

พฤติกรรมการบริโภคญี่ปุ่น เล่ม 2



ACFS

สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ
กรมส่งเสริมเกษตรและสหกรณ์

พฤติกรรมผู้บริโภคญี่ปุ่น
เล่ม 2

สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

พฤติกรรมผู้บริโภคญี่ปุ่น

เล่ม 2

จัดทำโดย

กองนโยบายมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร
สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ
50 เขตกลาง ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร
กรุงเทพมหานคร 10900

พิมพ์ที่

พิมพ์เมื่อ

สงวนลิขสิทธิ์

โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด
พฤษภาคม 2554

คำนำ

ในปี 2553 สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) ได้จัดทำหนังสือ "พฤติกรรมผู้บริโภคญี่ปุ่น" เพื่อเผยแพร่แก่ผู้ประกอบการรวมทั้งภาครัฐที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจ โดยสาระจะเกี่ยวข้องกับค่านิยมการบริโภคอาหารนอกบ้านหรือ การปรุงอาหารเอง และรายการอาหารที่เป็นที่นิยมในการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ซึ่งได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการเป็นอย่างมากเนื่องจากข้อมูลเหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อการจัดทำการตลาดและวางแผนการผลิต

ในปีนี้ มกอช. ได้ศึกษาข้อมูลจากแหล่งอื่นๆเพิ่มเติมซึ่งมีรายละเอียดในประเด็นสำคัญเกี่ยวข้องกับทัศนคติ รสนิยมและพฤติกรรมด้านอาหารของชาวญี่ปุ่นในประเด็นที่แตกต่างไปจากหนังสือฉบับแรก โดยส่วนใหญ่จะเป็นทัศนคติต่อการเลือกซื้อสินค้าและมุมมองต่อประเด็นต่างๆที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยด้านอาหารและประเด็นด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชต่างๆ ซึ่ง มกอช. เห็นว่ามีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการที่ส่งออกญี่ปุ่นมากจึงได้จัดทำหนังสือ "พฤติกรรมผู้บริโภคญี่ปุ่น เล่ม 2" ขึ้น

ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่า หนังสือเล่มนี้จะมีประโยชน์ต่อท่านผู้อ่านไม่มากนักน้อย

กองนโยบายมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร
สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ
พฤษภาคม 2554

สารบัญ

หน้า

1. บทนำ

- | | |
|---|----|
| 2. ข้อมูลการสำรวจปี 2549 ของสหกรณ์ผู้บริโภคนแห่งประเทศญี่ปุ่น | 6 |
| 2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป | 6 |
| 2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกซื้ออาหารสด | 8 |
| 2.3 การพิจารณาลากของผลิตภัณฑ์ | 9 |
| 2.4 รายละเอียดด้านความปลอดภัยอาหารที่ผู้บริโภคกังวล | 11 |
| 2.5 การพิจารณาผู้ประกอบการ | 13 |
| 3. ข้อมูลการสำรวจปี 2552 ของคณะกรรมการความปลอดภัยด้านอาหาร | 14 |
| 3.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกซื้ออาหาร | 15 |
| 3.2 ข้อมูลความปลอดภัยด้านอาหารที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ | 18 |
| 4. สรุป | 21 |

1. บทนำ

ในการทำการตลาดยุคใหม่ การทำความเข้าใจกับพฤติกรรม รสนิยมของผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นข้อมูลดังกล่าวจะเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการกำหนดกิจกรรมทางการตลาด เช่น การวางแผนการผลิต การวางแผนการตลาด การประสานงานด้านการตลาด

การขยายตลาดสินค้าเกษตรและอาหารของไทยไปยังประเทศต่างๆ จำเป็นต้องเรียนรู้ ถึงพฤติกรรม ทักษะคติของผู้บริโภค ทำให้เราเข้าใจว่าสินค้าประเภทใดที่เหมาะสมกับประเทศนั้นๆ ควรมีการปรับเปลี่ยนการผลิตอย่างไรให้สินค้าออกมาสอดคล้องกับความต้องการของตลาด และควรทำการส่งเสริมหรือการตลาดอย่างไร การนิยมปรุงอาหารรับประทานเองหรือการบริโภคอาหารนอกบ้านก็เป็นสิ่งสำคัญต่อการจัดจำหน่ายสินค้า

สำหรับผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นได้ชื่อว่ามีค่านิยมอันเข้มงวดต่อปัจจัยแวดล้อมด้านคุณภาพมาตรฐาน แต่เมื่อมีความมั่นใจในสินค้าของใครแล้วก็จะค่อนข้างมั่นคง การศึกษาทัศนคติผู้บริโภคญี่ปุ่นจึงมาจากการสำรวจความต้องการและทัศนคติของผู้บริโภคต่อความปลอดภัยด้านอาหารในประเทศญี่ปุ่นโดยใช้ข้อมูลจากการสำรวจจาก 2 แหล่ง ซึ่งต่างช่วงเวลากัน และกลุ่มผู้บริโภคอาจแตกต่างกัน รวมทั้งประเด็นในการสำรวจมีความคล้ายคลึงกันบ้างและมีความแตกต่างกันบ้าง ซึ่งเป็นประโยชน์ในการมองภาพทัศนคติ ความต้องการและพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าอาหารของชาวญี่ปุ่น ข้อมูลที่นำเสนอมาจาก 2 แหล่ง ดังนี้

1. ข้อมูลการสำรวจปี 2549 ของสหกรณ์ผู้บริโภคนแห่งประเทศญี่ปุ่น
2. ข้อมูลการสำรวจปี 2551 และ 2552 ของคณะกรรมการความปลอดภัยด้านอาหารของญี่ปุ่น

อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลการสำรวจที่ มกอช. ได้รับนั้นไม่ได้มีการระบุจำนวนผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นที่มีการสำรวจจากทั้ง 2 แหล่ง

2. ข้อมูลการสำรวจปี 2549 ของสหกรณ์ผู้บริโภคนแห่งประเทศญี่ปุ่น

การสำรวจโดยสหกรณ์ผู้บริโภคนแห่งประเทศญี่ปุ่นในปี 2549 นี้ ได้สำรวจทัศนคติของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อสินค้าโดยแบ่งออกเป็น 5 หัวข้อ ดังนี้

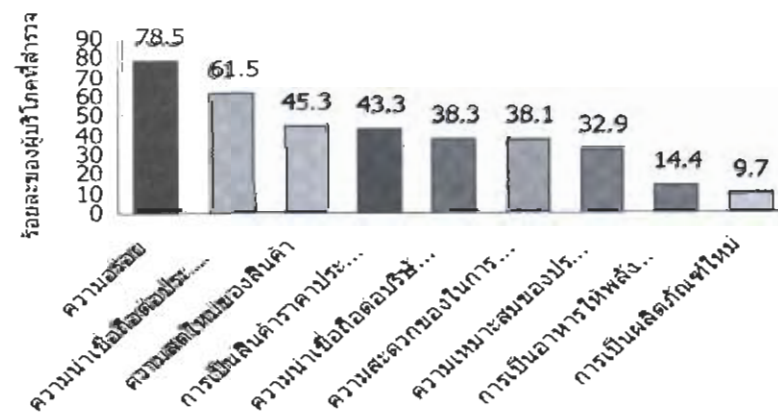
2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป

ปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดในการพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปคือ รสชาติความอร่อยของอาหาร (78.5%) รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของประเทศผู้ผลิตกรณีเป็นสินค้านำเข้า (61.5%)

ปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสดใหม่ของสินค้า (45.3%) การเป็นสินค้าราคาประหยัด (43.3%) ความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ผลิต (38.3%) ความสะดวกต่อการบริโภค (38.1%)

ปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อย ได้แก่ การเป็นอาหารให้พลังงานต่ำ (14.4%) และการเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ (9.7%)

จะเห็นได้ว่า ประเด็นที่ผู้บริโภคญี่ปุ่นให้ความสำคัญในการเลือกซื้ออาหารแปรรูปซึ่งเกี่ยวข้องกับความปลอดภัยด้านอาหาร ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของประเทศผู้ผลิตสินค้ากรณีเป็นอาหารนำเข้ารวมทั้งความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ผลิต ดังนั้นหากผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่ผลิตจากประเทศไทยได้รับการยอมรับและเป็นที่น่าเชื่อถือในระดับสากลในด้านความปลอดภัยด้านอาหารจะเป็นการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดในตลาดญี่ปุ่นได้อีกทางหนึ่ง นอกจากนี้จะเห็นได้ว่า ความสะดวกในการบริโภคของสินค้าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญปานกลาง สำหรับผู้บริโภคญี่ปุ่นใกล้เคียงกับความสดใหม่ ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมทั้งหีบห่อให้สะดวกต่อการบริโภคเป็นสิ่งสำคัญ



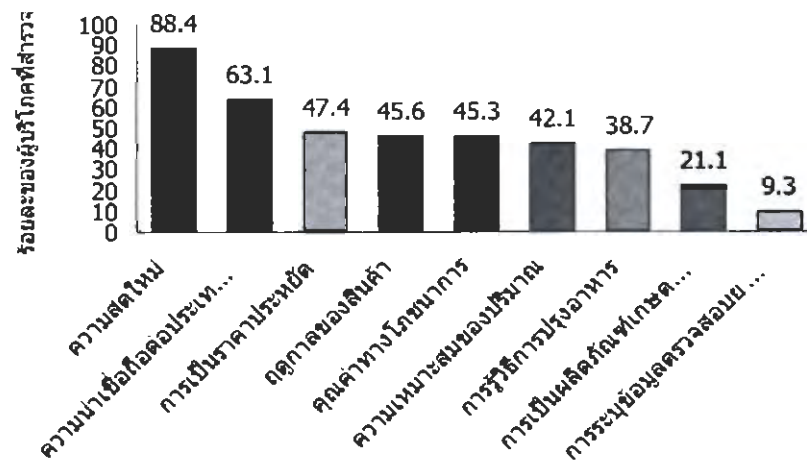
2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกซื้ออาหารสด

ปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดใน การเลือกซื้ออาหารสดคือความสดใหม่(88.4%) รองลงมาคือความน่าเชื่อถือของประเทศผู้ผลิต (63.1%)

ปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การเป็นสินค้าราคาประหยัด (47.4%) ฤดูกาลของสินค้า (45.6%) คุณค่าทางโภชนาการ (45.3%) ความเหมาะสมของปริมาณ (42.1%) และการรู้วิธีการปรุงอาหาร (38.7%) ตามลำดับ

ปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อย ได้แก่ การเป็นผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (21.1%) การระบุข้อมูลการตรวจสอบย้อนกลับ (9.3%)

จากรายงานผลการสำรวจพบว่า ปัจจัยการเลือกซื้ออาหารสดที่สำคัญที่สุดคือ ความสดใหม่ สำหรับทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยด้านอาหารจะเห็นได้ว่ากว่าครึ่งหนึ่งของผู้บริโภคยังให้ความสำคัญข้อมูลประเทศต้นกำเนิดซึ่งคล้ายคลึงกับทัศนคติในการเลือกซื้ออาหารแปรรูป อย่างไรก็ตาม การเป็นเกษตรอินทรีย์และการระบุข้อมูลตรวจสอบย้อนกลับยังได้รับความสำคัญจากผู้บริโภคน้อย

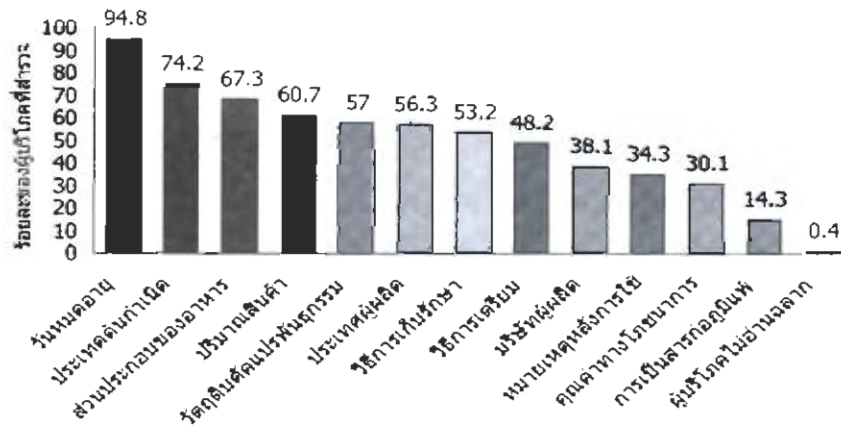


2.3 การพิจารณาผลจากของผลิตภัณฑ์

จากรายงานการสำรวจพบว่า ข้อมูลที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดคือ วันหมดอายุ(94.8%) รองลงมาได้แก่ ประเทศต้นกำเนิด (74.2%) ส่วนประกอบของอาหาร (67.3%) ปริมาณสินค้า (60.7%) วัตถุประสงค์แปรรูป (57.0%) ประเทศผู้ผลิต (56.3%) และวิธีการเก็บรักษา (53.2%) ตามลำดับ

ข้อมูลที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญระดับปานกลางได้แก่ วิธีการเตรียม (48.2%) บริษัทผู้ผลิต (38.1%) หมายเหตุหลังการใช้ (34.3%) คุณค่าทางโภชนาการ (30.1%) ข้อมูลที่ผู้บริโภคสนใจน้อยคือ การเป็นสารก่อภูมิแพ้ (14.3%)

จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคนิยมเรื่องวันหมดอายุมากที่สุดในการอ่านฉลากอาหาร อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่าข้อมูลประเทศต้นกำเนิดก็เป็นเรื่องที่ผู้บริโภคนิยมอ่านบนฉลากค่อนข้างมากซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจเรื่องปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้ออาหารของผู้บริโภคทั้งอาหารแปรรูปและอาหารสด นอกจากนี้ยังพบว่าผู้บริโภคเพียงไม่กี่รายที่ไม่อ่านฉลาก ผู้บริโภคญี่ปุ่นยังสนใจอ่านฉลากเรื่องสารก่อภูมิแพ้ค่อนข้างน้อย อาจเนื่องมาจากร้อยละของผู้แพ้อาหารบางประเภทในญี่ปุ่นมีค่อนข้างน้อยเช่นกัน และมีผู้บริโภคที่ไม่อ่านฉลากเพียงเล็กน้อย

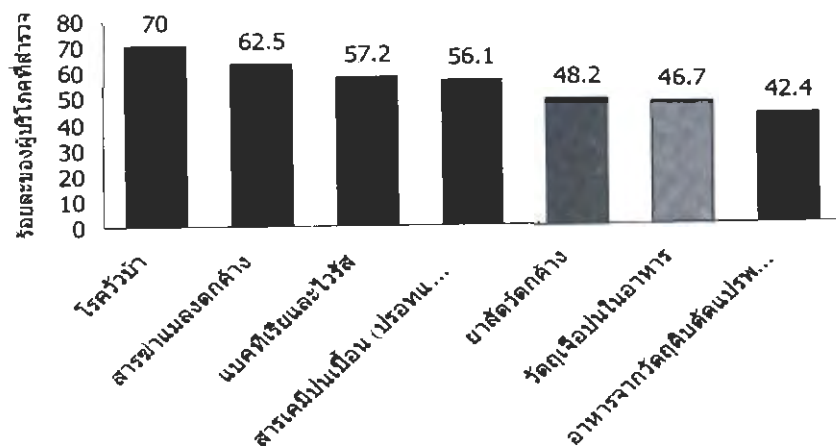


2.4 รายละเอียดด้านความปลอดภัยอาหารที่ผู้บริโภคกังวล

จากผลการสำรวจทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อรายละเอียดด้านความปลอดภัย ด้านอาหารที่ผู้บริโภคกังวล พบว่า โรควัวบ้า (Bovine Spongiform Encephalopathy : BSE) เป็นเรื่องที่ผู้บริโภคกังวลมากที่สุด คือ (70.0%) รองลงมาได้แก่ สารกำจัดศัตรูพืชตกค้าง (62.5%) แบคทีเรียและไวรัส (57.2%) สารเคมีปนเปื้อนประเภทโลหะหนักเช่น ปรอท แคดเมียม (56.1%) ยาสัตว์ตกค้าง (48.2%) วัตถุเจือปนในอาหารหรือ food additive เกินค่ามาตรฐาน (46.7%) อาหารจากวัตถุดิบตัดแปรรูป (42.4%) ตามลำดับ

จากข้อมูลดังกล่าวสรุปได้ว่า ในเรื่องความปลอดภัยด้านอาหารของสินค้าปศุสัตว์นั้นเรื่องโรควัวบ้าเป็นประเด็นที่ผู้บริโภคญี่ปุ่นให้ความสำคัญมากที่สุด ในขณะที่ความปลอดภัยด้านอาหารของสินค้าพืชนั้น สารกำจัดศัตรูพืชตกค้างเป็นประเด็นที่มีความสำคัญมากที่สุดเรื่องวัตถุติดเติมปรุงแต่งนั้นถึงแม้จะเป็นเรื่องที่ทำให้ความสำคัญในระดับสุดท้าย แต่ผู้ประกอบการไทยที่ส่งออกอาหารไปญี่ปุ่นไม่ควรละเลยเพราะความสำคัญของเรื่องนี้ในทัศนคติของผู้บริโภคญี่ปุ่นก็อยู่ในระดับปานกลาง คือ มากกว่า 40%

เป็นที่น่าสังเกตว่า ในปี 2549 ซึ่งทำการสำรวจนั้น ผู้บริโภคญี่ปุ่นกังวลเรื่องโรควัวบ้ามาก เนื่องจากช่วงนั้นเป็นช่วงที่ญี่ปุ่นมีกรณีพิพาทกับสหรัฐอเมริกาเรื่อง มาตรการระงับการนำเข้าชั่วคราวเนื้อวัวเนื่องจากช่วงก่อนหน้านั้นสหรัฐอเมริกามีการตรวจพบเชื้อวัวบ้า และสหรัฐอเมริกามีการเจรจาต่อรองเพื่อให้ญี่ปุ่นเปิดตลาดให้



2.5 การพิจารณาผู้ประกอบการ

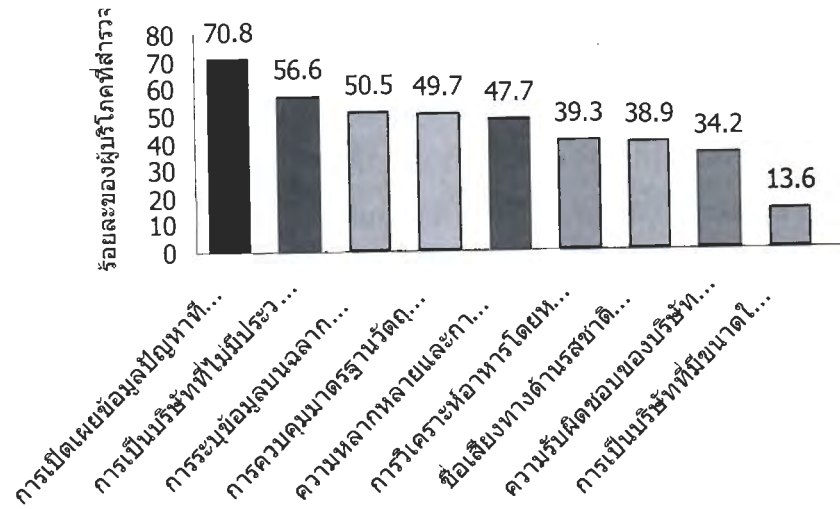
ทัศนคติผู้บริโภคญี่ปุ่นในการพิจารณาเลือกผู้ประกอบการผลิตสินค้าอาหารขึ้นอยู่กับประวัติและข้อมูลต่างๆของผู้บริโภค ผลการสำรวจจากแบบสอบถามปรากฏดังนี้

ประเด็นที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ความซื่อสัตย์ในการเปิดเผยข้อมูลปัญหาที่เกิดขึ้นกับตัวสินค้า (70.8%)

ประเด็นที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ การเป็นบริษัทที่ไม่มีประวัติการเกิดเหตุการณ์ความไม่ปลอดภัยด้านอาหาร (56.6%) การระบุข้อมูลบนฉลากตามความเป็นจริง (50.5%) การควบคุมมาตรฐานวัตถุดิบอาหาร และสารตกค้างจากสารกำจัดศัตรูพืช (49.7%) ความหลากหลายและการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค (47.7%)

ประเด็นที่ผู้บริโภคสนใจน้อย คือ การวิเคราะห์อาหารโดยห้องปฏิบัติการภายในบริษัทผู้ผลิตเอง (39.3%) ชื่อเสียงด้านรสชาติความอร่อย (38.9%) ความรับผิดชอบของบริษัทที่มีต่อสังคม (34.2%)

ประเด็นที่ผู้บริโภคสนใจน้อยมาก คือ การเป็นบริษัทขนาดใหญ่มีทุนจดทะเบียนสูง และครองส่วนแบ่งการตลาดมาก (13.6%)



3. ข้อมูลการสำรวจปี 2552 ของคณะกรรมการความปลอดภัยด้านอาหาร

การสำรวจโดยคณะกรรมการความปลอดภัยด้านอาหาร นั้นจะเป็นข้อมูลปีที่ล่าสุดกว่าของสหกรณ์ผู้บริโภคแห่งประเทศไทย โดยเป็นการสำรวจเปรียบเทียบกันระหว่างปี 2551 และ 2552 ใน 2 ประเด็นหลัก ดังนี้

- ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกซื้ออาหาร
- ข้อมูลความปลอดภัยด้านอาหารที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ

3.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกซื้ออาหาร

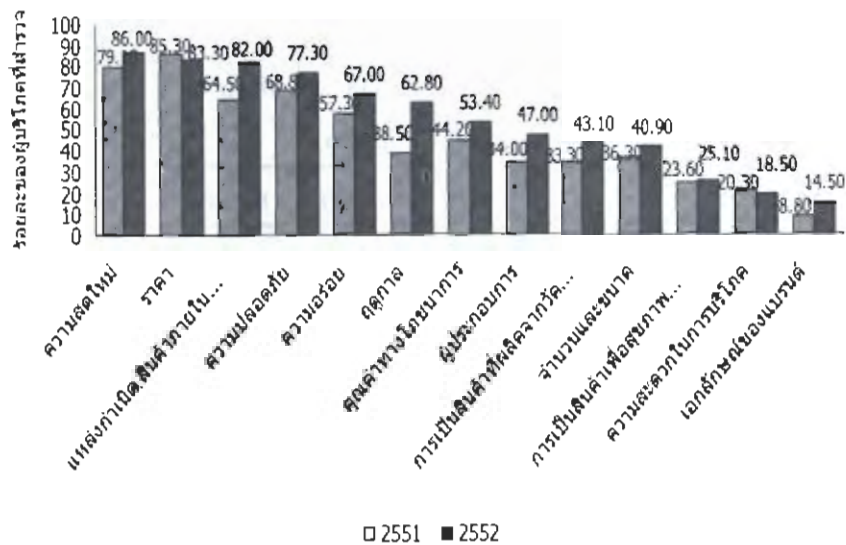
ปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ 5 อันดับแรกในปี 2551 และ 2552 เหมือนกัน ได้แก่ ความสดใหม่ (82.6%) ราคา (84.3%) แหล่งกำเนิด (73.3%) ความปลอดภัย (73.1%) และความอร่อย (62.2%)

เมื่อพิจารณาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภคญี่ปุ่น ระหว่างปี 2551 กับ ปี 2552 พบว่า ปัจจัยการเลือกซื้อสินค้าที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นมากที่สุด ได้แก่ ฤดูกาลของสินค้า (50.7%) รองลงมา ได้แก่ แหล่งกำเนิดสินค้าที่เป็นสินค้าในประเทศและสินค้านำเข้า (73.3%) ผู้ประกอบการ (40.5%) การเป็นวัตถุดิบที่ผลิตจากธรรมชาติ (38.2%) ความอร่อย (62.2%) คุณค่าทางโภชนาการ (48.8%) ความปลอดภัยด้านอาหาร (73.1%)

เนื่องจากการสำรวจนี้ไม่ได้แยกระหว่างอาหารแปรรูปกับอาหารสดจะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคให้ความสนใจฤดูกาลซึ่งน่าจะหมายถึงของสดเพื่อให้ได้ของสดใหม่และคุณภาพสูงโดยที่ราคาไม่แพงเพราะเป็นสินค้าตามฤดูกาล นอกจากนี้การให้ความสำคัญเรื่องแหล่งกำเนิดสินค้านั้นอยู่อันดับต้นๆ และมีความสำคัญเพิ่มขึ้นเป็นสัดส่วนสูงเนื่องจากในระยะ 2-3 ปีมานี้ชาวญี่ปุ่นมีความวิตกกังวลของเรื่องเกี่ยวกับเนื้อสัตว์ที่มาจากจีน นมปนเปื้อนสารเมลามีนจากจีน ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อผู้น้อยลง คือ ราคาและความสะดวกในการบริโภค (อย่างไรก็ตามราคายังคงเป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณาเลือกซื้ออันดับ 2 อยู่)

กล่าวโดยสรุป ได้ว่าแนวโน้มการให้ความสำคัญเรื่องแหล่งกำเนิดและความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ประเทศไทยไม่เคยประสบปัญหาภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยด้านอาหาร หากผู้ประกอบการส่งออกของไทยให้ความสำคัญกับระบบมาตรฐานสร้างความเชื่อถือให้กับผู้บริโภคแล้วก็จะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้มาก

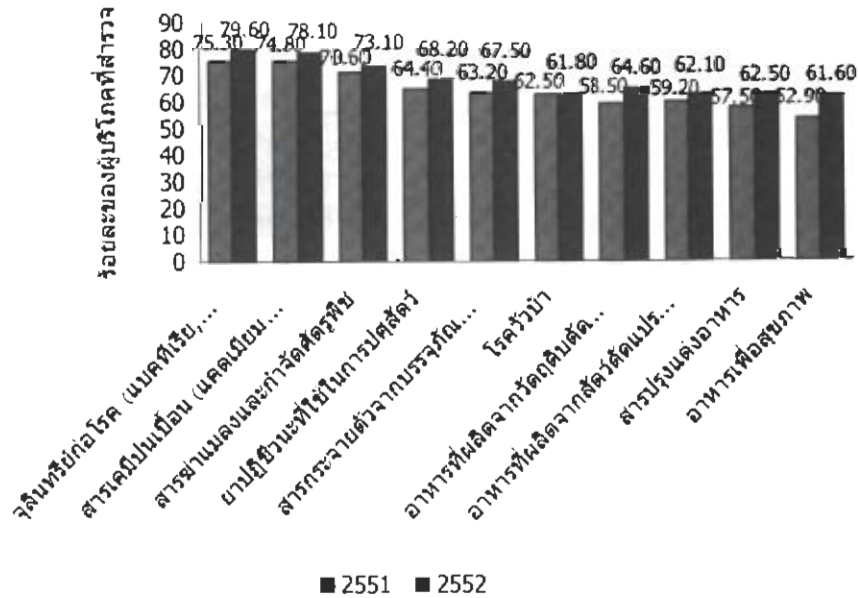
ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกซื้ออาหาร	ช่วงเวลาการสำรวจ		ค่าเฉลี่ย	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง
	2551	2552		
ความสดใหม่	79.10	86.00	82.60	6.90
ราคา	85.30	83.30	84.30	-2.00
แหล่งกำเนิด (สินค้าภายในประเทศและนำเข้า)	64.50	82.00	73.30	17.50
ความปลอดภัย	68.80	77.30	73.10	8.50
ความอร่อย	57.30	67.00	62.20	9.70
ฤดูกาล	38.50	62.80	50.70	24.30
คุณค่าทางโภชนาการ	44.20	53.40	48.80	9.20
ผู้ประกอบการ	34.00	47.00	40.50	13.00
การเป็นสินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ	33.30	43.10	38.20	9.80
จำนวนและขนาด	36.30	40.90	38.60	4.60
การเป็นสินค้าเพื่อสุขภาพและให้พลังงานต่ำ	23.60	25.10	24.40	1.50
ความสะดวกในการบริโภค	20.30	18.50	19.40	-1.80
เอกลักษณ์ของแบรนด์	8.80	14.50	11.70	5.70



3.2 ข้อมูลความปลอดภัยด้านอาหารที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ

ข้อมูลด้านความปลอดภัยอาหารที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ จุลินทรีย์ก่อโรค เช่น แบคทีเรีย ไวรัส และอาหารเป็นพิษ (77.5%) รองลงมา ได้แก่ สารเคมีปนเปื้อน เช่น แคลดเมียมและปรอท (76.5%) สารฆ่าแมลงและกำจัดศัตรูพืช (71.9%) ยาปฏิชีวนะเพื่อการปศุสัตว์ (66.3%) สารกระจายตัวจากบรรจุภัณฑ์และเครื่องจักรกล (65.4 %) โรควัวบ้า (62.2%) อาหารที่ผลิตจากวัตถุดิบดัดแปรพันธุกรรม (61.6%) และอาหารที่ผลิตจากสัตว์ดัดแปรพันธุกรรม (60.7%) วัตถุเจือปนในอาหาร (60.0%) และอาหารเพื่อสุขภาพ (57.3%) ตามลำดับ

ข้อมูลด้านความปลอดภัย อาหาร	ช่วงเวลาการ สำรวจ		ค่าเฉลี่ย	ร้อยละการ เปลี่ยนแปลง
	2551	2552		
จุลินทรีย์ก่อโรค (แบคทีเรีย,ไวรัส, อาหารเป็น พิษ)	75.30	79.60	77.50	4.30
สารเคมีปนเปื้อน (แคลดเมียม,ปรอท)	74.80	78.10	76.50	3.30
สารฆ่าแมลงและกำจัด ศัตรูพืช	70.60	73.10	71.90	2.50
ยาปฏิชีวนะที่ใช้ใน การปศุสัตว์	64.40	68.20	66.30	3.80
สารกระจายตัวจาก บรรจุภัณฑ์และเครื่องจักรกล	63.20	67.50	65.40	4.30
โรควัวบ้า	62.50	61.80	62.20	-0.70
อาหารที่ผลิตจากวัตถุดิบ ดัดแปรพันธุกรรม	58.50	64.60	61.60	6.10
อาหารที่ผลิตจากสัตว์ ดัดแปรพันธุกรรม	59.20	62.10	60.70	2.90
สารปรุงแต่ง	57.50	62.50	60.00	5.00
อาหารเพื่อสุขภาพ	52.90	61.60	57.30	8.70



หากเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2551 และ 2552 พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเรื่องความปลอดภัยอาหารเพิ่มมากขึ้นเกือบทุกประเด็น (2.5% - 8.7%) ยกเว้นเรื่องโรควัวบ้าที่ให้ความสำคัญน้อยลงแต่ถือได้ว่าข้อมูลทั้ง 2 ปี ไม่แตกต่างกันมากนัก (0.7%)

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่นกว่าครึ่งหนึ่งของจำนวนที่สำรวจให้ความสำคัญกับประเด็นต่างๆ ด้านความปลอดภัยอาหารและมีแนวโน้มให้ความสนใจเพิ่มมากขึ้น ข้อมูลต่างๆเหล่านี้เป็นข้อมูลที่ต้องมีการตรวจสอบทางห้องปฏิบัติการ ซึ่งจะเห็นได้ว่าผลการสำรวจในกรณีศึกษาทั้ง 2 ฉบับ มีความสอดคล้องกัน จึงถือได้ว่านโยบายการพัฒนามาตรฐานห้องปฏิบัติการตรวจสอบสินค้าเกษตรและอาหารเป็นเรื่องที่รัฐบาลไทยจำเป็นต้องให้ความสำคัญ อันจะเป็นการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของสินค้าเกษตรและอาหารของไทยในเชิงเทคโนโลยีความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์ได้อีกด้วย

4. สรุป

จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับความเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ จึงมีการพิจารณาประเทศแหล่งกำเนิดค่อนข้างสูงรวมทั้งบริษัทผู้ผลิตความสดใหม่เป็นสิ่งที่สำคัญเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับอาหารสด ความสดใหม่มีความสำคัญมากทำให้ผู้บริโภคสนใจเรื่องฤดูกาลของผลผลิตด้วย เพราะเกี่ยวข้องกับความสดใหม่ นอกจากนี้ความอร่อยก็เป็นปัจจัยที่สำคัญระดับปานกลางถึงมากโดยมีความสำคัญมากในกรณีของอาหารแปรรูป และผู้บริโภคญี่ปุ่นให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัยด้านอาหารในประเด็นต่างๆ เพิ่มขึ้น



ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่
กองนโยบายมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร
สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ
เลขที่ 50 เกษตรกลาง บางเขน ถนนพหลโยธิน เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทร. 0-2561-2277 ต่อ 1338 โทรสาร 0-2561-4034
อีเมล acfspol@acfs.go.th
www.acfs.go.th
มาอช-2554-กนผ-7

