

## มุมมองวิจัย

## Methodology Corner

## กระบวนการจัดทำข้อมูลพื้นฐานในการติดตามการตลาดอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

นงนุช จินดารัตนาภรณ์ ปร.ด.

สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล

การตลาดอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์มีผลกระทบต่อรับรู้ การจดจำ ความชอบ การซื้อและการบริโภคอาหารของเด็ก<sup>(1,2)</sup> ประเทศไทยจึงได้พัฒนาร่างพระราชบัญญัติการควบคุมการตลาดอาหารและเครื่องดื่มที่มีผลกระทบต่อสุขภาพของเด็ก เพื่อลดการพบเห็นและเทคนิคจูงใจของการตลาดอาหารและเครื่องดื่ม<sup>(3)</sup> ตามการจัดทำข้อมูลพื้นฐานในการติดตามการตลาดอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์มีความสำคัญ เพราะหน่วยงานที่มีอำนาจบังคับใช้กฎหมายจะสามารถประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมายว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของกฎหมายหรือไม่ ตามมาตรา 77 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย<sup>(4,5)</sup> และข้อมูลพื้นฐานยังทำให้เกิดข้อมูลที่สามารถนำไปป้องกันหรือแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อปกป้องคุ้มครองเด็กจากการทำการตลาดอาหารได้<sup>(6)</sup>

กระบวนการจัดทำข้อมูลพื้นฐาน มี 4 ขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1 การระบุข้อมูลพื้นฐาน ที่นำมาใช้ในการติดตามการตลาดอาหารฯ ใช้การวิจัยเอกสารด้วยวิธีการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อทราบว่า มีข้อมูลพื้นฐานฯ อะไรบ้าง และข้อมูลพื้นฐานฯ แต่ละข้อมูลมีการวัด เก็บรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลอย่างไร ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่สำคัญมาก เพราะการทบทวนวรรณกรรม

ทำให้เกิดการเรียนรู้ข้อมูลพื้นฐานฯ ที่นำมาใช้ในการติดตามการตลาดอาหารฯ และเป็นกำหนดข้อมูลพื้นฐานฯ ให้สอดคล้องและตรงตามร่างพระราชบัญญัติฯ ขั้นตอนที่ 2 การสำรวจข้อมูลพื้นฐานฯ ด้วยการวิจัยเอกสาร เพื่อ (1) วิเคราะห์ว่าข้อมูลพื้นฐานฯ ใดมีอยู่แล้ว และยังขาดข้อมูลพื้นฐานฯ ใดบ้างในการติดตามการตลาดอาหารฯ และ (2) ค้นหาแหล่งของข้อมูลพื้นฐานฯ ที่มีอยู่ในประเทศไทย รวมทั้งระบุหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ในการจัดเก็บหรือจัดทำข้อมูลพื้นฐานฯ

ขั้นตอนที่ 3 การตรวจสอบและคัดเลือกข้อมูลพื้นฐานฯ โดยการประชุมหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง หลังจากได้ข้อมูลพื้นฐานฯ นำข้อมูลพื้นฐานฯ ดังกล่าว ให้หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการเก็บรวบรวมข้อมูลการตลาดอาหารฯ ตรวจสอบว่า ข้อมูลพื้นฐานฯ ที่ได้จากการวิจัยเอกสารนั้นถูกต้องตรงตามที่หน่วยงานจัดเก็บหรือจัดทำข้อมูลพื้นฐานหรือไม่ หากข้อค้นพบจากขั้นตอนที่ 2 ไม่ถูกต้องหรือขาดข้อมูลพื้นฐานฯ ส่วนใด ก็มีการปรับปรุงแก้ไขหรือเพิ่มเติมข้อมูลพื้นฐานฯ ดังกล่าวให้ครอบคลุมและครบถ้วน จากนั้น หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องจัดเรียงลำดับความสำคัญของข้อมูลพื้นฐานฯ และคัดเลือกข้อมูลพื้นฐานฯ พิจารณาจากข้อมูลพื้นฐานที่ไม่มีการจัดเก็บเลย และข้อมูลพื้นฐานที่มีระยะเวลาการจัดเก็บ กล่าวคือ

ทำลายข้อมูลเมื่อครบกำหนดตามระยะเวลาในการจัดเก็บ ซึ่งข้อมูลพื้นฐานฯ ในลักษณะนี้ จะนำมาจัดทำข้อมูลพื้นฐานฯ เป็นลำดับแรก

ขั้นตอนที่ 4 การจัดทำข้อมูลพื้นฐานฯ เมื่อได้ข้อมูลพื้นฐานฯ ที่คัดเลือกมาจากขั้นตอนที่ 3 แล้ว ต้องประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีการจัดเก็บหรือจัดทำข้อมูลพื้นฐานฯ เพื่อรวบรวมข้อมูลพื้นฐานฯ ดังกล่าว และจัดทำรายงานข้อมูลพื้นฐานฯ รวมทั้ง ระบุปีของข้อมูลพื้นฐานที่ทำการจัดเก็บให้เรียบร้อย แล้วนำข้อมูลพื้นฐานดังกล่าวฯ ไปเก็บรวบรวมไว้ที่หน่วยงานที่พัฒนาร่างพระราชบัญญัติฯ ต่อไป

ดังนั้น การจัดทำข้อมูลพื้นฐานฯ ที่เหมาะสม เป็นกระบวนการสำคัญที่จะช่วยให้มีข้อมูลก่อนกฎหมายบังคับใช้ ซึ่งสามารถใช้เปรียบเทียบกับข้อมูลหลังมีกฎหมายควบคุมการตลาดฯ และทำให้ทราบว่า กฎหมายควบคุมการตลาดฯ นั้น สามารถลดการทำการตลาดอาหารฯ ได้จริงหรือไม่ ถือเป็นเตรียมข้อมูลไว้ใช้ประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมายได้

## เอกสารอ้างอิง

1. Boyland E. Children's holistic advertising exposure. London: National Institute for Health and Care Research; 2021.
2. UNICEF. Control on the marketing of food and non-alcoholic beverages to children in Thailand: legislative options and regulatory design. Bangkok: UNICEF; 2022.
3. กรมอนามัย. ร่างพระราชบัญญัติควบคุมการตลาดอาหารและเครื่องดื่มที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพเด็ก พ.ศ. .... (2565). นนทบุรี: กรมอนามัย; 2565.
4. แदनชัย ไชวิเศษ. แนวทางการจัดทำและการเสนอร่างกฎหมายตามบทบัญญัติมาตรา 77 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560. กรุงเทพมหานคร: สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร; 2560.
5. อภิชัย กู้เมือง. การประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2561.
6. World Health Organization Regional Office for the Western Pacific. Regional action framework on protecting children from the harmful impact of food marketing in the Western Pacific. Manila: World Health Organization Regional Office for the Western Pacific; 2020.