที่จ่าย						ระดับมาตรฐานการผลิตอาหารแปรรูปฯ ของไทยให้สูง						รวม	
		เชื่อมั่น		ไม่เชื่อมั่น		ไม่สามารถตอบได้		เชื่อมั่น		ไม่เชื่อมั่น		ไม่สามารถตอบได้		เชื่อมั่น		ไม่เชื่อมั่น		ไม่สามารถตอบได้		จำนวน	ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	49	4.1%	28	2.3%	11	.9%	43	3.6%	29	2.4%	16	1.3%	50	4.2%	27	2.3%	11	.9%	88	7.3%
	เจ้าของธุรกิจ	82	6.8%	38	3.2%	16	1.3%	69	5.8%	46	3.8%	21	1.8%	79	6.6%	32	2.7%	25	2.1%	136	11.3%
	รัฐวิสาหกิจ	15	1.3%	4	.3%	3	.3%	14	1.2%	4	.3%	4	.3%	15	1.3%	3	.3%	4	.3%	22	1.8%
	ลูกจ้างบริษัทเอกชน	125	10.4%	57	4.8%	20	1.7%	105	8.8%	75	6.3%	22	1.8%	131	10.9%	47	3.9%	24	2.0%	202	16.8%
	ลูกจ้างชั่วคราว/ลูกจ้างโคร	36	3.0%	8	.7%	4	.3%	30	2.5%	15	1.3%	3	.3%	32	2.7%	8	.7%	8	.7%	48	4.0%
	นักเรียนนักศึกษา	179	14.9%	26	2.2%	19	1.6%	157	13.1%	42	3.5%	25	2.1%	170	14.2%	31	2.6%	23	1.9%	224	18.7%
	พ่อบ้านแม่บ้าน	90	7.5%	25	2.1%	16	1.3%	79	6.6%	36	3.0%	16	1.3%	84	7.0%	22	1.8%	25	2.1%	131	10.9%
	ค้าขาย	119	9.9%	51	4.3%	24	2.0%	106	8.8%	63	5.3%	25	2.1%	129	10.8%	39	3.3%	26	2.2%	194	16.2%
	ว่างงาน	5	.4%	6	.5%			4	.3%	6	.5%	1	.1%	7	.6%	4	.3%			11	.9%
	รับจ้างทั่วไป	75	6.3%	25	2.1%	13	1.1%	68	5.7%	33	2.8%	12	1.0%	70	5.8%	29	2.4%	14	1.2%	113	9.4%
	ทนายความ					1	.1%					1	.1%					1	.1%	1	.1%
เกษตรกร	18	1.5%	8	.7%	4	.3%	14	1.2%	10	.8%	6	.5%	18	1.5%	8	.7%	4	.3%	30	2.5%	
	รวม	793	66.1%	276	23.0%	134	10.9%	689	57.4%	359	29.9%	152	12.7%	785	65.4%	250	20.8%	165	13.8%	1200	100.0%
รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อ	ไม่เกิน 10,000 บาท	423	35.3%	98	8.2%	60	5.0%	367	30.6%	145	12.1%	69	5.8%	407	33.9%	101	8.4%	73	6.1%	581	48.4%
	10,001-20,000 บาท	224	18.7%	106	8.8%	46	3.8%	192	16.0%	136	11.3%	48	4.0%	221	18.4%	96	8.0%	59	4.9%	376	31.3%
	20,001-30,000 บาท	90	7.5%	39	3.3%	13	1.1%	76	6.3%	45	3.8%	21	1.8%	95	7.9%	27	2.3%	20	1.7%	142	11.8%
	30,001-40,000 บาท	27	2.3%	21	1.8%	6	.5%	25	2.1%	22	1.8%	7	.6%	32	2.7%	16	1.3%	6	.5%	54	4.5%
	40,001-50,000 บาท	22	1.8%	6	.5%	4	.3%	22	1.8%	6	.5%	4	.3%	22	1.8%	6	.5%	4	.3%	32	2.7%
	มากกว่า 50,000 บาท	7	.6%	6	.5%	2	.2%	7	.6%	5	.4%	3	.3%	8	.7%	4	.3%	3	.3%	15	1.3%
	รวม	793	66.1%	276	23.0%	134	10.9%	689	57.4%	359	29.9%	152	12.7%	785	65.4%	250	20.8%	165	13.8%	1200	100.0%

เมื่อพิจารณาการรับทราบข้อมูลโครงการรณรงค์ของผู้ที่มีความเชื่อมั่นทั้ง 3 ด้าน สามารถแยกประเด็นพิจารณาได้ ดังนี้

1. ผู้ที่เชื่อมั่นว่าผลิตภัณฑ์สะอาด บริโภคได้อย่างปลอดภัย (ร้อยละ 66.1) เป็นผู้ที่รับทราบถูกต้องว่าเป็นผลิตภัณฑ์อาหารร้อยละ 8.7 ขณะที่รับทราบถูกต้องว่าหน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการคือ อย. ร้อยละ 17.6 และระบุข้อมูลที่ทำให้มั่นใจถูกต้องว่าเป็นเลข อย. ร้อยละ 19.6
2. ผู้ที่เชื่อมั่นว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ คู่กับราคาที่จ่าย (ร้อยละ 57.4) เป็นผู้ที่รับทราบถูกต้องว่าเป็นผลิตภัณฑ์อาหารร้อยละ 8.1 ขณะที่รับทราบถูกต้องว่าหน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการคือ อย. ร้อยละ 14.6 และระบุข้อมูลที่ทำให้มั่นใจถูกต้องว่าเป็นเลข อย. ร้อยละ 17.6
3. ผู้ที่เชื่อมั่นว่าช่วยยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารแปรรูปฯ ของไทยให้สูงขึ้น (ร้อยละ 65.4) เป็นผู้ที่รับทราบถูกต้องว่าเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร ร้อยละ 8.7 ขณะที่รับทราบถูกต้องว่าหน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการคือ อย. ร้อยละ 15.7 และระบุข้อมูลที่ทำให้มั่นใจถูกต้องว่าเป็นเลข อย. ร้อยละ 20.3

สามารถอธิบายได้ตามแผนภูมิต่อไปนี้



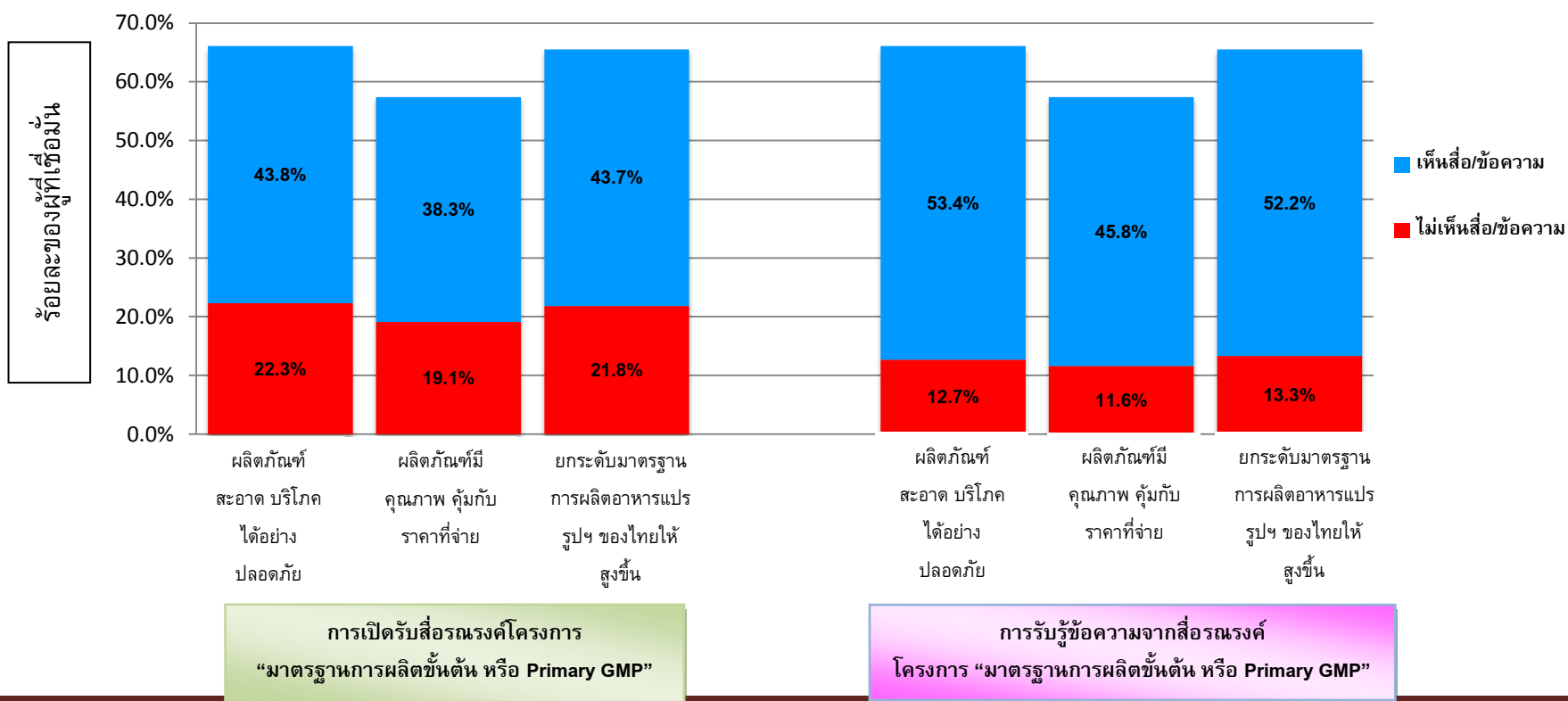
การรับทราบเรื่องผลิตภัณฑ์ที่รณรงค์ในโครงการ “มาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ Primary GMP”

การรับทราบเกี่ยวกับหน่วยงานที่รับผิดชอบในการรณรงค์โครงการ “มาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ Primary GMP”

การระบุข้อมูลที่ทำให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ที่วางจำหน่ายผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ Primary GMP

เมื่อพิจารณาการเปิดรับสื่อรณรงค์ของผู้ที่มีความเชื่อมั่นทั้ง 3 ด้าน สามารถแยกประเด็นพิจารณาได้ ดังนี้

1. ผู้ที่เชื่อมั่นว่าผลิตภัณฑ์สะอาด บริโภคได้อย่างปลอดภัย (ร้อยละ 66.1) เป็นผู้ที่เห็นสื่อรณรงค์ของโครงการ ร้อยละ 43.8 และเห็นข้อความรณรงค์ของโครงการ ร้อยละ 53.4
2. ผู้ที่เชื่อมั่นว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ คู่กับราคาที่จ่าย (ร้อยละ 57.4) เป็นผู้ที่เห็นสื่อรณรงค์ของโครงการ ร้อยละ 38.3 และเห็นข้อความรณรงค์ของโครงการ ร้อยละ 45.8
3. ผู้ที่เชื่อมั่นว่าช่วยยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารแปรรูปฯ ของไทยให้สูงขึ้น (ร้อยละ 65.4) เป็นผู้ที่เห็นสื่อรณรงค์ของโครงการ ร้อยละ 43.7 และเห็นข้อความรณรงค์ของโครงการ ร้อยละ 52.2



เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกด้านความสัมพันธ์ ระหว่างความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น ทั้ง 3 ด้านกับการรับรู้ รับประทานเกี่ยวกับโครงการฯ ด้านประเภทผลิตภัณฑ์ที่รณรงค์ หน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการรณรงค์ และการรับทราบข้อมูลที่ทำให้มั่นใจ พบว่า ผู้บริโภคที่มีความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นทั้ง 3 ด้านเป็นผู้ที่รับประทานข้อมูลและระบุถูกว่าเป็นเลขสารบบอาหาร 13 หลัก (เลข อย.) มากกว่าผู้ที่ทราบประเภทผลิตภัณฑ์ที่รณรงค์ และผู้ที่ทราบหน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการรณรงค์ ดังรายละเอียดในตารางแจกแจง ดังนี้

ตารางที่ 14 : ความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น จำแนกตามความรู้ความเข้าใจเรื่อง “มาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP”

		1. ผลิตภัณฑ์สะอาด บริโภคได้อย่างปลอดภัย						2. ผลิตภัณฑ์คุณภาพ คมกับราคาที่เหมาะสม						3. ยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารแปรรูปฯ ของไทยให้สูงขึ้น						รวม	
		เชื่อมั่น		ไม่เชื่อมั่น		ไม่สามารถตอบได้		เชื่อมั่น		ไม่เชื่อมั่น		ไม่สามารถตอบได้		เชื่อมั่น		ไม่เชื่อมั่น		ไม่สามารถตอบได้		จำนวน	ร้อยละ(%)
		จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)		
การรับทราบเรื่อง "มาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP"	ทราบว่าเป็นอาหาร	104	8.7%	23	1.9%	5	.4%	97	8.1%	26	2.2%	9	.8%	105	8.7%	18	1.5%	9	.8%	132	11.0%
	ทราบแต่ระบุว่าเป็นสินค้าอื่น	198	16.5%	19	1.6%	5	.4%	154	12.8%	63	5.3%	5	.4%	176	14.7%	21	1.8%	25	2.1%	222	18.5%
	ไม่เคยรับทราบ	491	40.9%	234	19.5%	121	10.1%	438	36.5%	270	22.5%	138	11.5%	504	42.0%	211	17.6%	131	10.9%	846	70.5%
รวม		793	66.1%	276	23.0%	131	10.9%	689	57.4%	359	29.9%	152	12.7%	785	65.4%	250	20.8%	165	13.8%	1200	100.0%
การรับทราบหน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดกิจกรรมการอาหารและยา (อย.) มาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP	ทราบและระบุถูกว่าเป็นสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)	211	17.6%	20	1.7%	5	.4%	175	14.6%	55	4.6%	6	.5%	188	15.7%	22	1.8%	26	2.2%	236	19.7%
	ทราบแต่ระบุผิดว่าเป็นหน่วยงานอื่น	69	5.8%	13	1.1%	2	.2%	57	4.8%	23	1.9%	4	.3%	67	5.6%	13	1.1%	4	.3%	84	7.0%
	ไม่ทราบ	513	42.8%	243	20.3%	124	10.3%	457	38.1%	281	23.4%	142	11.8%	530	44.2%	215	17.9%	135	11.3%	880	73.3%
รวม		793	66.1%	276	23.0%	131	10.9%	689	57.4%	359	29.9%	152	12.7%	785	65.4%	250	20.8%	165	13.8%	1200	100.0%
ข้อมูลที่ทำให้มั่นใจในผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯที่วางจำหน่ายผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP	ทราบและระบุถูกว่าเป็นเลขสารบบอาหาร 13 หลัก (เลขอย.)	235	19.6%	81	6.8%	25	2.1%	211	17.6%	94	7.8%	36	3.0%	244	20.3%	65	5.4%	32	2.7%	341	28.4%
	ทราบแต่ระบุผิดว่าเป็นข้อมูลอื่น	420	35.0%	125	10.4%	63	5.3%	352	29.3%	186	15.5%	70	5.8%	401	33.4%	118	9.8%	89	7.4%	608	50.7%
	ไม่ทราบ	138	11.5%	70	5.8%	43	3.6%	126	10.5%	79	6.6%	46	3.8%	140	11.7%	67	5.6%	44	3.7%	251	20.9%
รวม		793	66.1%	276	23.0%	131	10.9%	689	57.4%	359	29.9%	152	12.7%	785	65.4%	250	20.8%	165	13.8%	1200	100.0%

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นทั้ง 3 ด้านกับการเปิดรับสื่อรณรงค์ของโครงการ พบว่า เมื่อพิจารณาเฉพาะผู้ที่เปิดรับสื่อรณรงค์ของโครงการ มีความเชื่อมั่นว่าผลิตภัณฑ์สะอาด บริโภคได้อย่างปลอดภัยมากที่สุด (ร้อยละ 43.8) รองลงมา มีความเชื่อมั่นว่าช่วยยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารแปรรูปของไทยให้สูงขึ้น (ร้อยละ 43.7) และมีความเชื่อมั่นว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ คู่กับราคาที่จ่าย (ร้อยละ 38.3) ตามลำดับ สำหรับประเภทสื่อที่เคยเห็น /เคยได้ยิน จะพบว่า ผู้บริโภคที่มีความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น ทั้ง 3 ด้านพบเห็นมากที่สุด 3 สื่อแรก ได้แก่ ป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่ สกู๊ปรายการบางอ้อ และหนังสือพิมพ์ ดังรายละเอียดในตารางแจกแจง ดังนี้

ตารางที่ 15 : ความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น จำแนกตามการเปิดรับสื่อรณรงค์โครงการ “มาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP”

		1. ผลิตภัณฑ์สะอาด บริโภคได้อย่างปลอดภัย						2. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ คู่กับราคาที่จ่าย						ระดับมาตรฐานการผลิตอาหารแปรรูป ของไทย						รวม	
		เชื่อมั่น		ไม่เชื่อมั่น		ไม่สามารถตอบได้		เชื่อมั่น		ไม่เชื่อมั่น		ไม่สามารถตอบได้		เชื่อมั่น		ไม่เชื่อมั่น		ไม่สามารถตอบได้		จำนวน	ร้อยละ (%)
		จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)		
คนที่เห็นสื่อ		526	43.8%	160	13.3%	58	4.8%	460	38.3%	217	18.1%	67	5.6%	524	43.7%	135	11.3%	85	7.1%	744	62.0%
ประเภทสื่อที่เคยเห็น/เคยได้ยิน (ตอบได้มากกว่า 1 สื่อ)	1. สารคดีโทรทัศน์ ตอนนี้	163	13.6%	45	3.8%	9	.8%	141	11.8%	67	5.6%	9	.8%	162	13.5%	36	3.0%	19	1.6%	217	18.1%
	2. สารคดีโทรทัศน์ ตอนนี้	146	12.2%	36	3.0%	8	.7%	126	10.5%	54	4.5%	10	.8%	145	12.1%	29	2.4%	16	1.3%	190	15.8%
	3. สารคดีโทรทัศน์ ตอนนี้	105	8.8%	35	2.9%	10	.8%	95	7.9%	43	3.6%	12	1.0%	106	8.8%	29	2.4%	15	1.3%	150	12.5%
	4. สารคดีโทรทัศน์ ตอนนี้	134	11.2%	30	2.5%	7	.6%	116	9.7%	46	3.8%	9	.8%	132	11.0%	25	2.1%	14	1.2%	171	14.3%
	5. สารคดีโทรทัศน์ ตอนนี้	142	11.8%	37	3.1%	11	.9%	127	10.6%	51	4.3%	12	1.0%	147	12.3%	26	2.2%	17	1.4%	190	15.8%
	6. สารคดีโทรทัศน์ ตอนนี้	141	11.8%	35	2.9%	10	.8%	128	10.7%	46	3.8%	12	1.0%	149	12.4%	23	1.9%	14	1.2%	186	15.5%
	7. สกู๊ปรายการไอไลฟ์ไท (ออกอากาศเดือนเมษายน)	97	8.1%	37	3.1%	5	.4%	84	7.0%	49	4.1%	6	.5%	104	8.7%	28	2.3%	7	.6%	139	11.6%
	8. สกู๊ปรายการไอไลฟ์ไท (ออกอากาศเดือนพฤษภาคม)	95	7.9%	30	2.5%	10	.8%	85	7.1%	38	3.2%	12	1.0%	100	8.3%	25	2.1%	10	.8%	135	11.3%
	9. สกู๊ปรายการบางอ้อ	232	19.3%	73	6.1%	17	1.4%	209	17.4%	95	7.9%	18	1.5%	235	19.6%	52	4.3%	35	2.9%	322	26.8%
	10. สปอตวิทยุ	204	17.0%	29	2.4%	13	1.1%	166	13.8%	67	5.6%	13	1.1%	191	15.9%	28	2.3%	27	2.3%	246	20.5%
	11. ป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่	342	28.5%	98	8.2%	36	3.0%	304	25.3%	131	10.9%	41	3.4%	343	28.6%	77	6.4%	56	4.7%	476	39.7%
	12. ป้ายแบนเนอร์/ป้ายไวนิล	229	19.1%	48	4.0%	15	1.3%	200	16.7%	75	6.3%	17	1.4%	219	18.3%	40	3.3%	33	2.8%	292	24.3%
	13. หนังสือพิมพ์	245	20.4%	52	4.3%	21	1.8%	207	17.3%	87	7.3%	24	2.0%	237	19.8%	44	3.7%	37	3.1%	318	26.5%
	14. แผ่นพับ	224	18.7%	27	2.3%	16	1.3%	193	16.1%	58	4.8%	16	1.3%	212	17.7%	26	2.2%	29	2.4%	267	22.3%
คนที่ไม่เห็นสื่อ		267	22.3%	116	9.7%	73	6.1%	229	19.1%	142	11.8%	85	7.1%	261	21.8%	115	9.6%	80	6.7%	456	38.0%
รวม		793	66.1%	276	23.0%	131	10.9%	689	57.4%	359	29.9%	152	12.7%	785	65.4%	250	20.8%	165	13.8%	1200	100.0%



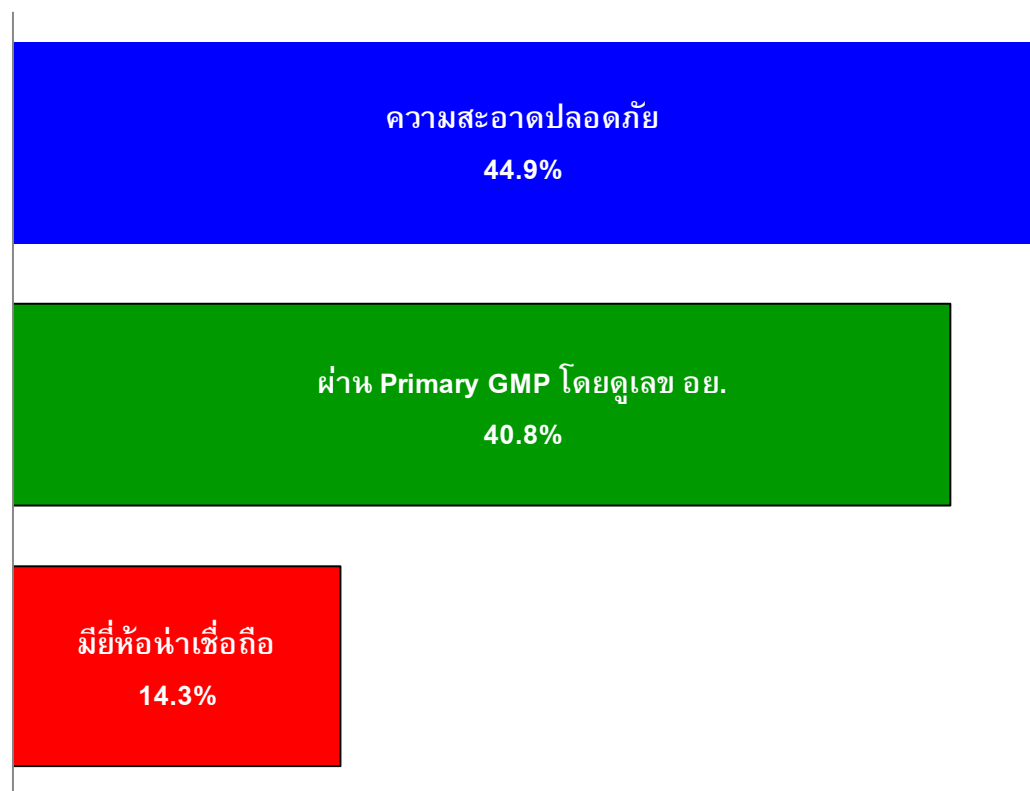
สำหรับความสัมพันธ์ ระหว่าง ความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นทั้ง 3 ด้านกับการรับรู้ข้อความจากสื่อรณรงค์ โครงการฯ พบว่า เมื่อพิจารณาเฉพาะผู้ที่เคยเห็นข้อความรณรงค์ของโครงการฯ ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่น ว่าผลิตภัณฑ์สะอาด บริโภคได้อย่างปลอดภัย มากที่สุด (ร้อยละ 53.4) รองลงมา เชื่อมั่นว่าช่วยยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารแปรรูปฯ ของไทยให้สูงขึ้น (ร้อยละ 52.2) และเชื่อมั่นว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ คู่กับราคาที่จ่าย (ร้อยละ 20.7) ตามลำดับ ทั้งนี้ ข้อความจากสื่อรณรงค์ ที่เคยเห็น/เคยได้ยิน พบว่า ผู้บริโภคที่มีความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นทั้ง 3 ด้านพบเห็นข้อความ “ประชาชน มั่นใจ บริโภคปลอดภัย” มากที่สุด รองลงมา คือ “อย.ยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารแปรรูปฯของชุมชนไทยให้สูงขึ้น” และ “ของกินของฝากปลอดภัยต้องได้มาตรฐานการผลิตขั้นต้น” ตามลำดับ ดังรายละเอียดในตารางแจกแจง ดังนี้

ตารางที่ 16 : ความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น จำแนกตามการรับรู้ข้อความจากสื่อรณรงค์โครงการ “มาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP”

		1. ผลิตภัณฑ์สะอาด บริโภคได้อย่างปลอดภัย						2. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ คู่กับราคาที่จ่าย						3. มาตรฐานการผลิตอาหารแปรรูปฯ ของไทย						รวม	
		เชื่อมั่น		ไม่เชื่อมั่น		ไม่สามารถตอบ		เชื่อมั่น		ไม่เชื่อมั่น		ไม่สามารถตอบ		เชื่อมั่น		ไม่เชื่อมั่น		ไม่สามารถตอบ		จำนวน	ร้อยละ(%)
		จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)				
การรับรู้/เคยเห็นข้อความจากสื่อ	คนที่เคยเห็นข้อความ	641	53.4%	176	14.7%	84	7.0%	550	45.8%	248	20.7%	103	8.6%	626	52.2%	162	13.5%	113	9.4%	901	75.1%
	คนที่ไม่เคยเห็นข้อความ	152	12.7%	100	8.3%	47	3.9%	139	11.6%	111	9.3%	49	4.1%	159	13.3%	88	7.3%	52	4.3%	299	24.9%
คำ วลี หรือประโยคที่เคยได้เห็นหรือจากสื่อ	ของกินของฝากปลอดภัยต้องได้มาตรฐาน	298	24.8%	85	7.1%	47	3.9%	265	22.1%	113	9.4%	52	4.3%	298	24.8%	75	6.3%	57	4.8%	430	35.8%
	อุดหนุนผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯที่ปลอดภัย	104	8.7%	33	2.8%	10	.8%	101	8.4%	37	3.1%	9	.8%	113	9.4%	26	2.2%	8	.7%	147	12.3%
	อย. ยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารชุมชนไทยให้สูงขึ้น	332	27.7%	92	7.7%	40	3.3%	299	24.9%	121	10.1%	44	3.7%	332	27.7%	74	6.2%	58	4.8%	464	38.7%
	ควบคุมคุณภาพ 6 ด้านตั้งแต่คัดสรรวัตถุดิบ	168	14.0%	50	4.2%	18	1.5%	161	13.4%	61	5.1%	14	1.2%	175	14.6%	42	3.5%	19	1.6%	236	19.7%
	ผู้ผลิต เพิ่มรายได้ และขยายตลาดสินค้า	246	20.5%	56	4.7%	22	1.8%	222	18.5%	74	6.2%	28	2.3%	244	20.3%	47	3.9%	33	2.8%	324	27.0%
	ประชาชน มั่นใจ บริโภคปลอดภัย	461	38.4%	131	10.9%	57	4.8%	409	34.1%	167	13.9%	73	6.1%	455	37.9%	117	9.8%	77	6.4%	649	54.1%
	Primary GMP เพิ่มมูลค่า นำพาความก้าวหน้าสู่สากล	113	9.4%	48	4.0%	6	.5%	103	8.6%	56	4.7%	8	.7%	123	10.3%	32	2.7%	12	1.0%	167	13.9%
	ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ที่ผ่านมาตรฐานหรือ Primary GMP จะมีเลขสารบบอย. (เลข อย.)	135	11.3%	60	5.0%	18	1.5%	122	10.2%	74	6.2%	17	1.4%	144	12.0%	50	4.2%	19	1.6%	213	17.8%
Primary GMP หรือมาตรฐานการผลิตเป็นหลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิต	65	5.4%	29	2.4%	6	.5%	60	5.0%	33	2.8%	7	.6%	75	6.3%	22	1.8%	3	.3%	100	8.3%	
รวม		793	66.1%	276	23.0%	131	10.9%	689	57.4%	359	29.9%	152	12.7%	785	65.4%	250	20.8%	165	13.8%	1200	100.0%



ทางด้านปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายที่เป็
นของกินของฝากใน
ครั้งต่อไป เมื่อพิจารณาเฉพาะปัจจัยที่ผู้บริโภคเลือกเป็นอันดับ 1 พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด ร้อยละ 44.9
รองลงมา ปัจจัยด้านการผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP โดยดูฉลากให้มีเลขสารบบอาหาร 13 หลัก (เลข อย.) ร้อยละ 40.8 และปัจจัยที่มียี่ห้อ
น่าเชื่อถือ ร้อยละ 14.3 ดังรายละเอียดในกราฟและตารางแจกแจง ดังนี้

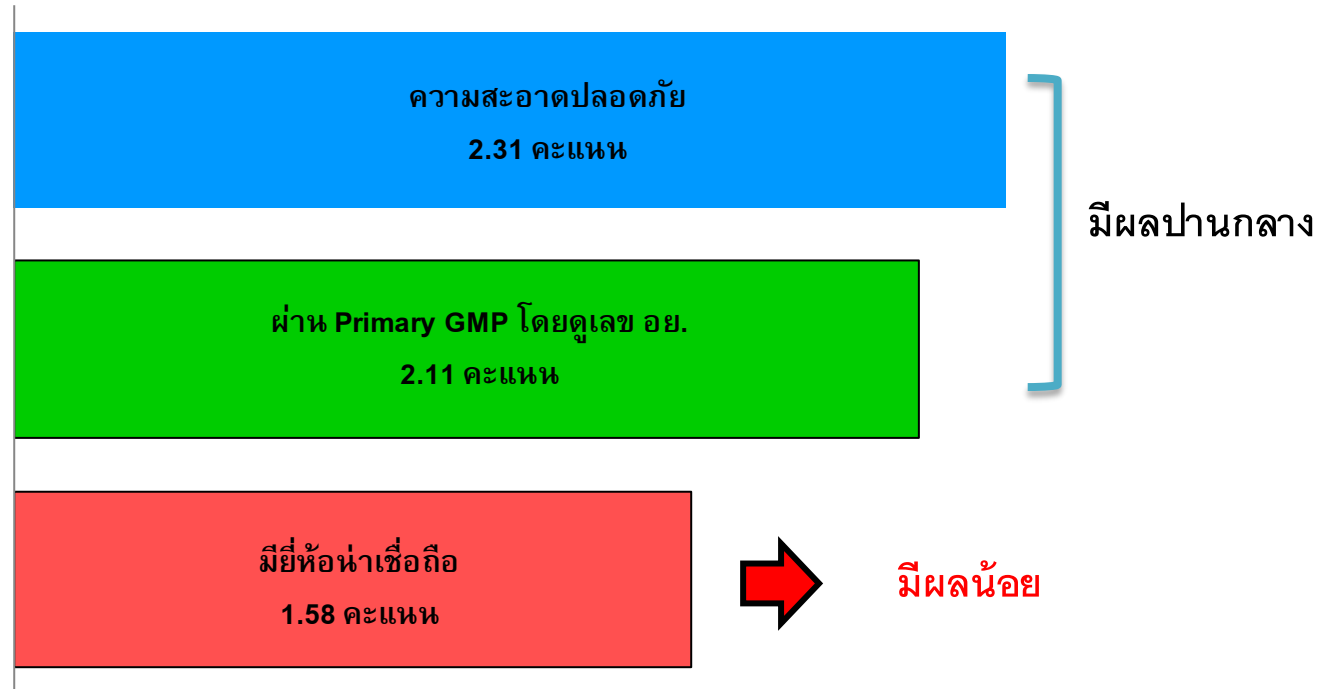


ตารางที่ 17 : ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ครั้งต่อไป

		ภูมิภาค														รวม	
		กรุงเทพมหานคร		ปริมณฑล		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้		จำนวน	ร้อยละ(%)
		จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)		
อันดับ 1	ความสะอาดปลอดภัย	51	4.3%	26	2.2%	113	9.4%	47	3.9%	42	3.5%	167	13.9%	93	7.8%	539	44.9%
	มีข้อมูลที่เชื่อถือ	11	.9%	7	.6%	30	2.5%	12	1.0%	5	.4%	83	6.9%	24	2.0%	172	14.3%
	ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP โดยดูฉลากให้มเลขสารบบอาหาร 13 หลัก (เลข อย.)	44	3.7%	55	4.6%	84	7.0%	71	5.9%	37	3.1%	145	12.1%	53	4.4%	489	40.8%
	รวม	106	8.8%	88	7.3%	227	18.9%	130	10.8%	84	7.0%	395	32.9%	170	14.2%	1200	100.0%
อันดับ 2	ความสะอาดปลอดภัย	40	3.3%	43	3.6%	74	6.2%	66	5.5%	32	2.7%	173	14.4%	64	5.3%	492	41.0%
	มีข้อมูลที่เชื่อถือ	31	2.6%	21	1.8%	94	7.8%	21	1.8%	24	2.0%	113	9.4%	48	4.0%	352	29.3%
	ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP โดยดูฉลากให้มเลขสารบบอาหาร 13 หลัก (เลข อย.)	35	2.9%	24	2.0%	59	4.9%	43	3.6%	28	2.3%	109	9.1%	58	4.8%	356	29.7%
	รวม	106	8.8%	88	7.3%	227	18.9%	130	10.8%	84	7.0%	395	32.9%	170	14.2%	1200	100.0%
อันดับ 3	ความสะอาดปลอดภัย	15	1.3%	19	1.6%	40	3.3%	17	1.4%	10	.8%	55	4.6%	13	1.1%	169	14.1%
	มีข้อมูลที่เชื่อถือ	64	5.3%	60	5.0%	103	8.6%	97	8.1%	55	4.6%	199	16.6%	98	8.2%	676	56.3%
	ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP โดยดูฉลากให้มเลขสารบบอาหาร 13 หลัก (เลข อย.)	27	2.3%	9	.8%	84	7.0%	16	1.3%	19	1.6%	141	11.8%	59	4.9%	355	29.6%
	รวม	106	8.8%	88	7.3%	227	18.9%	130	10.8%	84	7.0%	395	32.9%	170	14.2%	1200	100.0%



หากพิจารณา ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ๆ จากค่าเฉลี่ยรวม พบว่า ปัจจัยด้านความสะอาดปลอดภัยและปัจจัยด้านการผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP โดยคุณลากให้มีเลขสารบบอาหาร 13 หลัก (เลข อย.) มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลาง ในขณะที่ปัจจัยการมียี่ห้อหรือมีชื่อถือมีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ในระดับน้อย ดังรายละเอียดในกราฟและตาราง ดังนี้



ตารางที่ 18 : การจัดอันดับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ

อันดับ : ปัจจัย	ค่าคะแนนที่ได้	ระดับการมีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์
อันดับ 1 : ความสะอาดปลอดภัย	2.31	มีผลปานกลาง
อันดับ 2 : ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP โดยดู ฉลากให้มีเลขสารบบอาหาร 13 หลัก (เลข อย.)	2.11	มีผลปานกลาง
อันดับ 3 : มียี่ห้อที่น่าเชื่อถือ	1.58	มีผลน้อย

โดยกำหนดให้ ช่วงคะแนนระหว่าง 2.33 – 3.00 มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก

ช่วงคะแนนระหว่าง 1.67 – 2.32 มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง

ช่วงคะแนนระหว่าง 1.00 – 1.66 มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับน้อย

และ การเลือกอันดับ 1 ให้ค่าคะแนน เท่ากับ 3 คะแนน

การเลือกอันดับ 2 ให้ค่าคะแนน เท่ากับ 2 คะแนน

การเลือกอันดับ 3 ให้ค่าคะแนน เท่ากับ 1 คะแนน

เมื่อพิจารณาเฉพาะปัจจัยการ “ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP” ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ๗ ครั้งต่อไป สามารถนำมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์กับประเด็นต่างๆ ได้ ดังต่อไปนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการ “ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP” ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ๗ ครั้งต่อไปกับข้อมูลส่วนตัว เรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่เลือกปัจจัยการผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP เป็นอันดับ 1 มีอายุ 41-50 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี และรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ดังรายละเอียดในตารางแจกแจง ดังนี้



ตารางที่ 19 : ปัจจัยการ “ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP” ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯครั้งต่อไป
จำแนกตามข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

		อันดับของ "ปัจจัยการผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP"					
		อันดับ 1		อันดับ 2		อันดับ 3	
		จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)
เพศ	ชาย	245	50.1%	180	50.6%	172	48.5%
	หญิง	244	49.9%	176	49.4%	183	51.5%
รวม		489	100.0%	356	100.0%	355	100.0%
อายุ	15-20ปี	72	14.7%	72	20.2%	58	16.3%
	21-30ปี	108	22.1%	62	17.4%	41	11.5%
	31-40ปี	96	19.6%	74	20.8%	74	20.8%
	41-50ปี	114	23.3%	65	18.3%	67	18.9%
	51-60ปี	75	15.3%	49	13.8%	70	19.7%
	61-65ปี	24	4.9%	34	9.6%	45	12.7%
รวม		489	100.0%	356	100.0%	355	100.0%
ระดับการศึกษาสูงสุด	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	98	20.0%	72	20.2%	132	37.2%
	มัธยมศึกษาตอนต้น	93	19.0%	48	13.5%	69	19.4%
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	95	19.4%	87	24.4%	68	19.2%
	ปวส./อนุปริญญา	43	8.8%	44	12.4%	26	7.3%
	ปริญญาตรี	151	30.9%	96	27.0%	58	16.3%
	สูงกว่าปริญญาตรี	9	1.8%	9	2.5%	2	.6%
รวม		489	100.0%	356	100.0%	355	100.0%

ตารางที่ 19 : ปัจจัยการ “ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP” ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปครั้งต่อไป
จำแนกตามข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

		อันดับของ "ปัจจัยการผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP"					
		อันดับ 1		อันดับ 2		อันดับ 3	
		จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)
อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	43	8.8%	32	9.0%	13	3.7%
	เจ้าของธุรกิจ	49	10.0%	53	14.9%	35	9.9%
	รัฐวิสาหกิจ	16	3.3%	4	1.1%	2	.6%
	ลูกจ้างบริษัทเอกชน	84	17.2%	65	18.3%	53	14.9%
	ลูกจ้างชั่วคราว/ลูกจ้างโครงการ	21	4.3%	13	3.7%	14	3.9%
	นักเรียนนักศึกษา	92	18.8%	74	20.8%	58	16.3%
	พ่อบ้านแม่บ้าน	42	8.6%	34	9.6%	55	15.5%
	ค้าขาย	85	17.4%	51	14.3%	58	16.3%
	ว่างงาน	3	.6%	4	1.1%	4	1.1%
	รับจ้างทั่วไป	43	8.8%	20	5.6%	50	14.1%
	เกษตรกร	11	2.2%	6	1.7%	13	3.7%
รวม		489	100.0%	356	100.0%	355	100.0%
รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน	ไม่เกิน 10,000 บาท	216	44.2%	175	49.2%	190	53.5%
	10,001-20,000 บาท	168	34.4%	98	27.5%	110	31.0%
	20,001-30,000 บาท	67	13.7%	37	10.4%	38	10.7%
	30,001-40,000 บาท	18	3.7%	26	7.3%	10	2.8%
	40,001-50,000 บาท	13	2.7%	15	4.2%	4	1.1%
	มากกว่า 50,000 บาท	7	1.4%	5	1.4%	3	.8%
รวม		489	100.0%	356	100.0%	355	100.0%

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย “ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP” ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ฯ ครั้งต่อไป ก็กับการรับรู้รับทราบเกี่ยวกับโครงการฯ ด้านประเภทผลิตภัณฑ์ที่รณรงค์ หน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการรณรงค์ และการรับทราบข้อมูลที่ทำให้มั่นใจ พบว่า ผู้ที่เลือกปัจจัยการผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP เป็นอันดับ 1 มีการรับทราบข้อมูลที่ทำให้มั่นใจในผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ฯ โดยระบุถูกต้องว่าเป็นเลข อย . มากกว่าการรับรู้รับทราบด้านอื่นๆ กล่าวคือ มีการรับทราบข้อมูลและระบุถูกต้องว่าเป็นเลขสารบบอาหาร 13 หลัก (เลข อย.) ร้อยละ 44.4 รองลงมา มีการรับทราบและระบุถูกต้องว่าเป็นอาหารร้อยละ 12.7 และมีการรับทราบว่า อย . คือหน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการรณรงค์ฯ ร้อยละ 12.3 ตามลำดับ ดังรายละเอียดในตารางแจกแจง ดังนี้

ตารางที่ 20 : ปัจจัยการ “ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP” ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ฯ ครั้งต่อไป จำแนกตามความรู้ความเข้าใจเรื่อง “มาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP

		อันดับของ "ปัจจัยการผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP"					
		อันดับ 1		อันดับ 2		อันดับ 3	
		จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)	จำนวน	ร้อยละ (%)
การรับทราบเรื่อง "มาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP"	ทราบว่าเป็นอาหาร	62	12.7%	45	12.6%	25	7.0%
	ทราบแต่ระบุว่าเป็นสินค้าอื่น	55	11.2%	77	21.6%	90	25.4%
	ไม่เคยรับทราบ	372	76.1%	234	65.7%	240	67.6%
รวม		489	100.0%	356	100.0%	355	100.0%
การรับทราบหน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดทำมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP	ทราบและระบุถูกต้องว่าเป็นสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)	60	12.3%	86	24.2%	90	25.4%
	ทราบแต่ระบุผิดว่าเป็นหน่วยงานอื่น	38	7.8%	21	5.9%	25	7.0%
	ไม่ทราบ	391	80.0%	249	69.9%	240	67.6%
รวม		489	100.0%	356	100.0%	355	100.0%
ข้อมูลที่ทำให้มั่นใจในผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ฯ ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP	ทราบและระบุถูกต้องว่าเป็นเลขสารบบอาหาร 13 หลัก (เลขอย.)	217	44.4%	85	23.9%	39	11.0%
	ทราบแต่ระบุผิดว่าเป็นข้อมูลอื่น	182	37.2%	204	57.3%	222	62.5%
	ไม่ทราบ	90	18.4%	67	18.8%	94	26.5%
รวม		489	100.0%	356	100.0%	355	100.0%

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย “ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP” ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ครั้งต่อไป กับการเปิดรับสื่อรณรงค์ของโครงการ พบว่า ผู้ที่เลือกปัจจัยการผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP เป็นอันดับ 1 มีการเห็นสื่อรณรงค์ร้อยละ 62.8 และไม่เห็นสื่อ รณรงค์ ร้อยละ 37.2 ซึ่งในผู้ที่เห็นสื่อจะเห็นสื่อประเภทป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่ มากที่สุด (ร้อยละ 37.0) รองลงมา คือ สกู๊ปรายการบางอ้อ (ร้อยละ 27.2) และหนังสือพิมพ์ (ร้อยละ 22.5) ตามลำดับ ดังรายละเอียดในตารางแจกแจง ดังนี้

ตารางที่ 21 : ปัจจัยการ “ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP” ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ครั้งต่อไป
จำแนกตามการเปิดรับสื่อรณรงค์โครงการ

		อันดับของ "ปัจจัยการผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP"					
		อันดับ 1		อันดับ 2		อันดับ 3	
		จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)
คนที่เห็นสื่อ		307	62.8%	240	67.4%	197	55.5%
ประเภทสื่อที่เคยเห็นเคยได้ยิน (ตอบได้มากกว่า 1 สื่อ)	1. สารคดีโทรทัศน์ ตอนที่ 1	86	17.6%	77	21.6%	54	15.2%
	2. สารคดีโทรทัศน์ ตอนที่ 2	77	15.7%	66	18.5%	47	13.2%
	3. สารคดีโทรทัศน์ ตอนที่ 3	67	13.7%	58	16.3%	25	7.0%
	4. สารคดีโทรทัศน์ ตอนที่ 4	73	14.9%	62	17.4%	36	10.1%
	5. สารคดีโทรทัศน์ ตอนที่ 5	83	17.0%	71	19.9%	36	10.1%
	6. สารคดีโทรทัศน์ ตอนที่ 6	85	17.4%	62	17.4%	39	11.0%
	7. สกู๊ปรายการไฮไลท์ไทยแลนด์ (ออกอากาศเดือนเมษายน)	66	13.5%	44	12.4%	29	8.2%
	8. สกู๊ปรายการไฮไลท์ไทยแลนด์ (ออกอากาศเดือนพฤษภาคม)	62	12.7%	46	12.9%	27	7.6%
	9. สกู๊ปรายการบางอ้อ	133	27.2%	120	33.7%	69	19.4%
	10. สปอตัวหุ่ย	82	16.8%	86	24.2%	78	22.0%
	11. ป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่	181	37.0%	166	46.6%	129	36.3%
	12. ป้ายแบนเนอร์/ป้ายไวเนล	95	19.4%	112	31.5%	85	23.9%
	13. หนังสือพิมพ์	110	22.5%	108	30.3%	100	28.2%
	14. แผ่นพับ	80	16.4%	96	27.0%	91	25.6%
คนที่ไม่เห็นสื่อ		182	37.2%	116	32.6%	158	44.5%
รวม		489	100.0%	356	100.0%	355	100.0%

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย “ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP” ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ๗ ครั้งต่อไป กับการรับรู้ข้อความจากสื่อรณรงค์ของโครงการฯ พบว่า ผู้ที่เลือกปัจจัยการผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP เป็นอันดับ 1 เคยเห็นข้อความจากสื่อรณรงค์ ร้อยละ 76.5 และไม่เคยเห็นข้อความร้อยละ 23.5 ซึ่งในผู้ที่เคยเห็นข้อความ จะเห็นข้อความที่ว่า “ประชาชน มั่นใจ บริโภคปลอดภัย ” มากที่สุด (ร้อยละ 58.5) รองลงมา คือ “อย.ยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารแปรรูปของชุมชนไทยให้สูงขึ้น ” (ร้อยละ 42.1) และ “ของกินของฝากปลอดภัยต้องได้มาตรฐานการผลิตขั้นต้น” (ร้อยละ 41.3) ตามลำดับ ดังรายละเอียดในตารางแจกแจง ดังนี้

ตารางที่ 22 : ปัจจัยการ “ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP” ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปครั้งต่อไป จำแนกตามการรับรู้ข้อความจากสื่อรณรงค์โครงการ

		อันดับของ "ปัจจัยการผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP"					
		อันดับ 1		อันดับ 2		อันดับ 3	
		จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)
คนที่เคยเห็นข้อความ		374	76.5%	282	79.2%	245	69.0%
คำ วลี หรือประโยค ที่เคยได้เห็นหรือได้ยินจากสื่อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อความ)	ของกินของฝากปลอดภัยต้องได้มาตรฐานการผลิตขั้นต้น	202	41.3%	135	37.9%	93	26.2%
	อุดหนุนผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่ผ่าน Primary GMP	76	15.5%	38	10.7%	33	9.3%
	อย. ยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารแปรรูปของชุมชนไทยให้สูงขึ้น	206	42.1%	148	41.6%	110	31.0%
	ควบคุมคุณภาพ 6 ด้านตั้งแต่คัดสรรวัตถุดิบจนถึงมือผู้บริโภค	146	29.9%	54	15.2%	36	10.1%
	ผู้ผลิต เพิ่มรายได้ และขยายตลาดสินค้าได้มากขึ้น	158	32.3%	98	27.5%	68	19.2%
	ประชาชน มั่นใจ บริโภคปลอดภัย	286	58.5%	202	56.7%	161	45.4%
	Primary GMP เพิ่มมูลค่า นำพาความปลอดภัยก้าวไกลสู่สากล	91	18.6%	45	12.6%	31	8.7%
	ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ Primary GMP จะมีเลขสารบบอาหาร 13 หลัก (เลข อย.)	110	22.5%	66	18.5%	37	10.4%
Primary GMP หรือมาตรฐานการผลิตขั้นต้น เป็นหลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิตอาหารขั้นต้น	49	10.0%	26	7.3%	25	7.0%	
คนที่ไม่เคยเห็นข้อความ		115	23.5%	74	20.8%	110	31.0%
รวม		489	100.0%	356	100.0%	355	100.0%



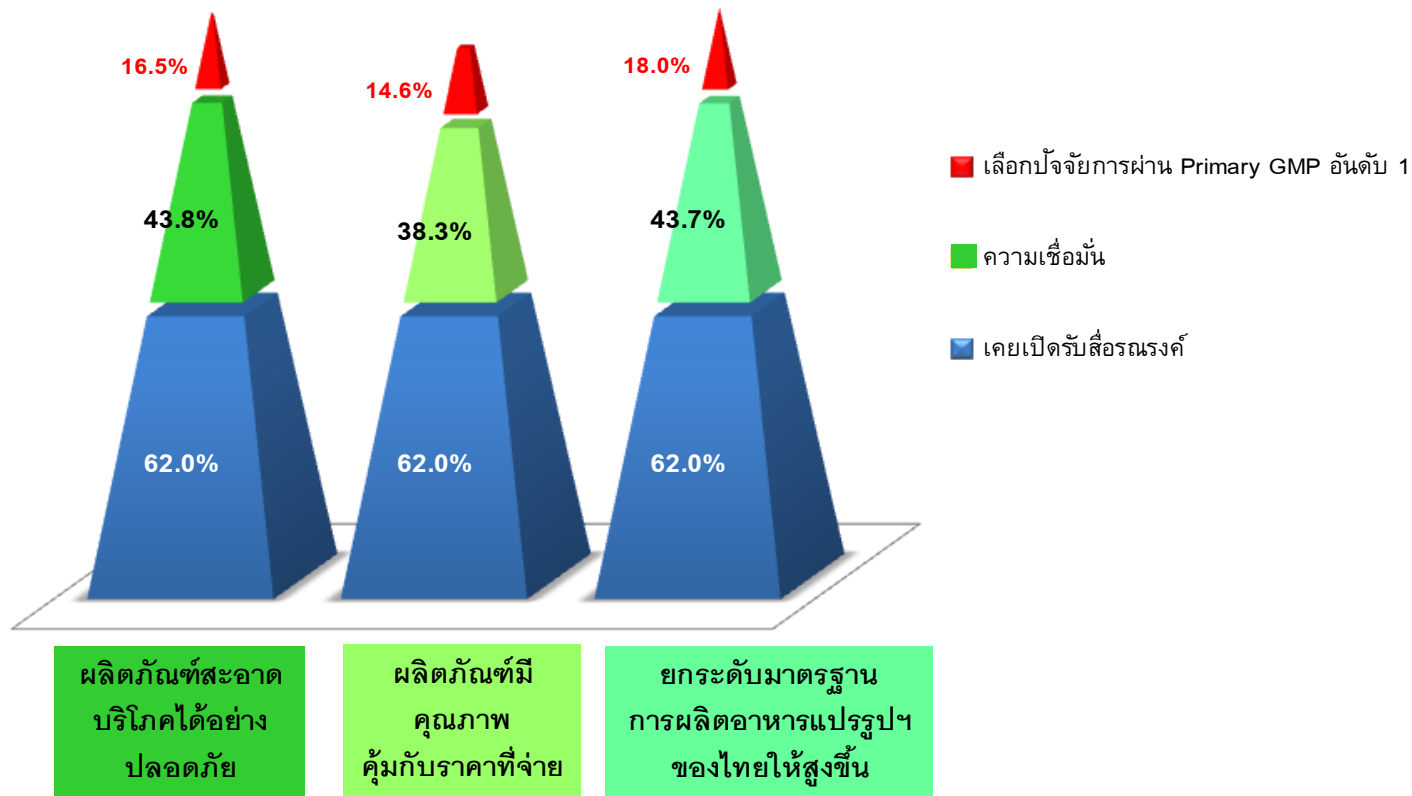
ความสัมพันธ์ ระหว่าง ปัจจัย “ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP” ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ๕ ครั้งต่อไป กับความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ ที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น 3 ด้าน พบว่า ผู้ที่เลือกปัจจัยการผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP เป็นอันดับ 1 มีความเชื่อมั่นด้านการยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารแปรรูปฯ ของไทยให้สูงขึ้นมากที่สุด (ร้อยละ 67.3) รองลงมา มีความเชื่อมั่นด้านผลิตภัณฑ์สะอาด บริโภคได้อย่างปลอดภัย (ร้อยละ 62.2) และมีความเชื่อมั่นด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ คู่กับราคาที่จ่าย (ร้อยละ 56.6) ตามลำดับ ดังรายละเอียดในตารางแจกแจง ดังนี้

ตารางที่ 23 : ปัจจัยการ “ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP” ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯครั้งต่อไป จำแนกตามความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น

		อันดับของ "ปัจจัยการผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP"					
		อันดับ 1		อันดับ 2		อันดับ 3	
		จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)	จำนวน	ร้อยละ(%)
1. ผลิตภัณฑ์สะอาด บริโภคได้อย่างปลอดภัย	เชื่อมั่น	304	62.2%	239	67.1%	250	70.4%
	ไม่เชื่อมั่น	146	29.9%	79	22.2%	51	14.4%
	ไม่สามารถตอบได้	39	8.0%	38	10.7%	54	15.2%
รวม		489	100.0%	356	100.0%	355	100.0%
2. ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ คู่กับราคาที่จ่าย	เชื่อมั่น	277	56.6%	204	57.3%	208	58.6%
	ไม่เชื่อมั่น	158	32.3%	98	27.5%	103	29.0%
	ไม่สามารถตอบได้	54	11.0%	54	15.2%	44	12.4%
รวม		489	100.0%	356	100.0%	355	100.0%
3. ยกระดับมาตรฐานการผลิต อาหารแปรรูปฯของไทยให้สูงขึ้น	เชื่อมั่น	329	67.3%	228	64.0%	228	64.2%
	ไม่เชื่อมั่น	111	22.7%	72	20.2%	67	18.9%
	ไม่สามารถตอบได้	49	10.0%	56	15.7%	60	16.9%
รวม		489	100.0%	356	100.0%	355	100.0%



เมื่อวิเคราะห์เฉพาะกลุ่มที่พบเห็นสื่อรณรงค์ของโครงการฯ จำนวน 744 คน (ร้อยละ 62) โดยพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นในแต่ละด้าน กับการเลือกปัจจัยการผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP เป็นอันดับ 1 พบว่า ผู้ที่มีความเชื่อมั่นว่าเป็นผลิตภัณฑ์สะอาด บริโภคได้อย่างปลอดภัยร้อยละ 43.8 มีการเลือกปัจจัยการผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP เป็นอันดับ 1 อยู่ที่ร้อยละ 16.5 ส่วนผู้ที่มีความเชื่อมั่นว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ คู่กับราคาที่จ่ายร้อยละ 38.3 มีการเลือกปัจจัยการผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP เป็นอันดับ 1 อยู่ที่ร้อยละ 14.6 และผู้ที่มีความเชื่อมั่นว่าโครงการรณรงค์ฯ มีส่วนช่วยยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารแปรรูปฯ ของไทยให้สูงขึ้นร้อยละ 43.7 มีการเลือกปัจจัยการผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นหรือ Primary GMP เป็นอันดับ 1 อยู่ที่ร้อยละ 18.0 ดังกราฟ



ภาคผนวก

ตัวอย่างสื่อสำหรับโซเชียลมีเดียผู้ตอบแบบสอบถามดูเพื่อตอบคำถาม ตอนที่ 2 ข้อ 3 รวมทั้งสิ้น 15 หน้า ได้แก่

1. สารคดีสั้นชุด Primary GMP ซีรีส์ที่มันใจ : ตอนที่ 1 มาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP) คืออะไร



2. สารคดีสั้นชุด Primary GMP ซีอนี้ที่มันใจ : ตอนที่ 2 Primary GMP นำพาความปลอดภัยมาสู่ผู้บริโภคได้อย่างไร

สารคดีสั้น
ชุด Primary GMP ซีอนี้ที่มันใจ

ตอนที่ 2
Primary GMP นำพาความปลอดภัย
มาสู่ผู้บริโภคได้อย่างไร....

ความยาว 1 นาที



Primary GMP ซีอนี้ที่มันใจ



สินค้าคุณภาพดี
ที่มันใจ



ตอน... **Primary GMP**
นำพาความปลอดภัยมาสู่ผู้บริโภคได้อย่างไร....?



ตอน... **Primary GMP**
นำพาความปลอดภัยมาสู่ผู้บริโภคได้อย่างไร....?



มาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP)
เพิ่มมูลค่า นำพาความปลอดภัย ก้าวไกลสู่สากล

ควรเลือกผลิตภัณฑ์ที่ออกแสดง
เลขสารบบอาหาร **13 หลัก**

10-1-55555-1-0123

มาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP)
เพิ่มมูลค่า นำพาความปลอดภัย ก้าวไกลสู่สากล

หลักเกณฑ์ Primary GMP
ควบคุมการผลิต 6 ด้าน

1. สถานที่ตั้ง และอาคารผลิต
2. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต
3. การควบคุมกระบวนการผลิต
4. การสุขาภิบาล
5. การบำรุงรักษาและการทำความสะอาด
6. บุคลากร และสิ่งแวดล้อมที่ปฏิบัติงาน



สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
กระทรวงสาธารณสุข

มาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP)
เพิ่มมูลค่า นำพาความปลอดภัย ก้าวไกลสู่สากล



3. สารคดีสั้นชุด Primary GMP ซีอนี้ที่มันใจ : ตอนที่ 3 ของกิน ของฝาก ต้องได้มาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP)

4. สารคดีสั้นชุด Primary GMP ชื่อที่มั่นใจ : ตอนที่ 4 ประเภทอาหารที่ต้องผ่าน Primary GMP

สารคดีสั้น
ชุด Primary GMP ชื่อที่มั่นใจ
ตอนที่ 4
ประเภทอาหารที่ต้องผ่านมาตรฐาน
Primary GMP
ความยาว 1 นาที

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
กระทรวงสาธารณสุข

Primary GMP ชื่อที่มั่นใจ

สิบลุง พันธุ์ดี
พันธุ์ดี

ผลิตภัณฑ์ Primary GMP
ควบคุมการผลิต 6 ด้าน

1. สถานที่ตั้ง และอาคารผลิต
2. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต
3. การควบคุมกระบวนการผลิต
4. การสุขาภิบาล
5. การบำรุงรักษาและการทำความสะอาด
6. บุคลากร และสุขลักษณะผู้ปฏิบัติงาน

ตอน...ประเภทอาหารที่ต้องผ่านมาตรฐาน
Primary GMP

มาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP)
เพิ่มมูลค่า นำพาความปลอดภัย ก้าวไกลสู่สากล

มาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP)
เพิ่มมูลค่า นำพาความปลอดภัย ก้าวไกลสู่สากล

มาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP)
เพิ่มมูลค่า นำพาความปลอดภัย ก้าวไกลสู่สากล

ตัวอย่าง
ผลิตภัณฑ์อาหารต้องผ่าน
มาตรฐานการผลิตขั้นต้น

ผลิตภัณฑ์ Primary GMP
โทร. 0 2590 7322 หรือ www.fda.go.th

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
กระทรวงสาธารณสุข

มาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP)
เพิ่มมูลค่า นำพาความปลอดภัย ก้าวไกลสู่สากล

5. สารคดีสั้นชุด Primary GMP ซีอนี้ที่มันใจ : ตอนที่ 5 Primary GMP เพิ่มมูลค่า นำพาความปลอดภัย ก้าวไกลสู่สากล

สารคดีสั้น
ชุด Primary GMP ซีอนี้ที่มันใจ
ตอนที่ 5
Primary GMP เพิ่มมูลค่า
นำพาความปลอดภัย ก้าวไกลสู่สากล
ความยาว 1 นาที



6. สารคดีสั้นชุด Primary GMP ซีอนี้ที่มั่นใจ : ตอนที่ 6 การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่าย

สารคดีสั้นชุด Primary GMP ซีอนี้ที่มั่นใจ

ตอนที่ 6 การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปในภาชนะพร้อมจำหน่าย

ความยาว 1 นาที

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข

Primary GMP ซีอนี้ที่มั่นใจ

สืบสกุล พันธุ์ดี

Good Health Starts Here

สุขภาพดีเริ่มต้นที่นี่

Good Health Starts Here

สุขภาพดีเริ่มต้นที่นี่

มาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP) เพิ่มมูลค่า นำพาความปลอดภัย ก้าวไกลสู่สากล

ตอบ... การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่าย

เลขสารบบอาหาร 13 หลัก (เลข อย.) 10-1-55555-1-0123

ตอบ... การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่าย

เมื่อ... ต้องเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฯ

ควรอ่านฉลาก ดูให้...
1. ชื่อและประเภทผลิตภัณฑ์
2. สถานที่ผลิต
3. ปริมาณสุทธิ
4. วันเดือนปีที่ผลิต/วันหมดอายุ

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข

มาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP) เพิ่มมูลค่า นำพาความปลอดภัย ก้าวไกลสู่สากล

7. รายการไฮไลท์ไทยแลนด์ : ตอน Primary GMP กับอาหารแปรรูปในภาชนะพร้อมจำหน่าย (ออกอากาศเดือนเมษายน)



8. รายการไฮไลต์ไทยแลนด์ : ตอน Primary GMP มีประโยชน์ทั้งต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค (ออกอากาศเดือนพฤษภาคม)



9. รายการบางข้อ : ตอน OTOP ข้าวแต๋น



10. สปอตวิทยุ เรื่อง : primary GMP ซ่อนที่มันใจ ความยาว 30 วินาที



เสียงแม่บ้าน 1 : โอ โส๊ะ โส้ย...ในงานมหกรรมผลิตภัณฑ์สุขภาพชุมชนมีอาหารให้เลือกเยอะแยะเลย

เสียงแม่บ้าน 2 : เราจะแน่ใจได้ยังไงล่ะ ว่าสะอาดได้มาตรฐาน

เสียงแม่บ้าน 1 : ก็เลือกผลิตภัณฑ์ที่มีเลขสารบบอาหารอยู่ในเครื่องหมาย ออย. เพื่อแสดงว่าผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ primary GMP

เสียงแม่บ้าน 2 : คืออะไรหรือจ๊ะ?

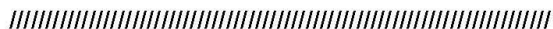
เสียงแม่บ้าน 1 : คือการควบคุมการผลิตตั้งแต่คัดสรรวัตถุดิบ จนถึงมือผู้บริโภค

เสียงแม่บ้าน 2 : จะกินเองหรือเป็นของฝากก็มันใจได้ หายห่วง

เสียงแม่บ้าน 1 : แล้วอย่าลืมข้อมูลอื่นบนฉลากด้วยนะจ๊ะ

Voice (ECHO) : primary GMP เพิ่มมูลค่า นำพาความปลอดภัย ก้าวไกลสู่สากล

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา



11. ป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่



12. ป้ายแผนเนอร์ไวซิล



13. หนังสือพิมพ์

ของกิน ของฝาก ปลอดภัย

ต้องได้มาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP)

ทำไม...ต้องใส่ใจกับ

มาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP)

เมื่อจะซื้อ ของกิน ของฝาก ที่เป็นอาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่าย เช่น ผลิตภัณฑ์อาหารแห้งเนื้อสัตว์แช่แข็ง (OTOP) ผลิตภัณฑ์อาหารที่ผลิตจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมและวิสาหกิจชุมชน เช่น มะพร้าวแก้ว กลิ้วยอบ กลิ้วยาก ขนมหม้อแกง ไร้สียาไหม ฯลฯ อาจไม่มั่นใจว่าอาหารนั้นผ่านมาตรฐานการผลิตที่ดีเพียงใด บริษัทแล้วปลอดภัยหรือไม่ ซึ่ง**มาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP)** จะช่วยสร้างความมั่นใจ และ**นำพาความปลอดภัย** ให้แก่ผู้ซื้อได้

มาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP)

เป็นหลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิตอาหารขั้นต้น ที่มุ่งดูแลผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่าย กลุ่มที่ยังไม่มีเลขสารบบอาหาร (xx.xxxxxx.xxxxx) แสดงบนฉลาก เนื่องจากอาหารกลุ่มนี้ยังไม่มีเกณฑ์ระบบคุณภาพที่ชัดเจน เป็นแค่ชื่อมือในการลดความเสี่ยงจากอันตรายที่อาจเกิดขึ้นในอาหาร จึงอาจพบปัญหาการปนเปื้อนของเชื้อโรค หรือสารตกค้าง รวมถึงพบการใช้วัตถุเจือปนอาหาร เช่น สี วัตถุกันเสีย ในปริมาณที่ไม่เหมาะสม หากซื้ออาหารแปรรูปที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้นเป็นของฝากแล้ว สามารถมั่นใจได้ในคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์

เมื่อ...ต้องเลือกซื้อ

บ๊วย สอาด ปลอดภัย เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ก่อนการแปรรูปบรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่าย ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP) โดยควรอ่านฉลาก ดังนี้...

- ชื่อและประเภทผลิตภัณฑ์ เพื่อให้งู้งานเป็นผลิตภัณฑ์อะไร
- วันเดือนปีที่ผลิต/วันเดือนปีที่หมดอายุ/ควรบริโภคก่อน เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี ไม่เก่าเก็บ ไม่หมดอายุ
- ปริมาณสุทธิ เพื่อจะได้คำนวณค่ากับเงินที่ต้องเสียไปในการซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ
- เลขสารบบอาหารอยู่ในกรอบเครื่องหมาย อย. (xx.xxxxxx.xxxxx)
- ข้อมูลสถานที่ผลิต เพื่อความมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์มีผู้รับผิดชอบเมื่อพบปัญหา ซึ่งแหล่งที่ผลิตจะเป็นข้อมูลช่วยให้เลือกผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตที่น่าเชื่อถือได้
- ส่วนประกอบ เพื่อเปรียบเทียบคุณค่าและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน และหลีกเลี่ยงส่วนประกอบที่ไม่ดีต่อสุขภาพ

ของกิน ของฝาก

ที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP)

นำพาความปลอดภัย มาสู่ผู้บริโภคได้อย่างไร

สะอาด ปลอดภัย เพราะผ่านการควบคุมตรวจสอบตามข้อกำหนดของมาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP) ซึ่ง**ควบคุมกระบวนการผลิตครบคลุม 6 ด้าน** ได้แก่ สถานที่ตั้งและอาคารผลิต เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต การควบคุมกระบวนการผลิต การสุขาภิบาล การบำรุงรักษา และการทำความสะอาด ตลอดจนบุคลากรและผู้เกี่ยวข้องของผู้ปฏิบัติงาน

มาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP)

เพิ่มมูลค่า นำพาความปลอดภัย ก้าวไกลสู่สากล





สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
กระทรวงสาธารณสุข

14. แผ่นพับ (ด้านหน้า)

ตัวอย่างอาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายที่ต้องผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP)

อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่าย ที่ต้องผลิตตามข้อกำหนดของมาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP) คืออาหารประเภทของฝาก อาหารพื้นบ้าน กลุ่มที่ยังไม่ได้รับการบอชอาหาร (xx-x-xxxxxx-x-xxxx) บนฉลาก ดังตัวอย่างต่อไปนี้

- อาหารพร้อมปรุง** อาทิ เนื้อสัตว์ปรุงรส (ดิบ) เนื้อหมูพร้อมเครื่องปรุง ข้าวเกรียบดิบ แป้งผสมอาหาร ฯลฯ
- อาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภคทันที** อาทิ น้ำพริกชนิดต่างๆ แก้วตัด ของผัดฉาบ ขนมหม้อแกง น้ำตดัด อาหารขบเคี้ยว ผักดอง ฯลฯ
- อาหารที่ไปผ่านการแปรรูป เช่น**
 - สัตว์และผลิตภัณฑ์ อาทิ เนื้อสัตว์** หัน บด ปลาแดดเดียวดิบ กุ้งแห้ง ปลาข้าวปลาดิบ กะปิ ปลาทุย ฯลฯ
 - พืชและผลิตภัณฑ์ อาทิ พริกแห้งไม่ทอด** (ที่มีกาวติดแน่น) พริกแห้งไม่ทอดจากกรรท่างแห้ง ถั่วพิสตาชิโอ ฯลฯ
 - แป้งและผลิตภัณฑ์ อาทิ แป้งทาลิ** แป้งมันสำปะหลัง กุ้งเส้น สเปกเก็ตตี หมี่ผัด เส้นจันท์ ฯลฯ
 - เครื่องปรุงรส** น้ำตาล เครื่องเทศ อาทิ น้ำส้มหมอมะนาว เครื่องแกงที่ยังไม่ผ่านความร้อน น้ำตาลทราย มีกลลวด ฝรั่งไทย ฯลฯ

หมายเหตุ ไม่รวมถึงอาหารที่ผู้ผลิตเป็นผู้จำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภค และอาหารที่ผลิตขึ้นเพื่อใช้ในโรงงานแปรรูป ภัตตาคาร และร้านอาหาร

เมื่อ...ต้องเลือกซื้อควรอ่านฉลาก ดูให้...

- ชื่อและประเภทผลิตภัณฑ์** เพื่อให้รู้ว่า เป็นผลิตภัณฑ์ใด
- วันเดือนปีที่ผลิต/วันเดือนปีที่หมดอายุ/ควรบริโภคก่อน** เพื่อให้ได้บริโภคก่อนที่หมดอายุ ไม่เท่ากับ หมดอายุ
- ปริมาณสุทธิ** เพื่อให้ได้ความ สัมพันธ์กับเงิน ที่ต้องเสียไป ในการซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ
- เลขสารบบอาหาร** อยู่ในกรอบเครื่องหมาย อสม. (xx-x-xxxxxx-x-xxxx)
- ข้อมูลสถานที่ผลิต** เพื่อความมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ มีผู้รับผิดชอบเมื่อพบปัญหา ซึ่งแหล่งที่ผลิตจะเป็นข้อมูล ช่วยสืบเสาะผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตที่แท้จริงได้

กองพัฒนาศึกษาพัฒนาผู้บริโภค
สำนักงานควบคุม-กรรมการอาหารและยา
โทร. 0 2590 7110 โทรสาร 0 2591 8472
สืบค้นข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ www.fda.moph.go.th

ของกิน ของฝาก ปลอดภัย ต้องได้มาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP)

14. แผ่นพับ (ด้านหลัง)

ของกิน ของฝาก ปลอดภัย

ต้องได้มาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP)

เคสนี้ทำไม?

เมื่อจะซื้อ ของกิน ของฝาก ก็เป็นอาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะหรือบรรจุภัณฑ์เงิน ผลิตภัณฑ์อาหารหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ผลิตภัณฑ์อาหารที่ผลิตจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน อาทิ มะพร้าวแก้ว กุ้งอบน กุ้งตาก หมูรมเนื้อแกง ไม้สากไสย ฯลฯ แต่ไม่ได้เห็นว่าอาหารนี้ผ่านมาตรฐานการผลิตที่เชื่อถือได้ ผู้บริโภคจะปลอดภัยหรือไม่ จึงขอมาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP) จะช่วยสร้างความมั่นใจและนำพาความปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภคได้

ทำไม...ต้องใส่ใจกับมาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP)

มาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP) เป็นหลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิตอาหารขั้นต้น ที่มุ่งลดผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะหรือบรรจุภัณฑ์ กลุ่มที่ยังไม่มีเอกสารรับรอง (xx.x-xxxxx-x-xxxx) และบางผลิตภัณฑ์จากเกษตรกรผู้ผลิตจึงยังไม่มีเกณฑ์ระบบคุณภาพที่ไว้เป็นเครื่องชี้วัดในการลดความเสี่ยงจากอันตรายที่อาจเกิดขึ้นในอาหารได้ ดังนั้นสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) จึงได้กำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP) ขึ้นเพื่อส่งเสริมให้ผู้ผลิตอาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะหรือบรรจุภัณฑ์ ควบคุมกระบวนการผลิตให้ได้คุณภาพได้มาตรฐาน ปลอดภัย ลดความเสี่ยงจากการปนเปื้อนของเชื้อโรคต่าง ๆ นับตั้งแต่ตั้งสรรวิสาหกิจชุมชนหรือผู้บริโภค หากซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP) เป็นของฝากแล้ว สามารถมั่นใจได้ในคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์

ของกิน ของฝาก

ที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP) นำพาความปลอดภัย มาสู่ผู้บริโภคได้อย่างไร

สะอาด มั่นใจ ปลอดภัย

เพราะผ่านกระบวนการตรวจสอบ ตามข้อกำหนดด้านต่าง ๆ อาทิ

1. สถานที่ตั้งและอาคารผลิตต้องอยู่เหนือที่สาธารณะ
2. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ต้องทำจากวัสดุที่ไม่เป็นพิษ ปลอดภัย
3. การควบคุมกระบวนการผลิต ต้องใช้วัตถุดิบอาหารตามที่ถูกขออนุญาต
4. การสุขาภิบาลต้องสะอาด มีอ่างล้างมือพร้อมสบู่หรือน้ำยาฆ่าเชื้อโรค มีการกำจัดขยะที่เหมาะสม
5. การบำรุงรักษาและทำความสะอาดต้องมีความถี่ตามข้อกำหนดและความเหมาะสม
6. บุคลากรและผู้ที่ทำงาน ผู้ปฏิบัติงาน ไม่เป็นโรคหรือพาหะของโรค สวมหน้ากากอนามัยและเชิ็บมือสะอาด

มาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP) เพิ่มมูลค่า นำพา ความปลอดภัย ก้าวไกลสู่สากล

แบบสอบถามประเมินโครงการ Primary GMP”

(เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เท่านั้น)

ตอนที่ 1 ความรู้ความเข้าใจเรื่อง “มาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ Primary GMP” (ให้พนักงานสัมภาษณ์อ่านเฉพาะข้อคำถามให้ผู้ตอบ่อย่คำตอบขึ้นมาเอง)

1. คุณเคยได้ยินหรือรับทราบเรื่องการรณรงค์โครงการ “มาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ Primary GMP” หรือไม่

1 เคย โปรดระบุว่ามาตรฐานดังกล่าวเกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าประเภทใด (ตอบเพียงคำตอบเดียว)

1.1 เครื่องมือแพทย์ 1.2 เครื่องสำอาง 1.3 ยา 1.4 วัตถุดิบทรายที่ใช้ในบ้านเรือน 1.5 อาหาร

2 ไม่เคย

2. คุณทราบหรือไม่ว่ามาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ Primary GMP รับผิดชอบโดยหน่วยงานใด

1 ทราบ โปรดระบุชื่อหน่วยงาน (ตอบเพียงคำตอบเดียว)

1.1 สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

1.2 สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)

1.3 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)

1.4 สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)

1.5 สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.)

1.6 อื่นๆ ระบุ.....

2 ไม่ทราบ

3. ข้อมูลใดที่ทำให้เรามั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่วางจำหน่ายผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ Primary GMP (ตอบเพียงคำตอบเดียว)

1 การบรรจุหีบห่อที่สวยงามทันสมัย

2 ร้านค้าที่วางจำหน่ายมีชื่อเสียงน่าเชื่อถือ

3 วัน เดือน ปีที่ผลิตสินค้า

4 เลขสารบบอาหาร 13 หลัก (เลข อย.)

5 อื่นๆ ระบุ.....

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อรณรงค์ของโครงการ

4. จากภาพสื่อในแต่ละช่องทางต่อไปนี้ คุณเคยเห็น/เคยได้ยินมาก่อนหรือไม่ (แนบทีละสื่อพร้อมทั้งโชว์ภาพสื่อให้ดูทีละภาพ)

สื่อ	เคย	ไม่เคย
<input type="checkbox"/> 1 สารคดีโทรทัศน์ ตอนที่ 1		
<input type="checkbox"/> 2 สารคดีโทรทัศน์ ตอนที่ 2		
<input type="checkbox"/> 3 สารคดีโทรทัศน์ ตอนที่ 3		
<input type="checkbox"/> 4 สารคดีโทรทัศน์ ตอนที่ 4		
<input type="checkbox"/> 5 สารคดีโทรทัศน์ ตอนที่ 5		
<input type="checkbox"/> 6 สารคดีโทรทัศน์ ตอนที่ 6		
<input type="checkbox"/> 7 สกู๊ปรายการไฮไลท์ไทยแลนด์ (ออกอากาศเดือนเมษายน)		
<input type="checkbox"/> 8 สกู๊ปรายการไฮไลท์ไทยแลนด์ (ออกอากาศเดือนพฤษภาคม)		
<input type="checkbox"/> 9 สกู๊ปรายการบางอ้อ		
<input type="checkbox"/> 10 สปอตวิทยุ		
<input type="checkbox"/> 11 ป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่		
<input type="checkbox"/> 12 ป้ายแบนเนอร์/ป้ายไวเนล		
<input type="checkbox"/> 13 หนังสือพิมพ์		
<input type="checkbox"/> 14 แผ่นพับ		

5. โปรดระบุ คำ วลี หรือประโยคที่คุณเคยได้เห็นหรือได้ยิน จากสื่อในข้อ 4 ข้างต้น (ถามผู้ตอบทุกข้อ)(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 ของกินขบฝักปลอดภัยต้องได้มาตรฐานการผลิตขั้นต้น
- 2 อุตุหนนผลิตภัณ์อาหารแปรรูปฯที่ผ่าน Primary GMP
- 3 อย ยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารแปรรูปฯ ของชุมชนไทย ให้สูงขึ้น คุณคุณภาพ 6 ด้านตั้งแต่คัดสรรวัตถุดิบจนถึงมือผู้บริโภค
- 5 ผู้ผลิต เพิ่มรายได้ และขยายตลาดสินค้าได้มากขึ้น
- 6 ประชาชน มั่นใจ บริโภคปลอดภัย
- 7 Primary GMP เพิ่มมูลค่า นำพาความปลอดภัยไกลสู่สากล
- 8 ผลิตภัณ์อาหารแปรรูปฯ ที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ Primary GMP จะมีเลขสารบบอาหาร 13 หลัก (เลข อย.)
- 9 Primary GMP หรือ มาตรฐานการผลิตขั้นต้นเป็นหลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิตอาหารขั้นต้น
- 10 ข้อความอื่นๆ นอกเหนือจากข้างต้น ได้แก่.....

ตอนที่ 3 ความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณ์อาหารแปรรูปฯที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณ์อาหารแปรรูปฯ

ให้ผู้ถามอ่านข้อความจนจบ “มาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ Primary GMP เป็นหลักเกณฑ์และวิธีการในการผลิตอาหารที่ อย. ส่งเสริมให้ผู้ผลิตอาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายซึ่งยังไม่มีการควบคุมกระบวนการผลิตที่เหมาะสม และยังไม่มืเลขสารบบอาหาร (เลข อย.)นำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการพัฒนามาตรฐานการผลิต”

6. คุณเชื่อมั่นต่อผลิตภัณ์อาหารแปรรูปฯที่ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ Primary GMP ในประเด็นต่อไปนี้เพียงใด

ประเด็น	เชื่อมั่น	ไม่เชื่อมั่น	ไม่สามารถตอบได้
1) ผลิตภัณ์ที่สะอาด บริโภคได้อย่างปลอดภัย			
2) ผลิตภัณ์ที่มีคุณภาพ คู่กับราคาที่จ่าย			
3) ยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารแปรรูปฯ ของไทยให้สูงขึ้น			

7. ในการซื้อครั้งต่อไปจึงขอตีพิมพ์ข้อใดที่จะมีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายที่เป็นของกินของฝากของท่านมากที่สุด
กรุณาจัดอันดับ – 3 โดยกำหนดให้หมายถึงมีผลมากที่สุด 3 หมายถึงมีผลน้อยที่สุด

.....ความสะอาดปลอดภัย

.....มีสีห่อหน้าเชื่อถือ

.....ผ่านมาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ Primary GMP โดยดูฉลากให้มีเลขสารบบอาหาร 13 หลัก (เลข อย.)

ตอนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

8. เพศ 1 ชาย 2 หญิง

9. อายุ 1) 15-20 ปี 2) 21-30 ปี 3) 31-40 ปี
 4) 41-50 ปี 5) 51-60 ปี 6) 61-65 ปี

10. ระดับการศึกษาสูงสุด

1 ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า 2 มัธยมศึกษาตอนต้น 3 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
 4 ปวส./อนุปริญญา 5ปริญญาตรี 6 สูงกว่าปริญญาตรี

11. อาชีพ 1 ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ 2 เจ้าของธุรกิจ 3 รัฐวิสาหกิจ 4 ลูกจ้างบริษัทเอกชน
 5 ลูกจ้างชั่วคราว/ลูกจ้างโครงการ 6 นักเรียน/นักศึกษา 7 พ่อบ้าน/แม่บ้าน 8 ค้าขาย 9 อื่นๆ.....

12. รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน

1) ไม่เกิน 10,000 บาท 2) 10,001- 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