

Original Article

นิพนธ์ต้นฉบับ

สาเหตุและพฤติกรรมการบริโภคขนมและ เครื่องดื่ม และคาดคะเนผลหากรู้ระดับความเสี่ยง ของอาหารในเยาวชนไทย

สุดาดวง กฤษภาพงษ์*

ธิติมา นามศิริกุล**

ศศิวิทย์ สุประดิษฐ์**

*ภาควิชาทันตกรรมชุมชน คณะทันตแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**นิสิตคณะทันตแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อ

ฉลากโภชนาการและฉลากอย่างง่ายที่จำแนกอาหารแปรรูปตามระดับความเสี่ยงต่อสุขภาพเป็น
มาตรการประเภทหนึ่งที่จะนำมาใช้ในการปรับปรุงพฤติกรรมการบริโภคของประชาชน งานวิจัยนี้มี
วัตถุประสงค์เพื่อประเมินและเปรียบเทียบสาเหตุในการเลือกซื้อขนมและเครื่องดื่มของเยาวชนไทย พฤติกรรม
การอ่านฉลากและการบริโภค พฤติกรรมคาดคะเนหากรู้ระดับความเสี่ยงของอาหาร และเปรียบเทียบสาเหตุ
และพฤติกรรมระหว่างกลุ่มที่มีสถานะทางเศรษฐกิจสังคมแตกต่างกัน โดยการสัมภาษณ์เยาวชนอายุ 15-25 ปี
จำนวน 408 คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและเชิงเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยต่าง ๆ และปัจจัยพื้นฐานประชากร
พบว่าสาเหตุหลักในการเลือกซื้อคือ รสชาติ การหาซื้อได้ง่าย ความเคยชิน และราคา มีเพียงร้อยละ 4.9 ที่
คำนึงถึงประโยชน์อย่างมาก ร้อยละ 17.2 อ่านและร้อยละ 5.4 ใช้ข้อมูลจากฉลากเป็นประจำ สำหรับขนม
และเครื่องดื่มที่กินประจำพบว่าร้อยละ 47.1 กินแต่สิ่งที่จัดว่าไม่มีประโยชน์ ในขณะที่ร้อยละ 16.9 กินสิ่งที่มี
ประโยชน์เป็นส่วนมาก สัดส่วนของขนมมีประโยชน์ที่กินสัมพันธ์เชิงบวกกับการซื้อเพราะประโยชน์ ($p < 0.001$)
ความบ่อยในการอ่าน ($p < 0.05$) และการใช้ฉลากประกอบการซื้อ ($p < 0.001$) และสัมพันธ์เชิงลบกับการซื้อ
เพราะแรงจูงใจจากสื่อและสังคม ($p < 0.05$) และการหาได้ง่าย ($p < 0.05$) ร้อยละ 37.5 ของกลุ่มตัวอย่างคิด
ว่าตนเองจะไม่เปลี่ยนพฤติกรรมเลยหากมีการใช้ฉลากอย่างง่าย ร้อยละ 49.3 จะเปลี่ยนบ้างและร้อยละ 13.2
จะเปลี่ยนแน่นอน กลุ่มที่คำนึงถึงประโยชน์ อ่านและใช้ฉลาก และกินขนมและเครื่องดื่มที่มีประโยชน์มากกว่า
คิดว่าจะเปลี่ยนพฤติกรรมมากกว่า ดังนั้นการได้รับข้อมูลจากฉลากอาจไม่สามารถทำให้ประชาชนโดยรวม
ปรับพฤติกรรมได้ แต่การใช้ฉลากอย่างง่ายอาจมีประโยชน์ในการผลักดันผู้ผลิตและสร้างกระแสตื่นตัวในสังคม
มาตรการกระจายการจำหน่าย ควบคุมราคา น่าจะช่วยส่งเสริมการปรับพฤติกรรมการบริโภคให้สำเร็จมากขึ้น

คำสำคัญ:

ขนม, เครื่องดื่ม, ฉลากโภชนาการ, พฤติกรรมการบริโภค, เยาวชน

บทนำ

การบริโภคอาหารที่มีสัดส่วนโภชนาการที่ไม่ เหมาะ
สม เช่น ไขมันสูง น้ำตาลสูง อย่างมากเกินควรถือเป็น

ปัญหาสุขภาพที่สำคัญในระดับนานาชาติ⁽¹⁾ และส่งผล
ให้เกิดปัญหาสุขภาพต่าง ๆ เช่น โรคอ้วน เบาหวาน
คอเลสเตอรอลสูง และฟันผุ ในเด็กและเยาวชนไทย^(2,3)

จึงได้นำมาตรการต่าง ๆ เพื่อการปรับปรุงพฤติกรรมการบริโภคมาใช้ ซึ่งรวมทั้งมาตรการประเภทการให้ความรู้ความเข้าใจในการเลือกอาหารที่มีและไม่มีประโยชน์ เช่น ฉลากโภชนาการที่ช่วยให้ประชาชนสามารถพิจารณาส่วนประกอบหรือข้อมูลทางโภชนาการก่อนตัดสินใจซื้ออาหาร และฉลากโภชนาการอย่างง่ายที่ได้พัฒนา และใช้ในบางประเทศ⁽⁴⁾ หลักการโดยรวมคือการจำแนกอาหารตามระดับความเสี่ยงต่อสุขภาพโดยพิจารณาจากปริมาณสารอาหารที่ร่างกายต้องการแต่น้อยและหากได้รับมากเกินไปจะทำให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพ ได้แก่ ไขมัน น้ำตาล และโซเดียม ผลสำรวจการใช้ฉลากอย่างง่ายในการจำแนกระดับความเสี่ยงของอาหารในต่างประเทศ พบว่าสามารถช่วยปรับปรุงพฤติกรรมการบริโภคได้ โดยช่วยให้ผู้บริโภคเลือกซื้ออาหารได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น ซึ่งอาหารที่ปลอดภัยต่อสุขภาพและหลีกเลี่ยงอาหารที่มีความเสี่ยงสูง⁽⁵⁾ สำหรับในประเทศไทยได้มีการพิจารณาที่จะปรับปรุงมาตรการฉลากโภชนาการให้สื่อสารถึงระดับความเสี่ยงของอาหารได้ง่าย โดยอาจจะเริ่มใช้กับขนมสำเร็จรูป 5 ชนิด ได้แก่ มันฝรั่งทอดหรืออบกรอบ ข้าวโพดทอดหรืออบกรอบ ข้าวเกรียบ ขนมปังกรอบ และเวเฟอร์สอด้ไส้⁽⁶⁾

อย่างไรก็ดี การทราบถึงประโยชน์หรือความเสี่ยงของอาหารเป็นเพียงสาเหตุหนึ่งเท่านั้นของพฤติกรรมการบริโภคของประชาชน⁽⁷⁾ และอาจจะไม่ประสบความสำเร็จในการปรับปรุงพฤติกรรมของประชาชนในภาพรวม⁽⁸⁾ โดยรายงานกระทรวงสาธารณสุข ระบุถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของคนไทย เช่น ราคา ของแถม โฆษณา ยี่ห้อ ภาชนะบรรจุ⁽⁹⁾ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมสุขภาพที่กล่าวว่า พฤติกรรมที่เป็นนิสัยความเคยชิน ได้แก่ การบริโภคอาหาร มีสาเหตุมาจากปัจจัยทางสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น ค่านิยม การเข้าถึง และราคา มากกว่าปัจจัยความเชื่อเรื่องคุณประโยชน์ของตัวบุคคล⁽¹⁰⁾ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มที่มีข้อจำกัดทางเศรษฐกิจสังคม ซึ่งมักจะตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของสังคมและสิ่งแวดล้อม ในขณะที่กลุ่มที่มี

สถานะทางเศรษฐกิจสังคมระดับสูงกว่ามีโอกาสเลือกรูปแบบการใช้ชีวิตมากกว่า และสามารถปรับปรุงพฤติกรรมจากการมีความรู้ได้มากกว่า⁽¹¹⁾ นอกจากนั้น มาตรการประเภทฉลากอาหารน่าจะประสบความสำเร็จในการปรับปรุงพฤติกรรมของประชาชนในกลุ่มที่มีความสนใจเรื่องสุขภาพและคำนึงถึงประโยชน์ของอาหารอยู่แล้ว เพียงแต่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในการเลือกอาหารที่มีและไม่มีประโยชน์⁽¹²⁾ อย่างไรก็ตาม สถานการณ์ดังกล่าวอาจจะสอดคล้องหรือไม่สอดคล้องกับคนไทย งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ประเมินและเปรียบเทียบสาเหตุในการเลือกซื้อขนมและเครื่องดื่มของเยาวชนไทย พฤติกรรมการอ่านฉลากและการบริโภคขนมและเครื่องดื่มในปัจจุบัน และพฤติกรรมคาดคะเนการรู้ระดับความเสี่ยงของอาหาร 2) เปรียบเทียบสาเหตุและพฤติกรรมระหว่างกลุ่มที่มีสถานะทางเศรษฐกิจสังคมแตกต่างกัน ผลที่ได้น่าจะมีประโยชน์ต่อการพัฒนามาตรการปรับปรุงพฤติกรรมการบริโภคของคนไทยให้สอดคล้องกับสถานการณ์จริงมากขึ้น

วิธีการศึกษา

งานวิจัยนี้เป็นชนิดตัดขวาง ทำการสัมภาษณ์เยาวชนไทยอายุระหว่าง 15-25 ปี จำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสมมติฐานของงานวิจัยที่คาดการณ์ความแตกต่างในข้อค้นพบระหว่าง 2 กลุ่มที่มีลักษณะแตกต่างกัน⁽¹³⁾ โดยงานวิจัยให้สมมติฐานว่ากลุ่มที่มีสถานะทางเศรษฐกิจ สังคมแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกัน จากการทบทวนวรรณกรรมการศึกษาในประชากรไทยพบว่าร้อยละ 64 ของกลุ่มสถานะทางเศรษฐกิจสังคมในระดับปานกลางจนถึงสูงมีพฤติกรรมการบริโภคที่ดี⁽¹⁴⁾ เมื่อคาดการณ์ให้ร้อยละ 50 ของกลุ่มสถานะทางเศรษฐกิจสังคมระดับล่างมีพฤติกรรมการบริโภคที่ดี ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 และกำลังของการทดสอบเท่ากับร้อยละ 80 จำนวนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานได้เท่ากับ 0.28 และขนาดกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 380 จากนั้นจึงได้กำหนดขนาดเพิ่มอีกร้อยละ 10 เพื่อ

ป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นได้ในกระบวนการเก็บข้อมูล ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างจึงเท่ากับ 418 คน แบ่งเป็นกลุ่มสถานะทางเศรษฐกิจสังคมในระดับปานกลางขึ้นไปและระดับล่างกลุ่มละ 209 คน เก็บข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม ถึง มีนาคม พ.ศ. 2550 มีข้อจำกัดในช่วงเวลาปฏิบัติงานที่ทำได้เฉพาะนอกเวลาราชการเท่านั้น จึงทำให้ไม่สามารถใช้วิธีการสุ่มอย่างเป็นระบบในโรงเรียนได้ จึงใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญจากท้องถนนและในโรงเรียนในกรุงเทพมหานคร ย่านสยามสแควร์ ถนนพญาไท ถนนพระราม 1 และเจริญผล ซึ่งมีเยาวชนที่มีสถานะทางเศรษฐกิจสังคมหลายระดับ

พัฒนาแบบสอบถามโดยรวบรวมเหตุผลในการเลือกซื้อขนมและเครื่องดื่มของประชาชนไทยจากการศึกษาที่ผ่านมา^(9,14,15) แล้วทำการศึกษานำร่องเพื่อทดสอบความถูกต้องครบถ้วนของเนื้อหา (content validity) และความถูกต้องของภาพลักษณ์ (face validity) โดยสัมภาษณ์เยาวชนในพื้นที่เดียวกันกับที่จะเก็บข้อมูลจำนวน 50 คน ใช้คำถามปลายเปิดถึงเหตุผลในการเลือกซื้อขนมและเครื่องดื่ม และคำถามปลายปิดตามข้อคำถามที่สร้างขึ้น นำคำตอบที่ได้มาเปรียบเทียบกับชุดข้อคำถามเดิม ตัดข้อที่ไม่ได้ถูกกล่าวถึงออกและเพิ่มเติมข้อที่มีการกล่าวถึง ตลอดจนปรับภาษาเพื่อให้ถูกต้องตรงตามเนื้อหาที่ต้องการสื่อและเข้าใจได้ง่ายทำการทดสอบต่อเนื่องจากไม่มีการเปลี่ยนแปลงข้อคำถามภาษาและแน่ใจว่าไม่มีปัญหาในการสื่อสารแบบสอบถามครอบคลุมสาเหตุทั้งหมดในการเลือกซื้อ

เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์รายบุคคลโดยผู้สัมภาษณ์สองคนที่ผ่านการปรับมาตรฐานร่วมกันแล้ว และทำการสัมภาษณ์ซ้ำ (duplication) โดยสลับผู้สัมภาษณ์ในร้อยละ 10 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้แน่ใจความเที่ยงตรงระหว่างผู้สัมภาษณ์ ข้อมูลที่เก็บประกอบด้วย 5 หมวด

- ข้อมูลพื้นฐานประชากร ได้แก่ อายุ เพศ สถานะทางเศรษฐกิจสังคม เนื่องจากไม่มีตัวชี้วัดของสถานะทางเศรษฐกิจสังคมของคนไทยที่ชัดเจน งานวิจัย

นี้จึงใช้การจำแนกอาชีพของผู้ปกครองหลัก (ถ้าอาศัยอยู่กับทั้งบิดาและมารดาให้ถือเอาอาชีพของบิดา) ของประเทศสหราชอาณาจักร โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ ระดับล่างและระดับปานกลางขึ้นไป อาชีพที่จัดอยู่ในระดับล่าง ได้แก่ อาชีพใช้แรงงาน ลูกจ้างรายวัน ค่าขายด้วยตัวเอง งานซ้ำซากจำเจที่ไม่ต้องใช้ความรู้ทางวิชาชีพ ความมั่นคงต่ำ รายได้ไม่แน่นอน สำหรับระดับปานกลางขึ้นไป ได้แก่ อาชีพที่ใช้ความรู้ทางวิชาชีพ เจ้าของกิจการที่มีลูกจ้าง รายได้มั่นคงแน่นอน เป็นต้น⁽¹⁶⁾

- เหตุผลในการเลือกซื้อขนมและเครื่องดื่ม 8 ข้อ ได้แก่ 1) กินแล้วอิ่ม 2) รสชาติถูกปาก 3) กินอยู่แล้วเป็นประจำด้วยความเคยชิน 4) ซื้อตามเพื่อน คนอื่น หรือเพราะโฆษณา 5) อยากรับประทาน 6) ราคาไม่แพง 7) หาซื้อได้ง่าย ไม่ต้องแสวงหา 8) มีประโยชน์ โดยให้กลุ่มตัวอย่างประเมินตนเองในภาพรวมถึงระดับการใช้เหตุผลในแต่ละข้อ บันทึกคำตอบเป็นลิเคิร์ต 4 ระดับ (0 = ไม่เลย, 1 = เล็กน้อย, 2 = ปานกลาง, 3 = มาก)

- พฤติกรรมเกี่ยวกับฉลากโภชนาการหรือฉลากบอกส่วนประกอบ 2 ข้อ ได้แก่ อ่านฉลากบ่อยแค่ไหน และใช้ข้อมูลจากฉลากในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้างหรือไม่ ใช้วิธีเช่นเดียวกับการประเมินเหตุผล

- ขนมและเครื่องดื่มที่กินประจำในปัจจุบัน ให้กลุ่มตัวอย่างประเมินตนเองในภาพรวม คำตอบที่ได้นำมาจำแนกเป็นขนมขบเคี้ยว (คือ อาหารที่ส่วนประกอบหลักเป็นเฉพาะแป้ง น้ำตาล หรือ ไขมัน) และขนมที่มีคุณค่าทางโภชนาการ (คือ อาหารที่มีความหลากหลายในการใช้วัตถุดิบธรรมชาติ ได้แก่ ธัญพืช ถั่ว ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ ไข่ นม)⁽¹⁷⁾ จากนั้นคำนวณค่าร้อยละของชนิดขนมมีประโยชน์ต่อชนิดขนมทั้งหมดที่แต่ละคนกินเป็นประจำ

- คาดคะเนพฤติกรรมกรรมการซื้อขนมและเครื่องดื่มของตนเองหากทราบถึงระดับความเสี่ยงของอาหาร จากข้อมูลบนฉลาก โดยยกตัวอย่าง เช่น ฉลากอย่างง่าย เช่น ฉลากไฟจราจร เขียว (ปลอดภัยต่อสุขภาพ) เหลือง (ก้ำกึ่ง) แดง (เสี่ยงต่อสุขภาพ) หรือ ฉลากแสดงข้อมูล

สารอาหารสำคัญโดยย่อ เช่น ไขมัน โซเดียม น้ำตาล เป็นต้น บันทึกคำตอบเป็น 3 ประเภท ได้แก่ น่าจะไม่มีผลต่อพฤติกรรมของตนเลย น่าจะมีผลบ้างโดยจะปรับเปลี่ยนกินอาหารกลุ่มที่ดีมากขึ้นบ้าง และน่าจะมีผลแน่นอนโดยจะเลือกกินอาหารที่ดีกว่าเป็นหลัก

ทำการกรอกข้อมูลสองรอบ (double entry) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของการนำเข้าข้อมูล โดยกรอกแล้วเปรียบเทียบข้อมูลทั้งสองชุด เมื่อพบความแตกต่างจึงแก้ไขโดยตรวจสอบกับข้อมูลดิบ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและเชิงวิเคราะห์ คำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสาเหตุในการเลือกซื้อขนมและเครื่องดื่มและพฤติกรรมการอ่านฉลาก วิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างสาเหตุ พฤติกรรม และสถานะเศรษฐกิจสังคม โดยใช้สถิติแมนน์-วิตนีย์ยู (mann-Whitney U) และไคสแควร์ (chi-square) สำหรับตัวแปรหลักสองกลุ่มและตัวแปรตามที่เป็นค่าคะแนนและกลุ่มตามลำดับ

ผลการศึกษา

เยาวชน 408 คน ให้สัมภาษณ์ (อัตราการตอบกลับร้อยละ 97.6) 41 คนให้การสัมภาษณ์ซ้ำค่าความเที่ยงระหว่างผู้สัมภาษณ์สองคนอยู่ในเกณฑ์ดีโดยมีค่า kappa เท่ากับ 0.74 กลุ่มตัวอย่างอายุระหว่าง 15-24 ปี อายุเฉลี่ย 18.39 ปี โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอายุเท่ากับ 2.12 ปี ร้อยละ 77.7 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง ร้อยละ 49.5 อยู่ในสถานะทางเศรษฐกิจสังคมระดับล่าง และร้อยละ 50.5 อยู่ในระดับปานกลางขึ้นไป

สาเหตุการเลือกซื้อและพฤติกรรม

สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อขนมและเครื่องดื่มแสดงในตารางที่ 1 รสชาติ เป็นสาเหตุอันดับหนึ่ง โดยร้อยละ 78.7 ให้ความสำคัญกับรสชาติเป็นอย่างมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 2.7 จากคะแนนเต็ม 3.0 สาเหตุอันดับรองลงมา ได้แก่ การหาซื้อได้ง่าย ความเคยชิน และราคา กลุ่มตัวอย่างเพียงร้อยละ 4.9 ที่ซื้อเพราะคำนึงถึงประโยชน์อย่างมาก สำหรับพฤติกรรม

ตารางที่ 1 สาเหตุและพฤติกรรมการเลือกซื้อขนมและเครื่องดื่มของเยาวชนไทยกลุ่มหนึ่ง

สาเหตุและพฤติกรรม	คะแนนเฉลี่ย* (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน)	ร้อยละ			
		ไม่เลย	น้อย	กลาง	มาก
สาเหตุในการเลือกซื้อ					
รสชาติ	2.7 (0.5)	0.2	3.7	17.4	78.7
การหาซื้อได้ง่าย	1.8 (1.0)	16.4	11.3	49.8	22.5
ความเคยชิน	1.6 (1.0)	17.3	19.9	43.9	18.9
ราคาไม่แพง	1.5 (1.0)	23.5	21.1	38.7	16.7
แรงจูงใจจากสื่อ เพื่อน สังคม	0.9 (1.0)	45.1	21.6	27.9	5.4
ความอึดท้อง	0.9 (1.0)	51.2	15.7	23.5	9.6
คุณประโยชน์	0.8 (0.9)	47.1	32.6	15.4	4.9
ของแถม	0.6 (0.9)	64.7	13.2	18.9	3.2
พฤติกรรมเกี่ยวกับฉลาก					
ความบ่อยในการอ่าน	1.4 (1.0)	22.5	32.6	27.7	17.2
ใช้ข้อมูลในการเลือกซื้อ	0.7 (1.0)	56.4	20.3	17.9	5.4

*คะแนนเต็ม 3.0

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างการซื้อเพราะประโยชน์และพฤติกรรมเกี่ยวกับฉลาก

ซื้อเพราะประโยชน์	จำนวน	ค่าลำดับเฉลี่ย (Mean Rank)	
		ความบ่อยในการอ่านฉลาก	ใช้ข้อมูลฉลากในการเลือกซื้อ
ไม่เลย - น้อย	325	191	188
ปานกลาง - มาก	83	257*	271*

* $p < 0.001$ (Mann-Whitney U test)

เกี่ยวกับฉลาก พบว่าร้อยละ 22.5 ไม่อ่านเลย ในขณะที่ร้อยละ 17.2 อ่านเป็นประจำ และเพียงร้อยละ 5.4 ที่ใช้ข้อมูลจากฉลากในการเลือกซื้อเป็นประจำ เมื่อเปรียบเทียบสาเหตุการเลือกซื้อเพราะคำนึงถึงประโยชน์กับพฤติกรรมเกี่ยวกับฉลาก (ตารางที่ 2) พบว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .001$) กล่าวคือ ผู้ที่คำนึงถึงประโยชน์มากกว่ามักจะอ่านฉลากบ่อยกว่า และใช้ข้อมูลจากฉลากในการเลือกซื้อมากกว่า

ประเภทของขนมและเครื่องดื่มที่กลุ่มตัวอย่างกินเป็นประจำแสดงในตาราง 3 เมื่อพิจารณาถึงสัดส่วนของขนมและเครื่องดื่มที่มีประโยชน์ พบว่าร้อยละ 47.1 กินแต่ขนมและเครื่องดื่มที่จัดว่าไม่มีประโยชน์ รองลงมาคือร้อยละ 36.0 ที่กินขนมและเครื่องดื่มที่มีประโยชน์เป็นบางอย่าง ในขณะที่มีเพียงร้อยละ 16.9 เท่านั้นที่กินขนมและเครื่องดื่มที่มีประโยชน์เป็นส่วนมาก ประเภทของขนมที่นิยมกินมากที่สุดคือ ขนมถุงกรอบ ร้อยละ 47.8 รองลงมาได้แก่กลุ่ม ช็อคโกแลต เยลลี่ ลูกกวาด หมากฝรั่ง ร้อยละ 38.2 เครื่องดื่มที่กินมากที่สุดได้แก่ น้ำอัดลม ร้อยละ 27.9 รองลงมาคือ น้ำหวาน ประเภทต่าง ๆ ร้อยละ 20.8

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสาเหตุและพฤติกรรมการเลือกซื้อและสัดส่วนของขนมมีประโยชน์ที่กินเป็นประจำแสดงในตารางที่ 4 โดยพบว่าสัดส่วนของขนมมีประโยชน์ที่กินเป็นประจำมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการคำนึงถึงประโยชน์ในการเลือกซื้อ ($p < 0.001$) ความบ่อยในการอ่านฉลาก ($p < 0.05$) และการใช้ข้อมูลจากฉลากในการเลือกซื้อ ($p < 0.001$) และมีความสัมพันธ์

ตารางที่ 3 ประเภทของขนมและเครื่องดื่มที่เยาวชนไทยกลุ่มหนึ่งกินเป็นประจำ

ประเภทขนมและเครื่องดื่ม	ร้อยละ
สัดส่วนของขนมมีประโยชน์ที่กินประจำ (%)	
ไม่มีเลย (0)	47.1
บางส่วน (>0 - 50)	36.0
ส่วนมาก (>50 - <100)	8.1
ทั้งหมด (100)	8.8
กลุ่มขนมที่กินเป็นประจำ	
ขนมกรอบกรอบ	47.8
ช็อคโกแลต เยลลี่ ลูกกวาด หมากฝรั่ง	38.2
ไอศกรีม น้ำแข็งไส	20.3
ขนมปัง แซนด์วิช คุกกี้ ลูกชิ้น ไส้กรอก	18.9
ขนมปังกรอบ เวเฟอร์ เค้ก คุกกี้	18.4
ปลาเส้น กล้วยตาก ผลไม้แปรรูป สาหร่าย	17.4
ขนมไทย	11.3
กลุ่มเครื่องดื่มที่กินเป็นประจำ	
น้ำอัดลม	27.9
ชาเขียว ชามะนาว ชาดำเย็น กาแฟ โกโก้	20.8
นมเย็น ชาเย็น โอเลี้ยง	
น้ำผัก น้ำสมุนไพร น้ำผลไม้	18.1
นม	14.0
น้ำเปล่า	7.4

เชิงลบกับการซื้อเพราะแรงจูงใจจากสื่อ เพื่อน สังคม ($p < 0.05$) และการหาซื้อได้ง่าย ($p < 0.05$) การวิเคราะห์เปรียบเทียบทางสถิติระหว่างกลุ่มที่มีสถานะทางเศรษฐกิจสังคมแตกต่างกัน พบว่ากลุ่มสถานะระดับ

ล่างมักเลือกซื้อเพราะความอึดท้องมากกว่า ($p<0.01$) และมักกินขนมและเครื่องดื่มที่มีประโยชน์มากกว่า ($p<0.01$) (ตารางที่ 5)

คาดคะเนพฤติกรรมผู้บริโภคหากทราบถึงระดับความเสี่ยงของอาหาร

กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่ง (49.3%) ตอบว่าจะปรับปรุงพฤติกรรมของตนเองได้บ้างหากทราบถึงระดับความเสี่ยงของอาหาร ในขณะที่ร้อยละ 37.5 คิดว่า

ตนเองจะไม่เปลี่ยนพฤติกรรมเลย และร้อยละ 13.2 คิดว่าตนเองจะเปลี่ยนพฤติกรรมโดยเลือกซื้อขนมและเครื่องดื่มที่ปลอดภัยต่อสุขภาพมากขึ้น ผลการทดสอบเชิงเปรียบเทียบทางสถิติพบว่า กลุ่มที่คำนึงถึงประโยชน์ในการเลือกซื้อมากกว่า ($p<0.001$) กลุ่มที่อ่านฉลากบ่อยกว่า ($p<0.001$) กลุ่มที่ใช้ข้อมูลฉลากในการเลือกซื้อ ($p<0.001$) และกลุ่มที่กินขนมและเครื่องดื่มที่มีประโยชน์มากกว่า ($p=0.003$) มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมากกว่าหากทราบถึงระดับ

ตารางที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างสาเหตุและพฤติกรรมกรเลือกซื้อขนมและเครื่องดื่ม และสัดส่วนของขนมมีประโยชน์ที่กินประจำ

สาเหตุและพฤติกรรม	จำนวน	สัดส่วนของขนมมีประโยชน์ (ค่าลำดับเฉลี่ย: Mean Rank)	
สาเหตุในการเลือกซื้อ			
- รสชาติ	ไม่เลย - น้อย	16	252
	ปานกลาง - มาก	392	203
- การหาซื้อได้ง่าย	ไม่เลย - น้อย	113	227
	ปานกลาง - มาก	295	196*
- ความเคยชิน	ไม่เลย - น้อย	152	201
	ปานกลาง - มาก	256	206
- ราคาไม่แพง	ไม่เลย - น้อย	182	203
	ปานกลาง - มาก	226	205
- แรงจูงใจจากสื่อ เพื่อน สังคม	ไม่เลย - น้อย	272	213
	ปานกลาง - มาก	136	187*
- ความอึดท้อง	ไม่เลย - น้อย	273	199
	ปานกลาง - มาก	135	215
- คุณประโยชน์	ไม่เลย - น้อย	325	186
	ปานกลาง - มาก	83	277 [†]
- ของแถม	ไม่เลย - น้อย	318	206
	ปานกลาง - มาก	90	198
พฤติกรรมเกี่ยวกับฉลาก			
- ความบ่อยในการอ่าน	ไม่เลย - น้อย	225	193
	ปานกลาง - มาก	183	219*
- ใช้ข้อมูลในการเลือกซื้อ	ไม่เลย - น้อย	313	194
	ปานกลาง - มาก	95	240 [†]

* $p<0.05$, [†] $p<0.001$ (Mann-Whitney U test)

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบสาเหตุและพฤติกรรมกรรมการบริโภคขนมและเครื่องดื่มของเยาวชนไทยระหว่างกลุ่มที่มีสถานะเศรษฐกิจสังคมแตกต่างกัน

ปัจจัย	ค่าลำดับเฉลี่ย (Mean Rank)	
	ระดับล่าง	ระดับปานกลางขึ้นไป
สาเหตุในการเลือกซื้อ		
รสชาติ	197	209
การหาซื้อได้ง่าย	206	203
ความเคยชิน	209	200
ราคาไม่แพง	211	198
แรงจูงใจจากสื่อ เพื่อน สังคม	196	213
ความอึดท้อง	221	188*
คุณประโยชน์	208	201
ของแถม	202	207
พฤติกรรมเกี่ยวกับฉลาก		
ความบ่อยในการอ่าน	204	205
ใช้ข้อมูลในการเลือกซื้อ	200	209
ร้อยละของขนม/เครื่องดื่มมีประโยชน์ที่กินประจำ	219	190*

* $p < 0.01$ (Mann-Whitney U test)

ความเสี่ยงของอาหาร (ตารางที่ 6)

วิจารณ์

ผลการศึกษาของงานวิจัยนี้ยืนยันสถานการณ์ที่น่าเป็นห่วงในการบริโภคขนมและเครื่องดื่มของเยาวชนไทย^(2,15) งานวิจัยนี้พบว่าร้อยละที่สูงถึง 83.2 ของกลุ่มตัวอย่างกินขนมและเครื่องดื่มขยะเป็นส่วนมาก โดยผู้ที่กินเฉพาะขนมและเครื่องดื่มขยะเป็นประจำเท่านั้นสูงถึงครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่าง และกลุ่มขนมที่นิยมกินมากที่สุดคือขนมกรุบกรอบ และช็อคโกแลต/เยลลี่/ลูกอม ซึ่งสอดคล้องกับการสำรวจของมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่พบว่าเยาวชนไทยนิยมกินมันฝรั่งทอดมากที่สุด ร้อยละ 68.7 รองลงมาคือ กลุ่มลูกอมและช็อคโกแลต ร้อยละ 50.6⁽¹⁵⁾ การศึกษาที่ผ่านมาในศูนย์พัฒนาเด็กเล็กก็พบผลที่คล้ายกัน กล่าวคือ นอกจากผลไม้ที่เด็กกินมากที่สุด (58.1%) ตามที่ศูนย์จัดให้ ขนมกรุบกรอบเป็นที่นิยม

อันดับหนึ่ง (50.2%) รองลงมาคือ ช็อคโกแลต/เยลลี่/ลูกกวาด (37.8%)⁽³⁾ นอกจากนี้ การศึกษานี้ยังพบว่าการกินขนมและเครื่องดื่มขยะเพิ่มสูงขึ้นในกลุ่มเยาวชนที่ซื้อเพราะเข้าถึงได้ง่าย และแรงจูงใจจากสื่อและสังคม ซึ่งน่าจะสะท้อนให้เห็นว่าขนม และเครื่องดื่มที่มีขายโดยทั่วไป หาซื้อได้ง่าย เป็นที่นิยมจากสังคม และใช้สื่อโฆษณากระตุ้นการขายมักจะเป็นประเภทขยะ อิทธิพลของสื่อโฆษณาต่อการกินขนมของเด็กและเยาวชนได้ถูกรายงานไว้มากมายกล่าวคือ เด็กและวัยรุ่นมักซื้อขนมที่ตนได้ดูโฆษณา⁽¹⁸⁾ และกินขนมมากขึ้น แต่กินผักและผลไม้ลดลงตามระยะเวลาในการดูโทรทัศน์⁽¹⁹⁾

ผลการศึกษานี้ถึงสาเหตุในการบริโภคขนมและเครื่องดื่มที่พบว่าการเข้าถึงหรือการหาซื้อได้ง่าย ค่านิยมของสังคม ราคา และความเคยชินในการกินขนมชนิดนั้นเป็นประจำ เป็นสาเหตุสำคัญ ในขณะที่เยาวชนส่วนน้อยเท่านั้นที่คำนึงถึงคุณประโยชน์

ตารางที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างผลคาดคะเนการเปลี่ยนพฤติกรรมหากทราบระดับความเสี่ยงของอาหารกับสถานะทางเศรษฐกิจสังคม สาเหตุ และพฤติกรรมการบริโภค

ปัจจัย	ร้อยละ	คาดคะเนการเปลี่ยนพฤติกรรม (ร้อยละ)			p-value
		ไม่	เปลี่ยนบ้าง	เปลี่ยน	
ร้อยละ	100.0	37.5	49.3	13.2	
สถานะทางเศรษฐกิจสังคม					
ระดับล่าง	49.5	19.9	21.8	7.8	0.083
ระดับปานกลางขึ้นไป	50.5	17.6	27.5	5.4	
ชื่อเพราะประโยชน์					
ไม่เลย-น้อย	79.7	33.1	38.9	7.7	<0.001
ปานกลาง-มาก	20.3	4.4	10.4	5.5	
ความบ่อยในการอ่านฉลาก					
ไม่เลย-น้อย	55.1	25.0	25.0	5.1	<0.001
ปานกลาง-มาก	44.9	12.5	24.3	8.1	
ใช้ข้อมูลจากฉลากในการเลือกซื้อ					
ไม่เลย-น้อย	76.7	33.8	36.3	6.6	<0.001
ปานกลาง-มาก	23.3	3.7	13.0	6.6	
ร้อยละของขนม/เครื่องดื่มมีประโยชน์ที่กินประจำ (%)					
0	47.1	18.9	23.4	4.8	0.003
>0 - 50	36.0	14.2	18.1	3.7	
>50 -100	16.9	4.4	7.8	4.7	

Chi-square test.

สอดคล้องกับรายงานต่าง ๆ ที่ผ่านมา^(9,15) และทฤษฎี พฤติกรรมสุขภาพหลายทฤษฎีที่อธิบายว่า พฤติกรรม การกินนั้นเป็นพฤติกรรมประเภทที่เป็น “นิสัยและกิจวัตร” (habits and routines) ซึ่งพฤติกรรมประเภทนี้ไม่ได้ เกิดจากความเชื่อหรือการตัดสินใจอย่างอิสระของตัว บุคคลที่จะกำหนดหรือออกแบบพฤติกรรมของตนเอง หากแต่เป็นสิ่งที่บุคคลประพฤติปฏิบัติมาอย่างต่อเนื่อง ด้วยความเคยชิน⁽²⁰⁾ ซึ่งการหล่อหลอมพฤติกรรม ประเภทนี้เกิดขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไปจากค่านิยม วิถี ปฏิบัติของผู้คนในสังคม ตลอดจนปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม ที่เอื้ออำนวย เช่น เข้าถึงได้ง่าย พบเห็นจนชินตา และ ราคาไม่แพง เป็นต้น^(10,11) ทฤษฎีด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเหล่านี้ได้ให้ข้อเฉลยว่าเหตุใดการรับรู้ถึงความ

เสี่ยงต่อสุขภาพจึงไม่ประสบความสำเร็จในการเปลี่ยน พฤติกรรมการบริโภคในประชาชนส่วนมากในระยะยาว ได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในคนไทยที่ผ่านมา⁽²¹⁾ ที่ พบว่าถึงแม้กลุ่มคนที่มีอาชีพระดับสูงว่าจะมีความรู้ ความเข้าใจในนิสัยการบริโภคที่ถูกต้องมากกว่า แต่มี พฤติกรรมการกินผักผลไม้ อาหารหวาน เค็มและที่มีไขมันสูง ไม่แตกต่างจากกลุ่มอาชีพระดับล่างดังนั้นก็ เป็น เรื่องที่น่าคิดว่าการรับรู้ถึงประโยชน์หรือโทษของอาหาร อาจจะไม่เพียงพอต่อการเปลี่ยนพฤติกรรมของ ประชาชนในภาพรวมได้ สถานการณ์ที่น่าเป็นห่วงอีก อย่างในการบริโภคขนมของเยาวชนไทยที่พบในการ ศึกษา นี้ และสอดคล้องกับการศึกษาที่ผ่านมา⁽¹⁵⁾ คือ การกินขนมเพื่อให้อิ่ม ซึ่งเป็นสาเหตุหลักของเยาวชน

ถึงหนึ่งในสาม โดยเฉพาะกลุ่มที่มีสถานะทางเศรษฐกิจสังคมระดับล่าง ซึ่งอาจจะส่งผลต่อภาวะการขาดโภชนาการในอนาคตได้

การศึกษานี้ยังพบความสอดคล้องระหว่างสาเหตุในการเลือกซื้อ พฤติกรรมเกี่ยวกับฉลาก และพฤติกรรมการกินขนมในปัจจุบัน โดยกลุ่มที่ซื้อเพราะคำนึงถึงประโยชน์มากกว่ามักจะอ่านฉลากโภชนาการและใช้ข้อมูลจากฉลากในการเลือกซื้อบ่อยกว่า นอกจากนั้นกลุ่มที่ซื้อเพราะประโยชน์ กลุ่มที่อ่านฉลากบ่อย และกลุ่มที่มักจะใช้ข้อมูลฉลากในการเลือกซื้อ เป็นกลุ่มที่กินขนมและเครื่องดื่มที่มีคุณประโยชน์มากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาที่ผ่านมาที่รายงานว่าผู้ที่อ่านและใช้ฉลากโภชนาการประกอบการเลือกซื้อมักจะเป็นผู้ที่สนใจเรื่องสุขภาพและมีนิสัยการกินอาหารที่ดีอยู่แล้ว เช่น ไม่นิยมกินอาหารที่ไขมันสูง และกินผักผลไม้มาก เป็นต้น^(12,22) นอกเหนือไปจากนั้น การศึกษานี้ยังได้พบว่ากลุ่มเยาวชนที่มีพฤติกรรมการบริโภคต่าง ๆ ที่ดีอยู่แล้วนั้นมีแนวโน้มที่จะปรับปรุงพฤติกรรมให้ดีขึ้นหากทราบถึงระดับความเสี่ยงของอาหารซึ่งตรงกับคำกล่าวที่ว่า “พฤติกรรมในปัจจุบันเป็นตัวทำนายที่ดีที่สุดของพฤติกรรมในอนาคต”⁽²³⁾ ทั้งนี้เนื่องจากการกินเป็นพฤติกรรมที่เป็น “นิสัยและกิจวัตร” ที่บุคคลปฏิบัติเช่นไรก็มีแนวโน้มที่จะปฏิบัติเช่นนั้นต่อไป และการเปลี่ยนแปลงนิสัยประเภทนี้จากการที่บุคคลได้รับความรู้เพิ่มเติมก็เกิดขึ้นได้ยากนั่นเอง⁽²⁰⁾

อย่างไรก็ดี การศึกษานี้พบว่ามิใช่เยาวชนเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่จัดว่ามีพฤติกรรมการกินในปัจจุบันอยู่ในเกณฑ์ดี ถึงแม้ว่าเกือบครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างจะอ่านฉลาก แต่มีประมาณร้อยละ 20 เท่านั้นที่ใช้ข้อมูลในฉลากก่อนซื้อ และน้อยกว่าร้อยละ 20 ที่กินขนมที่มีคุณค่าเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งตรงกันกับรายงานการทบทวนวรรณกรรมอย่างมีระบบในต่างประเทศและงานวิจัยในคนไทยที่ผ่านมาที่พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่อ่านฉลากโภชนาการ แต่ส่วนน้อยเท่านั้นที่เข้าใจและนำไปใช้ประกอบการเลือกซื้อ^(14,24) นอกจากนั้น การใช้ข้อมูล

โภชนาการจากฉลากประกอบการเลือกซื้อ อาจจะไม่ไดมาจากคำนึงถึงคุณประโยชน์ของอาหารในทุกกรณี แต่อาจจะเป็นเพราะสาเหตุอื่น เช่น ต้องการควบคุมน้ำหนัก^(22,25) เป็นต้น

สำหรับผลการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มที่มีสถานะทางเศรษฐกิจสังคมแตกต่างกันนั้น การศึกษานี้พบว่ากลุ่มที่สถานะระดับล่างเลือกซื้อขนมเพราะความอึดท้องมากกว่าและกินขนมที่มีประโยชน์มากกว่า ซึ่งผลที่พบตรงกันข้ามกับการศึกษาจากประเทศแถบตะวันตกที่กล่าวว่ากลุ่มที่มีสถานะทางสังคมระดับล่างมักจะกินอาหารที่ไม่มีประโยชน์มากกว่า⁽¹¹⁾ ผลการศึกษาที่ขัดแย้งนี้อาจจะเป็นเพราะการจำแนกอาชีพตามประเทศสหราชอาณาจักรไม่ใช่ตัวชี้วัดระดับเศรษฐกิจสังคม ที่เหมาะกับสังคมไทย เพราะลักษณะการทำงานของประชาชนในสองประเทศอาจแตกต่างกันโดยคนไทยจำนวนมากทำงานนอกภาคทางการซึ่งต่างจากประเทศสหราชอาณาจักร นอกจากนั้นลักษณะสังคมไทยไม่ใช่สังคมรูปแบบเดียว (homogeneous) ความสัมพันธ์ระหว่างนิสัยการบริโภคกับสถานะทางสังคมจึงเป็นเรื่องซับซ้อน⁽²⁶⁾ ที่ยังคงต้องอาศัยการศึกษาในอนาคตต่อไป

ถึงแม้งานวิจัยนี้จะไม่สามารถสะท้อนถึงพฤติกรรมของเยาวชนไทยได้เนื่องจากข้อจำกัดของระเบียบวิธีวิจัย โดยเฉพาะการสุ่มตัวอย่างที่ไม่สามารถใช้วิธีการอย่างเป็นระบบได้ ส่งผลให้การกระจายของเพศไม่ตี (เพศหญิง : ชาย = 3 : 1) ซึ่งน่าจะมีอิทธิพลต่อข้อค้นพบ นอกจากนั้นการถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่านและใช้ฉลากอาจจะไม่ครอบคลุมถึงขนมหลายประเภทที่มีขายในท้องตลาดซึ่งไม่มีฉลาก และการถามโดยให้คาดคะเนถึงพฤติกรรมการกินในอนาคตหากทราบถึงระดับความเสี่ยงของอาหารเป็นเพียงการจำลองขึ้นซึ่งอาจจะไม่ตรงหากสถานการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นจริง อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษานี้อาจเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการพิจารณาถึงแนวทางในการปรับปรุงพฤติกรรมการบริโภคของคนไทย ความสนใจเรื่องสุขภาพตลอดจนพฤติกรรมการบริโภค

ที่ดีของเยาวชนไทยยังอยู่ในระดับต่ำ ในขณะที่การหาซื้อได้ง่าย ราคาไม่แพง และค่านิยมมีผลต่อการเลือกซื้ออย่างมาก ดังนั้นมาตรการประเภทฉลากทั้งฉลากโภชนาการที่ให้ข้อมูลโดยละเอียด หรือฉลากที่มีปรับให้เข้าใจง่ายขึ้นเพื่อพยายามลดปัญหาของฉลากโภชนาการแบบเดิม⁽¹⁴⁾ เช่น แสดงสารอาหารโดยย่อ หรือ จำแนกอาหารตามระดับความเสี่ยงต่อสุขภาพ มาตรการประเภทนี้ถึงแม้ว่าจะสามารถช่วยให้ผู้ซื้อเลือกซื้ออาหารที่ดีขึ้นในบางประเทศ⁽²⁷⁾ แต่อาจจะไม่มีผลเยาวชนไทย อย่างไรก็ตาม การใช้ฉลากอาจส่งผลทางอ้อมโดยการผลักดันปัจจัยทางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่อาจนำไปสู่การปรับพฤติกรรมของประชาชนต่อไปได้ เช่น เกิดกระแสตื่นตัวแล้วพัฒนาเป็นค่านิยมเรื่องอาหารสุขภาพในสังคม เกิดการผลักดันผู้ผลิตให้ผลิตอาหารที่มีประโยชน์มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Lock K, Pomerleau J, Casner L, Altmann DR, McKee M. The global burden of disease attributable to low consumption of fruit and vegetables: implications for the global strategy on diet. *Bull World Health Organ* 2005; 83(2):100-8.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. เด็กอ้วน...มหันตภัยร้ายในอนาคต วัยเรียนกว่า 5 ล้านคน มีภาวะการเจ็บเรื้อรังเติบโตบกร่อง [online] 2551 [cited 2008 Mar 26]; Available from: URL: <http://www.thaihealth.or.th/node/1731>
- สุณี วงศ์คงคาเทพ. พฤติกรรมการบริโภคอาหารหวานของเด็กไทยอายุต่ำกว่า 5 ปี และความสัมพันธ์กับปัญหาฟันผุและโรคอ้วน. *ว* 2550; 57:1-12.
- Food Standards Agency. Clear food labelling [on line] 2002 Nov 6 [cited 2008 Mar 20]; Available from: URL: <http://www.food.gov.uk/foodindustry/guidancenotes/labelregsguidance/clearfoodlabelling>
- Russell J. Shoppers favour 'traffic light' label system for food products. *The Grocer* 2006; 3:39.
- คณะกรรมการพิจารณากำหนดคุณภาพมาตรฐานและหลักเกณฑ์เงื่อนไขในการปฏิบัติด้านอาหาร. ฉลากโภชนาการอย่างง่ายและการใช้สัญลักษณ์เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจง่ายขึ้น. เอกสารประกอบการประชุมเพื่อพิจารณาเรื่องมาตรการควบคุมการบริโภคขนมขบเคี้ยวสำหรับเด็ก; 14 กรกฎาคม 2549. ณ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. นนทบุรี: สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา; 2549.
- Brunner E. Commentary: what is the best way to promote healthy eating? *Int J Epidemiol* 2006; 35:415-7.
- สุดาดวง กฤษฎาพงษ์. ทำไมทันตศึกษาจึงไม่ได้ผล. *ว* 2550; 12:79-88.
- กระทรวงสาธารณสุข. พฤติกรรมการบริโภค. [online] [cited 2008 Mar 17]; Available from: URL: <http://eduhealth.moph.go.th>
- Milio N. Promoting health through public policy. Ottawa: Canadian Public Health Association; 1986.
- Wilkinson R, Marmoth M. The solid facts. Social determinants of health. 2nd ed. Copenhagen: WHO Regional Office for Europe; 2003.
- Kreuter MW, Brennan LK, Scharff DP, Lukwago SN. Do nutrition label readers eat healthier diets? Behavioral correlates of adults' use of food labels. *Am J Prev Med* 1997; 13(4):277-83.
- Altman DG. Practical statistics for medical research. 5th ed. London: Chapman & Hall; 1994. p. 455-60.
- เบญจพร สุขประเสริฐ, ประไพศรี ศิริจักรวาล, ประภาศรี ภูเสถียร. ทักษะความรู้ด้านอาหารและโภชนาการและพฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). สาขาประยุกต์โภชนาการเพื่อการพัฒนา, สถาบันวิจัยโภชนาการ. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล; 2540.
- มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ผลสำรวจพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของเยาวชน. วารสารงานประชาสัมพันธ์ ฉบับที่ 260. 25 ตุลาคม 2547 [online] [cited 2008 Mar 26]; Available from: URL: <http://www.info.ru.ac.th/>
- McDonald M, Dunbar I. Socio-economic classification (United Kingdom). London: The Market Segmentation Company; 2004.
- อุไรพร จิตต์แจ้ง. เด็กไม่ควรกินขนมจริงหรือ? วิชาการอ่อนหวาน, facts sheet. 10 กุมภาพันธ์-2550 [online] 2008 Feb 10 [cited 2008 Mar 17]; Available from: URL: http://dental.anamai.moph.go.th/sweet/index.php?option=com_content&task=view&id=77&Itemid=25
- Brozekowski D, Robinson T. The 30-second effect: an experiment revealing the impacts of television commercials on food preferences of preschoolers. *J Am Diet Assoc* 2001; 101:42-6.
- Boynton-Jarrett R, Thomas TN, Peterson KE, Wiecha J, Sobol AM, Gortmaker SL. Impact of television viewing patterns on fruit and vegetable consumption among adolescents. *Pediatric* 2003; 112(6):1321-6.

20. Backett K. Public health and private lives. In: Martin CJ, McQueen DV, editors. Readings for a new public health. Edinburge: Edinburge University Press; 1989. p. 141-57.
21. เบญจพร สุขประเสริฐ, ประไพศรี ศิริจักรวาล, ประภาศรี ภูวเสถียร. ทศนคติ ความรู้ด้านอาหารและโภชนาการและพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของคนกรุงเทพมหานคร. วารสารพยาบาลศาสตร์ 2541; 16:71-83.
22. Satia JA, Galanko JA, Neuhouser ML. Food nutrition label use is associated with demographic, behavioral, and psychosocial factors and dietary intake among African Americans in North Carolina. J Am Diet Assoc 2005; 105(3):392-402.
23. Mullen PD, Hersey JC, Iverson DC. Health behavior models compared. Soc Sci Med 1987; 24:973-81.
24. Cowburn G, Stokley L. Consumer understanding and use of nutrition labeling: a systematic review. Public Health Nutr 2005; 8(1):21-8.
25. Smith SC, Taylor JG, Stephen AM. Use of food labels and beliefs about diet-disease relationships among university students. Public Health Nutr 2000; 3:175-82.
26. Drewnowski A, Popkin BM. The nutrition transition: new trends in the global diet. Nutr 1997; 55:31-43.
27. Kristal AR, Hedderson MM, Patterson RE, Neuhouser M. Predictors of self-initiated, healthful dietary change. J Am Diet Assoc 2001; 101(7):762-6.

Abstract **Reasons, Behaviours and Expected Change, if Level of Health Risk was Known, in Snacks and Drinks Consumption of Thai Adolescents**

Sudaduang Krisdapong*, Thitima Namsirikul, Sasiwadee Supradit****

*Department of Community Dentistry, Faculty of Dentistry, Chulalongkorn University, **Students of Faculty of Dentistry, Chulalongkorn University

Journal of Health Science 2009; 18:59-70.

Clear food labeling that categorises processed foods into different levels according to the amounts of health-risk ingredients is one of strategies recommended to improve populations' eating behaviours. This study was to assess and compare reasons for purchasing snacks and drinks, current behaviours relating to consumption and possible change if level of health risk was known, in a group of Thai adolescents. In addition, reasons for purchasing and behaviours were compared between groups with different socioeconomic status. In all, 408 adolescents, aged 15-25, were interviewed. Data were analysed by descriptive and statistically comparative analyses. Results showed that taste, easy access, routine and price were the most common reasons for purchasing. Only 4.9 percent always based on healthy reason, while 17.2 percent and 5.4 percent always read and used food label respectively. For snacks and drinks usually consumed, 47.1 percent always consumed junk food while 16.9 percent selected healthy snacks mostly. Proportions of healthy snacks consumed positively related to a healthy reason for purchasing ($p<0.001$), frequent reading ($p<0.05$) and consulting food labels ($p<0.001$); and negatively related to reasons for purchasing as media and social reinforcement ($p<0.05$) and easy access ($p<0.05$). If clear food labeling was applied, 37.5 percent presumed that they would not change their behaviours at all, while 13.2 percent certainly would. Those considering healthy reason, currently read and consulted food labels, usually consumed healthy snacks were more likely to improve their behaviours. Thus, clear food labeling might not be able to improve eating behaviours of all Thai youths through providing information, however it possibly induce companies to produce more healthy options and create social responsibility leading to healthy eating norm. Other socio-environmental strategies regarding distribution and price might contribute to the improvement of eating behaviours.

Key words: adolescents, drinks, eating behaviour, food label, snacks