



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าอิสระ

เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุม
น้ำหนักของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าแบบอิสระของนักศึกษาหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (M.B.A.) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อให้ทราบ
พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก
ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่และนำผลจากการศึกษามาเป็นแนวทางในการวางแผนการใช้
สื่อที่เหมาะสมกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อไป

1. แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ
 - ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการ
ควบคุมน้ำหนักของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ส่วนที่ 3 สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก
2. โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง หน้าข้อที่ต้องการตอบ หรือเติมข้อมูลใน
ช่องว่างที่กำหนดให้

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามและแสดง
ความคิดเห็นอันเป็นประโยชน์สำหรับการศึกษาในครั้งนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงช่อง ที่ตรงกับคำตอบของท่าน หรือ เติมข้อมูลลงในช่องว่าง

1. อายุ

<input type="checkbox"/> 1. 18 – 24 ปี	<input type="checkbox"/> 2. 25 – 31 ปี	<input type="checkbox"/> 3. 32 – 38 ปี
<input type="checkbox"/> 4. 39 – 45 ปี	<input type="checkbox"/> 5. 46 – 52 ปี	<input type="checkbox"/> 6. 53 – 60 ปี
2. เพศ

<input type="checkbox"/> 1. ชาย	<input type="checkbox"/> 2. หญิง
---------------------------------	----------------------------------
3. สถานภาพสมรส

<input type="checkbox"/> 1. โสด	<input type="checkbox"/> 2. สมรส	<input type="checkbox"/> 3. หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
---------------------------------	----------------------------------	---
4. ระดับการศึกษาสูงสุดของท่าน (ที่ได้รับมาแล้ว)

<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	<input type="checkbox"/> 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
<input type="checkbox"/> 3. อนุปริญญา / ปวส.	<input type="checkbox"/> 4. ปริญญาตรี
<input type="checkbox"/> 5. สูงกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
5. อาชีพ

<input type="checkbox"/> 1. นักเรียน/นักศึกษา	<input type="checkbox"/> 2. แม่บ้าน	<input type="checkbox"/> 3. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
<input type="checkbox"/> 4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว	<input type="checkbox"/> 5. พนักงานบริษัทเอกชน	<input type="checkbox"/> 6. รับจ้างอิสระ
<input type="checkbox"/> 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....		
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน

<input type="checkbox"/> 1. น้อยกว่า 5,000 บาท	<input type="checkbox"/> 2. 5,001 – 10,000 บาท
<input type="checkbox"/> 3. 10,001 – 20,000 บาท	<input type="checkbox"/> 4. 20,001 – 30,000 บาท
<input type="checkbox"/> 5. 30,001 – 50,000 บาท	<input type="checkbox"/> 6. มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป
7. น้ำหนัก.....กิโลกรัม
8. ส่วนสูง.....เซนติเมตร
9. ท่านรู้สึกว่าคุณมีรูปร่างลักษณะใด

<input type="checkbox"/> 1. ผอม	<input type="checkbox"/> 2. ปกติ/สมส่วน	<input type="checkbox"/> 3. อ้วน
---------------------------------	---	----------------------------------

10. ประเภทผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักที่ท่านเลือกซื้อรับประทาน**ครั้งล่าสุด**
(เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. เม็ด/แคปซูล | <input type="checkbox"/> 2. เครื่องดื่มชนิดน้ำ |
| <input type="checkbox"/> 3. โยอาหารชนิดผงสำหรับชงดื่ม | <input type="checkbox"/> 4. ชาในรูปแบบซองสำหรับชงดื่ม |
| <input type="checkbox"/> 5. กาแฟผงสำเร็จรูป | <input type="checkbox"/> 6. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในรูปแบบเจล |
| <input type="checkbox"/> 7. อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

11. คุณสมบัติ/คุณลักษณะของสารสกัดในผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักที่ท่าน**ซื้อ**
ในครั้งล่าสุด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ดักจับ/ลดการดูดซึมของแป้งและน้ำตาล เช่น สารสกัดจากถั่วขาว
2. ดักจับ/ลดการดูดซึมของไขมัน เช่น ไคโตซาน
3. เร่งการเผาผลาญแป้งและน้ำตาล เช่น โครเมียม
4. เร่งการเผาผลาญไขมัน เช่น กรดคอเลลาจินิก , แอล-คาร์นิติน
5. เร่งการเผาผลาญเพื่อสร้างพลังงานของร่างกาย เช่น สาหร่ายเคลป์ , ฟริก , ชาเขียว
6. ยับยั้งการสะสมของไขมันใหม่ เช่น สารสกัดจากผลส้มแขก
7. ทำให้อิ่ม/ไม่อยากอาหาร เช่น แอปเปิ้ลเขียว , เม็ดแมงลัก , บุก , เส้นใยอาหาร
8. ช่วยระบาย เช่น มะขามแขก
9. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

12. **เหตุผลหลัก**ที่ทำให้ท่านตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก**ครั้งล่าสุด**

1. ต้องการกำจัดไขมันส่วนเกิน/มีรูปร่างดี
2. ลดอาการแทรกซ้อนจากโรคที่เป็น เช่น เบาหวาน , ความดันโลหิตสูง
3. ต้องการมีสุขภาพที่ดี
4. ต้องการรักษารูปร่าง ไม่ให้น้ำหนักเพิ่ม
5. ต้องการลดน้ำหนักโดยไม่ต้องออกกำลังกายหรือควบคุมอาหาร
6. กลัวผลข้างเคียงจากการใช้ยาลดความอ้วน เช่น การกลับมาอ้วนมากกว่าเดิม
7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

13. ราคาของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักที่ท่าน**ซื้อครั้งล่าสุด**

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. น้อยกว่า 500 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 501 – 1,000 บาท | |
| <input type="checkbox"/> 3. 1,001 – 1,500 บาท | <input type="checkbox"/> 4. 1,501-2,000 บาท | <input type="checkbox"/> 5. มากกว่า 2,000 บาท |

14. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักครั้งล่าสุด จากแหล่งจำหน่ายใด

1. ร้านขายยา 2. คลินิกแพทย์
 3. พนักงานขายตรง/ตัวแทนขายตรง 4. สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต
 5. ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เช่น ร้าน GNC
 6. ศูนย์จำหน่ายที่ต้องเป็นสมาชิก เช่น แอมเวย์, กิฟฟารีน
 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

15. ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของท่าน

1. มากกว่า 3 เดือน/ครั้ง 2. 3 เดือน/ครั้ง 3. 2 เดือน/ครั้ง
 4. เดือนละครั้ง 5. มากกว่า 1 ครั้ง/เดือน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงช่อง ที่ตรงกับคำตอบของท่าน หรือ เติมข้อมูลลงในช่องว่าง

16. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารครั้งแรกจากสื่อใดบ้างที่ทำให้ท่านเกิดความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักครั้งล่าสุด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. คนรู้จัก (โปรดระบุความสัมพันธ์)
2. การอบรม/สัมมนา ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เพื่อการควบคุมน้ำหนัก
3. บุคลากรทางการแพทย์ (แพทย์, เภสัชกร, ฯลฯ) 4. พนักงานขายหน้าร้าน
5. ตัวแทนขายตรง (บุคคลซึ่งนำสินค้าหรือบริการไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค)
6. วิทยุ 7. โทรทัศน์
8. นิตยสาร/วารสาร ที่มีบทความหรือโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อการควบคุมน้ำหนัก
9. แผ่นพับ/ใบปลิว (เอกสารใบเดียวที่ขณะใช้งานมีการพับเข้าและกางออก)
10. แค็ตตาล็อกสินค้า (สิ่งพิมพ์เป็นเล่ม มีรายละเอียดของสินค้า บทความแนะนำ โฆษณา)
11. หนังสือพิมพ์ 12. นิทรรศการ/การออกร้านของผู้ผลิต
13. โปสเตอร์ (สิ่งพิมพ์ที่เป็นแผ่นเดียวมีขนาดใหญ่หรือเล็กก็ได้)
14. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง 15. สื่อเคลื่อนที่ เช่น โฆษณาบนรถโดยสาร
16. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์, อีเมลล์ เป็นต้น 17. โทรศัพท์มือถือ
18. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

17. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารครั้งแรกในเรื่องใดบ้างที่ทำให้ท่านเกิดความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักครั้งล่าสุด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ฯ เช่น เป็นสารสังเคราะห์ หรือ สารสกัดจากธรรมชาติ
- 2. คุณสมบัติ/กลไกในการควบคุมน้ำหนักของผลิตภัณฑ์ฯ เช่น ลดการดูดซึม
- 3. ราคาของผลิตภัณฑ์ฯ
- 4. ความสะดวกในการหาซื้อผลิตภัณฑ์ฯ
- 5. ความสะดวกในการนำผลิตภัณฑ์ฯ ไปใช้ (รูปแบบ/วิธีการบริโภค)
- 6. ผลข้างเคียงจากการใช้ เช่น การเกิดโยโย่เอฟเฟ็คต์ , การก่อให้เกิดการแพ้
- 7. ระยะเวลาที่ใช้ในการควบคุม/ลดน้ำหนักให้ได้ตามที่ต้องการ
- 8. ข้อมูลการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ หรือหลักฐานเชิงประจักษ์ที่มีความน่าเชื่อถือ
- 9. ข้อเปรียบเทียบผลในการควบคุมน้ำหนักเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ฯ อื่น
- 10. การรับประกันผลลัพธ์/ความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ฯ
- 11. สามารถดำเนินกิจกรรมประจำวันได้เหมือนเดิม(ไม่ต้องอดอาหารหรือออกกำลังกาย)
- 12. เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย เช่น ใช้นาโนเทคโนโลยีในการผลิต
- 13. ความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ผลิต/ผู้จัดจำหน่าย
- 14. เป็นผลิตภัณฑ์ออกใหม่
- 15. เครื่องหมายรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์ฯ (เช่นเครื่องหมาย ออย.)
- 16. มีขนาดบรรจุหลากหลายให้เลือก
- 17. รายการส่งเสริมการขาย (ลด/แลก/แจก/แถม)
- 18. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

18. **หลังจากที่ท่านรับข่าวสารในครั้งแรก ท่านหาข้อมูลเพิ่มเติมจากสื่อใดบ้าง**ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก**ครั้งล่าสุด** (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 1. คนรู้จัก (โปรดระบุความสัมพันธ์)
 - 2. การอบรม/สัมมนา ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เพื่อการควบคุมน้ำหนัก
 - 3. บุคลากรทางการแพทย์ (แพทย์,เภสัชกร,ฯลฯ)
 - 4. พนักงานขายหน้าร้าน
 - 5. ตัวแทนขายตรง (บุคคลซึ่งนำสินค้าหรือบริการไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค)
 - 6. วิทยุ
 - 7. โทรทัศน์
 - 8. นิตยสาร/วารสาร ที่มีบทความหรือโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อการควบคุมน้ำหนัก
 - 9. แผ่นพับ/ใบปลิว (เอกสารใบเดียวที่ขณะใช้งานมีการพับเข้าและกางออก)
 - 10. แค็ตตาล็อกสินค้า (สิ่งพิมพ์เป็นเล่ม มีรายละเอียดของสินค้า บทความแนะนำ โฆษณา)
 - 11. หนังสือพิมพ์
 - 12. นิตรรศการ/การออกร้านของผู้ผลิต
 - 13. โปสเตอร์(สิ่งพิมพ์ที่เป็นแผ่นเดียวมีขนาดใหญ่หรือเล็กก็ได้)
 - 14. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง
 - 15. สื่อเคลื่อนที่ เช่น โฆษณานอร์ดโดยสาร
 - 16. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ , อีเมลล์ เป็นต้น
 - 17. โทรศัพท์มือถือ
 - 18. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

19. หลังจากที่ท่านรับข่าวสารในครั้งแรก ท่านหาข้อมูลเพิ่มเติมเรื่องใดบ้าง ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักครั้งล่าสุด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ฯ เช่น เป็นสารสังเคราะห์ หรือ สารสกัดจากธรรมชาติ
- 2. คุณสมบัติ/กลไกในการควบคุมน้ำหนักของผลิตภัณฑ์ฯ เช่น ลดการดูดซึม
- 3. ราคาของผลิตภัณฑ์ฯ
- 4. ความสะดวกในการหาซื้อผลิตภัณฑ์ฯ
- 5. ความสะดวกในการนำผลิตภัณฑ์ฯ ไปใช้ (รูปแบบ/วิธีการบริโภค)
- 6. ผลข้างเคียงจากการใช้ เช่น การเกิดโยโย่เอฟเฟกต์ , การก่อให้เกิดการแพ้
- 7. ระยะเวลาที่ใช้ในการควบคุม/ลดน้ำหนักให้ได้ตามที่ต้องการ
- 8. ข้อมูลการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ หรือหลักฐานเชิงประจักษ์ที่มีความน่าเชื่อถือ
- 9. ข้อเปรียบเทียบผลในการควบคุมน้ำหนักเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ฯ อื่น
- 10. การรับประกันผลลัพธ์/ความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ฯ
- 11. สามารถดำเนินกิจวัตรประจำวันได้เหมือนเดิม (ไม่ต้องอดอาหารหรือออกกำลังกาย)
- 12. เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย เช่น ใช้นาโนเทคโนโลยีในการผลิต
- 13. ความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ผลิต/ผู้จัดจำหน่าย
- 14. เป็นผลิตภัณฑ์ออกใหม่
- 15. เครื่องหมายรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์ฯ (เช่น เครื่องหมาย ออย.)
- 16. มีขนาดบรรจุหลากหลายให้เลือก
- 17. รายการส่งเสริมการขาย (ลด/แลก/แจก/แถม)
- 18. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

20. หลังจากที่ท่านตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักในครั้งล่าสุด ท่านมีการหาข้อมูลของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักชนิดอื่นเพื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ฯ ที่ท่านใช้อยู่หรือไม่

- 1. หาข้อมูลเพิ่มเติม (กรุณาตอบคำถามข้อ 21 และข้อ 22)
- 2. ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติม (ไม่ต้องตอบคำถามข้อ 21 และข้อ 22)

21. ท่านหาข้อมูลเพิ่มเติมจากสื่อใดบ้าง เพื่อเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุม น้ำหนักที่ท่านได้ตัดสินใจซื้อและใช้แล้วกับผลิตภัณฑ์ ๆ อื่น (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. คนรู้จัก (โปรดระบุความสัมพันธ์)
- 2. การอบรม/สัมมนาที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เพื่อการควบคุมน้ำหนัก
- 3. บุคลากรทางการแพทย์ (แพทย์,เภสัชกร,ฯลฯ)
- 4. พนักงานขายหน้าร้าน
- 5. ตัวแทนขายตรง (บุคคลซึ่งนำสินค้าหรือบริการไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค)
- 6. วิทยุ
- 7. โทรทัศน์
- 8. นิตยสาร/วารสาร ที่มีบทความหรือโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อการควบคุมน้ำหนัก
- 9. แผ่นพับ/ใบปลิว (เอกสารใบเดียวที่ขณะใช้งานมีการพับเข้าและกางออก)
- 10. แค็ตตาล็อกสินค้า (สิ่งพิมพ์เป็นเล่ม มีรายละเอียดของสินค้า บทความแนะนำ โฆษณา)
- 11. หนังสือพิมพ์
- 12. นิทรรศการ/การออกร้านของผู้ผลิต
- 13. โปสเตอร์(สิ่งพิมพ์ที่เป็นแผ่นเดียวมีขนาดใหญ่หรือเล็กก็ได้)
- 14. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง
- 15. สื่อเคลื่อนที่ เช่น โฆษณานอร์ดโดยสาร
- 16. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ , อีเมลล์ เป็นต้น
- 17. โทรศัพท์มือถือ
- 18. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

22. ท่านได้มีการหาข้อมูลเรื่องใดบ้าง เพื่อเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุม น้ำหนักที่ท่านตัดสินใจซื้อและใช้แล้ว กับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักอื่น (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ฯ เช่น เป็นสารสังเคราะห์ หรือ สารสกัดจากธรรมชาติ
- 2. คุณสมบัติ/กลไกในการควบคุมน้ำหนักของผลิตภัณฑ์ฯ เช่น ลดการดูดซึม
- 3. ราคาของผลิตภัณฑ์ฯ
- 4. ความสะดวกในการหาซื้อผลิตภัณฑ์ฯ
- 5. ความสะดวกในการนำผลิตภัณฑ์ฯ ไปใช้ (รูปแบบ/วิธีการบริโภค)
- 6. ผลข้างเคียงจากการใช้ เช่น การเกิดโยโย่เอฟเฟ็คต์ , การก่อให้เกิดการแพ้
- 7. ระยะเวลาที่ใช้ในการควบคุม/ลดน้ำหนักให้ได้ตามที่ต้องการ
- 8. ข้อมูลการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ หรือหลักฐานเชิงประจักษ์ที่มีความน่าเชื่อถือ
- 9. ข้อเปรียบเทียบผลในการควบคุมน้ำหนักเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ฯ อื่น
- 10. การรับประกันผลลัพธ์/ความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ฯ
- 11. สามารถดำเนินกิจวัตรประจำวันได้เหมือนเดิม (ไม่ต้องอดอาหารหรือออกกำลังกาย)
- 12. เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย เช่น ใช้นาโนเทคโนโลยีในการผลิต
- 13. ความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ผลิต/ผู้จัดจำหน่าย
- 14. เป็นผลิตภัณฑ์ออกใหม่
- 15. เครื่องหมายรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์ฯ (เช่นเครื่องหมาย ออย.)
- 16. มีขนาดบรรจุหลากหลายให้เลือก
- 17. รายการส่งเสริมการขาย (ลด/แลก/แจก/แถม)
- 18. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 3 คือที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักค้ำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงช่อง ที่ตรงกับคำตอบของท่าน หรือเติมข้อมูลลงในช่องว่าง

23. ในปกติท่านรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักผ่านสื่อประเภทใดบ้างและมีควมบ่อยครั้งเพียงใด และสื่อแต่ละประเภทมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของท่านมากน้อยเพียงใด (โปรดตอบทุกข้อ)

ประเภทของสื่อ	ความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อ				มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก				
	ไม่เคยได้รับ	น้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์	1 – 2 ครั้ง/สัปดาห์	3 – 4 ครั้ง/สัปดาห์	มากกว่า 4 ครั้ง/สัปดาห์	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มากที่สุด
1. สื่อบุคคล									
1.1 คนรู้จัก (โปรดระบุความสัมพันธ์).....									
1.2 การอบรม/สัมมนา									
1.3 พนักงานขายหน้าร้าน									
1.4 บุคลากรทางการแพทย์ (แพทย์, เภสัชกร, ฯลฯ)									
1.5 ตัวแทนขายตรง									
1.6 อื่นๆ โปรดระบุ.....									

ประเภทของสื่อ	ความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อ				มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร				
	ไม่เคย ได้รับ	น้อยกว่า 1 ครั้ง/ สัปดาห์	1 – 2 ครั้ง/ สัปดาห์	3 – 4 ครั้ง/ สัปดาห์	มากกว่า 4 ครั้ง/สัปดาห์	น้อย ที่สุด	ปานกลาง	มาก	มาก ที่สุด
3. สื่อเฉพาะกิจ									
3.1 แผ่นพับ/ใบปลิว									
3.2 นิทรรศการ/การออกร้านของผู้ผลิต									
3.3 โปสเตอร์									
3.4 แคตตาล็อกสินค้า									
3.5 อื่นๆ โปรดระบุ.....									
4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์									
4.1 อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์, อีเมลล์									
4.2 โทรศัพท์มือถือ									
4.3 อื่นๆ โปรดระบุ.....									

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

ภาคผนวก ข

(สำเนา)

ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
เรื่อง หลักเกณฑ์การโฆษณาอาหาร พ.ศ. 2551

ตามมาตรา 40 แห่งพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณา คุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหาร อันเป็นเท็จหรือเป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควรแต่หากจะทำการโฆษณาตามมาตรา 41 ก็ได้มีการกำหนดให้ผู้ประสงค์จะโฆษณา คุณประโยชน์ คุณภาพหรือสรรพคุณของอาหาร ทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพ ภาพยนตร์ หรือทางหนังสือพิมพ์ หรือสิ่งพิมพ์อื่น หรือด้วยวิธีอื่นใด เพื่อประโยชน์ทางการค้า ต้องนำเสียง ภาพ ภาพยนตร์ หรือข้อความที่จะโฆษณาดังกล่าวนั้น ให้ผู้อนุญาตตรวจพิจารณาก่อน เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจึงจะโฆษณาได้

ดังนั้นเพื่อให้การขออนุญาตโฆษณาและการโฆษณาอาหารเป็นไปตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข และแนวทางการโฆษณาอาหารไว้ ดังต่อไปนี้

การโฆษณา หมายความว่ารวมถึงการกระทำด้วยวิธีการใดๆ ให้ประชาชนเห็นหรือทราบข้อความเพื่อประโยชน์ทางการค้า

หลักการ/ข้อปฏิบัติในการโฆษณาอาหาร

1. อาหารที่กฎหมายกำหนดให้ขออนุญาตผลิต นำเข้า และอื่นๆ ต้องได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยอาหารตามแต่ละกรณีนั้นๆ

2. การโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหาร ต้อง

2.1 ไม่เป็นเท็จหรือเกินความจริง ไม่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในสาระสำคัญของอาหาร และให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร

2.2 โฆษณาสรรพคุณเฉพาะที่ได้รับอนุญาตในฉลาก ที่ได้รับอนุมัติจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือเป็นไปตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่อง ฉลาก หรือประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่อง ฉลากโภชนาการ

2.3 ทั้งนี้ หากมีการโฆษณากว่าอ้างสรรพคุณทางสุขภาพนอกเหนือจากที่ได้รับอนุญาตในฉลาก ที่ได้รับอนุมัติจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาดังกล่าวข้างต้น ต้องนำ

ผลการศึกษาวิจัยผลิตภัณฑ์อาหาร บทความความรู้ หรือข้อมูลทางวิชาการ มาประกอบการขออนุญาต โฆษณาอาหาร ซึ่งต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง เป็นจริงและเป็นปัจจุบัน อยู่บนพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ ที่เชื่อถือได้ และตีพิมพ์ในวารสารทางการแพทย์หรือทางวิชาการที่เชื่อถือได้ โดยจะต้องแนบ เอกสารที่ได้รับการตีพิมพ์ฉบับเต็มมาประกอบการพิจารณาด้วย

3. การโฆษณาที่ได้รับอนุญาต จะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ผู้อนุญาตกำหนด ได้แก่

3.1 อนุญาตเฉพาะข้อความและภาพที่ไม่ได้ขีดฆ่า

3.2 โฆษณาในเวลาไม่เกิน 5 ปี นับจากวันที่อนุญาต

3.3 ข้อความและภาพที่โฆษณาต้องตรงตามที่ได้รับอนุญาต ถ้าโฆษณาแตกต่างไปจากนี้ถือว่าข้อความโฆษณาทั้งหมดไม่ได้รับอนุญาต

3.4 ให้แสดงข้อความเลขที่ใบอนุญาตโฆษณาในสื่อที่ได้รับอนุญาต ยกเว้นทางสื่อวิทยุกระจายเสียง ไม่ต้องแสดงเลขที่ใบอนุญาตโฆษณา

3.5 เงื่อนไขอื่นๆ ตามที่กำหนดไว้ในเอกสารข้อความโฆษณา (ถ้ามี)

หลักเกณฑ์ทั่วไปในการโฆษณาอาหาร

1. ชื่ออาหาร

1.1 การใช้ชื่ออาหาร ต้องไม่ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ ไม่เป็นเท็จ ไม่เป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อ ทำให้เข้าใจผิด หรือขัดกับวัฒนธรรมอันดีงามของไทย โดยอาจใช้

(1) ชื่อเฉพาะของอาหาร ชื่อสามัญ หรือชื่อที่ใช้เรียกอาหารตามปกติ หรือ

(2) ชื่อที่แสดงประเภทหรือชนิดของอาหาร หรือ

(3) ชื่อทางการค้า ซึ่งต้องมีข้อความแสดงประเภทหรือชนิดอาหารนั้นๆ ด้วย

1.2 การแสดงชื่ออาหารในสื่อโฆษณา

(1) สื่อสิ่งพิมพ์ แสดงชื่ออาหารในข้อความโฆษณาหรือแสดงภาพผลิตภัณฑ์ที่เห็นชื่ออาหารบนฉลากอย่างชัดเจน

(2) สื่อวิทยุกระจายเสียง แสดงชื่ออาหารซึ่งเป็นที่เข้าใจว่าหมายถึงอาหารชนิดใดในส่วนเสียงโฆษณา

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

(4) สื่ออินเทอร์เน็ต

- อินเทอร์เน็ตที่ไม่มีเสียง ให้แสดงชื่ออาหารเช่นเดียวกับสื่อสิ่งพิมพ์

- อินเทอร์เน็ตที่มีเสียง ให้แสดงชื่ออาหารเช่นเดียวกับสื่อวิทยุโทรทัศน์

การโฆษณา หากข้อความโฆษณาได้บ่งบอกถึงชนิดและประเภทของอาหารอย่างชัดเจนแล้วก็อนุโลมไม่ต้องแสดงชื่อเต็มของอาหาร

2. ภาพในสื่อโฆษณา

การแสดงภาพประกอบ ข้อความโฆษณา ภาพและข้อความที่ปรากฏต้องถูกต้องตามกฎหมายและไม่ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญของอาหาร

3. ข้อความ/คำโฆษณา

3.1 การใช้คำว่า “สด” ให้ใช้ได้กับ

3.1.1 อาหารที่เป็นผลผลิตตามธรรมชาติที่ยังไม่ได้แปรรูป เช่น พืช ผัก เนื้อสัตว์ และผลไม้ เป็นต้น

3.1.2 อาหารที่กำหนดระยะเวลาจำหน่ายไม่เกิน 3 วัน นับจากวันที่ผลิต เช่น ขนมปัง

3.1.3 อาหารที่ได้รับอนุญาตตามฉลากอาหารจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

3.2 การใช้คำว่า “ใหม่” สำหรับสินค้าใหม่หรือเริ่มวางจำหน่ายเป็นเวลาไม่เกิน 1 ปี

3.3 การใช้คำว่า “ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์”, “ผลิตภัณฑ์อินทรีย์”, “organic” หรือ “ออร์แกนิก” สำหรับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร โดยผู้ผลิต หรือผู้จำหน่าย หรือผู้นำเข้า ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์นั้นจะต้องได้รับการตรวจสอบรับรองตามเกณฑ์มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของ IFOAM (The International Federation of Organic Agriculture Movements) หรือตามคำแนะนำของกรรมาธิการมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศ (Codex) หรือตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของต่างประเทศ (ในกรณีที่ต่างประเทศนั้น มีการประกาศใช้กฎระเบียบเกี่ยวกับการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์) โดยหน่วยตรวจสอบรับรองที่ได้รับการรับรองระบบงานตามเกณฑ์ของ IFOAM หรือตามระบบ ISO/IEC Guide 65 หรือได้รับการขึ้นทะเบียนจากหน่วยงานในประเทศที่มีกฎระเบียบเรื่อง เกษตรอินทรีย์

3.4 การใช้คำว่า “ธรรมชาติ” ให้ใช้ได้สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารที่มีอยู่ตามธรรมชาติ พืช ผัก เนื้อสัตว์ และผลไม้ เป็นต้น เป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่ผ่านกรรมวิธี แปรรูปหรือกรรมวิธีการผลิตเบื้องต้น ที่ไม่มีการเติมวัตถุเจือปนอาหาร, สี, กลิ่น, วิตามิน และเกลือแร่

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

3.6 การโฆษณาที่ทำให้เข้าใจว่าอาหารนั้นมีจำหน่ายทั่วโลก จะต้องมีหลักฐานแสดงว่าอาหารนั้นๆ มีจำหน่ายไม่น้อยกว่า 15 ประเทศ ใน 3 ทวีป

3.7 การนำข้อความรับรองระบบประกันคุณภาพต่างๆ มาประกอบการโฆษณาจะต้องมีหลักฐานว่าได้มีการรับรองระบบประกันคุณภาพจริง และการรับรองนั้นยังมีผลอยู่ขณะทำการเผยแพร่โฆษณา และให้แสดงข้อความตามที่กำหนดไว้ในประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ว่าด้วยเรื่องหลักเกณฑ์การแสดงข้อความบนฉลากอาหารเกี่ยวกับการได้รับการตรวจประเมินสถานที่ผลิต

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

4. การแสดงคำเตือนในการโฆษณา

ให้แสดงคำเตือน “อ่านคำเตือนในฉลากก่อนบริโภค” สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ประกาศกระทรวงกำหนดให้แสดงคำเตือนบนฉลาก ยกเว้นอาหารที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนดให้แสดงคำเตือนในการโฆษณาไว้เป็นการเฉพาะ เช่น เครื่องดื่มที่ผสมกาเฟอีน เป็นต้น

การแสดงคำเตือนให้ปฏิบัติดังนี้

4.1 สื่อสิ่งพิมพ์และอินเทอร์เน็ตที่ไม่มีเสียง แสดงคำเตือนข้อความโฆษณาด้วยตัวอักษรที่มี สี รูปแบบ และขนาดที่อ่านได้ง่ายชัดเจน

4.2 สื่อวิทยุกระจายเสียงแสดงคำเตือนในส่วนเสียงโฆษณาฟังได้ชัดเจนทุกพยางค์

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

4.4 สื่ออื่นๆ ที่ใช้เพื่อประโยชน์ทางการค้า แสดงคำเตือนตามข้อ 4.1 หรือ 4.2 หรือ 4.3 ให้เหมาะสม ตามแต่กรณี

5. การแสดงข้อความที่เข้าข่ายต้องแสดงฉลากโภชนาการ

การแสดงข้อความที่เข้าข่ายต้องแสดงฉลากโภชนาการ เช่น แคลเซียมสูง ไขมันต่ำ เพื่อสุขภาพ เพื่อบุคคลเฉพาะกลุ่ม เป็นต้น ต้องดำเนินการดังนี้

(1) ให้ปฏิบัติตามข้อกำหนดในประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่อง ฉลากโภชนาการ

(2) ต้องส่งหลักฐานฉลากโภชนาการที่ได้รับอนุญาต หรือ ฉลากที่มีการแสดงข้อมูลโภชนาการ พร้อมผลวิเคราะห์

6. ข้อห้ามในการโฆษณา

6.1 ห้ามนำบุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุข หรือทำให้เข้าใจว่าเป็นบุคลากรดังกล่าว มาแนะนำ รับรอง หรือเป็นผู้แสดงแบบ

6.2 ห้ามใช้ข้อความที่เป็นการเปรียบเทียบหรือทับถมผลิตภัณฑ์ของผู้อื่น

6.3 ตัวอย่างคำที่ไม่อนุญาตให้ใช้ในการโฆษณาคุณภาพ ประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหาร เช่น ยอด, วิเศษ, ดีเลิศ, เด็ดขาด, ศักดิ์สิทธิ์, มหัศจรรย์, ที่สุด หรือคำอื่นที่มีความหมายเทียบเท่าคำ ข้างต้น

ทั้งนี้ ข้อความ ภาพยนตร์ หรือภาพนิ่งที่ใช้ในการโฆษณาต้องไม่ขัดกับกฎระเบียบของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

หลักเกณฑ์เฉพาะในการโฆษณาอาหาร

หลักเกณฑ์ต่อไปนี้ ใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาคำขอโฆษณาอาหารที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เฉพาะแต่ละชนิด ซึ่งนอกจากจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ทั่วไปแล้ว ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์เฉพาะนี้ด้วย

1. อาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก

1.1 ห้ามโฆษณาอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก ได้แก่ นมดัดแปลงสำหรับทารก อาหารทารก นมดัดแปลงสูตรต่อเนื่องสำหรับทารกและเด็กเล็ก อาหารทารกสูตรต่อเนื่องสำหรับทารก และเด็กเล็กและอาหารอื่นที่มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้สำหรับทารกและเด็กเล็ก เว้นแต่การให้ข้อมูลทางวิชาการทางวารสารทางการแพทย์ หรือการให้ข้อมูลทางวิชาการเฉพาะแก่แพทย์ พยาบาล ผดุงครรภ์ นักโภชนาการ เท่านั้น

1.2 การให้ข้อมูลต้องไม่แสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ใดก็ตามดีกว่า เท่าเทียม หรือคล้ายนมแม่ไม่ชักจูงให้เลี้ยงลูกด้วยอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก หรือโน้มน้าวไม่ให้เลี้ยงลูกด้วยนมแม่ และไม่ใช่รูปภาพหรือกราฟิกของทารกและเด็กเล็กประกอบการโฆษณา

1.3 มีข้อความ “นมแม่เป็นอาหารที่ดีที่สุดสำหรับทารก เพราะมีคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วน” ทั้งในส่วนของภาพและเสียง แล้วแต่กรณี

1.4 ระบุกลุ่มเป้าหมายตามข้อ 1.1 แล้วแต่กรณี

2. อาหารเสริมสำหรับทารกและเด็กเล็ก

2.1 ต้องมีข้อความที่แสดงถึงการส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ คือ “อย่าใช้เลี้ยงอายุต่ำกว่า 6 เดือน นมแม่เป็นอาหารที่ดีที่สุด” ทั้งในส่วนของภาพและเสียงแล้วแต่กรณี

2.2 ต้องไม่สื่อความหมายทำให้เข้าใจว่าอาหารเสริมดังกล่าวใช้ได้สำหรับทารก อายุต่ำกว่า 6 เดือน และต้องไม่ทำให้เข้าใจว่าอาหารเสริมสำหรับทารกและเด็กเล็กนี้ มีคุณค่าครบถ้วนเพียงพอต่อความต้องการของทารกและเด็กเล็ก

3. นมและผลิตภัณฑ์นม

3.1 ต้องไม่สื่อให้เข้าใจว่าเป็นผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่ม เนื่องจากใช้สำหรับบุคคลทุกเพศ ทุกวัย และเด็กอายุเกิน 3 ปีขึ้นไป

3.2 ผู้แสดงแบบต้องมีอายุเกิน 3 ปี และการพูดต้องให้ออกเสียงอย่างชัดเจน

4. วันสำเร็จรูปและขนมเยลลี่

4.1 ให้แสดงข้อความ “เด็กอายุต่ำกว่า 3 ปี ไม่ควรบริโภค”

4.2 ผู้แสดงแบบโฆษณาต้องมีอายุเกิน 3 ปี

5. วันสำเร็จรูปและขนมเยลลี่ที่มีส่วนผสมของกลูโคแมนแนน หรือแป้งจากหัวบุก

5.1 มีข้อความซึ่งแสดงว่า เด็กไม่ควรกิน ระวังการสำลัก

5.2 ผู้แสดงแบบโฆษณาต้องมีอายุเกิน 12 ปี

6. อาหารทางการแพทย์ (Medical Food)

ต้องแสดงข้อความ “อาหารทางการแพทย์” และ “ใช้ตามคำแนะนำของแพทย์”

7. อาหารประเภทเครื่องปรุงรส เช่น น้ำส้มสายชู น้ำปลา ซอส ซีอิ๊ว

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

8. อาหารกึ่งสำเร็จรูป

การแสดงภาพอาหารกึ่งสำเร็จรูปบางชนิด เช่น ก๋วยเตี๋ยว ก๋วยจั๊บ บะหมี่ เส้นหมี่ และวุ้นเส้น ที่ปรุงแต่ง รวมทั้งข้าวต้มและโจ๊กที่ปรุงแต่ง อาจแสดงได้ดังนี้

8.1 ภาพผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นลักษณะที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์นั้นๆ

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

9. เครื่องดื่มเกลือแร่

ให้แสดงคุณสมบัติเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการสูญเสียเหงื่อจากการออกกำลังกาย

10. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ต้องแสดงข้อความหรือเสียงทางสื่อโฆษณาว่า “ไม่มีผลในการป้องกัน หรือรักษาโรค” ให้แสดงเช่นเดียวกับการแสดงคำเตือนในการโฆษณาข้อ 4 ในหัวข้อหลักเกณฑ์ทั่วไปในการโฆษณา

11. อาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที ตามที่กำหนดไว้ในประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับที่ 305 พ.ศ. 2550 เรื่อง การแสดงฉลากอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันทีบางชนิด

ต้องแสดงข้อความหรือเสียงทางสื่อโฆษณาว่า “บริโภคแต่น้อย และออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ” โดยการแสดงข้อความหรือเสียงให้แสดงเช่นเดียวกับการแสดงคำเตือนในการโฆษณาข้อ 4 ในหัวข้อหลักเกณฑ์ทั่วไปในการโฆษณาอาหาร

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 12 กันยายน พ.ศ. 2551

ลงชื่อ ชาติรี บานชื่น

(นายชาติรี บานชื่น)

เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา

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

รับรองสำเนาถูกต้อง

นภาพร กำภูพงษ์

(นางนภาพร กำภูพงษ์)

นักวิชาการอาหารและยา 8 ว. _____

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	นายันทพงศ์ เตือนยืนยงค์	
วัน เดือน ปี เกิด	6 มกราคม 2522	
ประวัติการศึกษา	ปีการศึกษา 2539	สำเร็จการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย
	ปีการศึกษา 2544	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2545 – 2546	เกสัชกร 3 สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพะเยา
	พ.ศ. 2546 – 2549	เกสัชกร 4 โรงพยาบาลดอยหล่อ
	พ.ศ. 2549 – ปัจจุบัน	เกสัชกรชำนาญการ โรงพยาบาลสะเมิง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved