

การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัย ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มหวาน ในกลุ่มวัยทำงานตอนต้น

ทพญ.นันทมนัส แยมบุตร ทันตแพทย์ชำนาญการพิเศษ
น.ส.ณัชชา เปรมประยูร นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการพิเศษ
น.ส.กัญญา ฤทธิ์อ้อม นักวิชาการสาธารณสุขปฏิบัติการ
สำนักทันตสาธารณสุข



ที่มาและความสำคัญ



ปัญหาสุขภาพช่องปากใน
วัยทำงาน

ร้อยละ 85.3 มีการสูญเสียฟัน
ร้อยละ 43.3 มีฟันผุที่ยังไม่ได้รับการรักษา



ภาวะน้ำหนักเกินและโรคอ้วน
ในคนอายุ 15 ปี ขึ้นไป

เพิ่มขึ้น ร้อยละ 4.7 ภายในระยะเวลา 5 ปี
ปี 2557 : ร้อยละ 37.5 ปี 2562 : ร้อยละ 42.2



การบริโภคเครื่องดื่มหวานเพิ่ม
ความเสี่ยงการเกิดโรคอ้วนใน
เด็กและวัยรุ่น

และมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับโรคอ้วนทั้งใน
เด็กและผู้ใหญ่



การบริโภคเครื่องดื่มหวาน ทำ
ให้น้ำหนักตัวเพิ่มขึ้น

การบริโภคเครื่องดื่มหวาน 1 หน่วยบริโภคต่อวัน
ทำให้น้ำหนักตัวเพิ่มขึ้น 0.12-0.22 กิโลกรัม
ภายในระยะเวลา 1 ปี



ปริมาณการจำหน่าย
เครื่องดื่มที่มีน้ำตาล

เพิ่มขึ้น ร้อยละ 31.6 ภายในระยะเวลา 5 ปี
(ปี 2546 : ร้อยละ 32.2 ปี 2552 : ร้อยละ 63.8)



มาตรการจัดเก็บภาษีน้ำตาลใน
เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพคนไทย

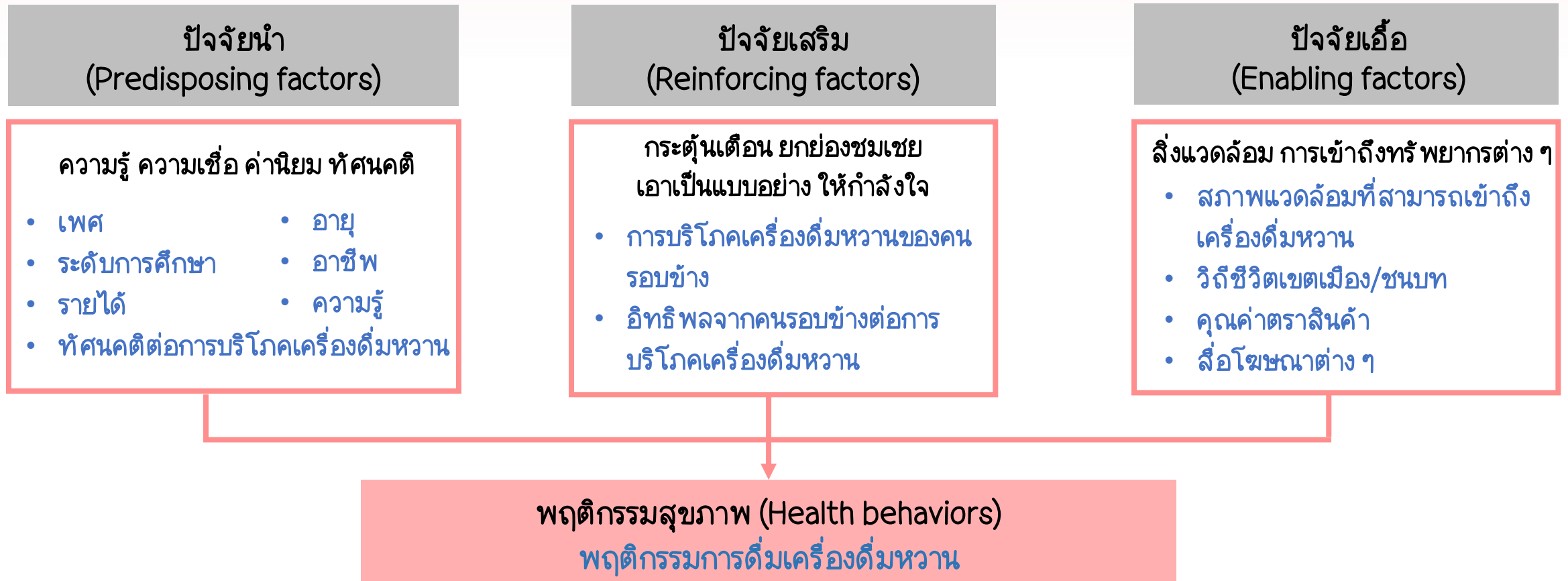
ปี 2560 ออกพรบ.ภาษีสรรพสามิตจัดเก็บภาษี
ตามปริมาณน้ำตาลของเครื่องดื่ม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มหวานในกลุ่มวัยทำงานตอนต้น
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มหวานของกลุ่มวัยทำงานตอนต้น

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตามแบบจำลอง PRECEDE : พฤติกรรมของบุคคลมีสาเหตุมาจากทั้งปัจจัยภายในและภายนอกบุคคล



กลุ่มเป้าหมาย

วัยทำงานตอนต้น (อายุ 15 – 29 ปี) จำนวน 560 คน

ใช้วิธีการการสุ่มตัวอย่างแบบความน่าจะเป็น (Probability sampling) แบบหลายขั้นตอน

[illegible]

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1. แบบสัมภาษณ์พฤติกรรม และปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มหวานในกลุ่มวัยทำงานตอนต้น
 - ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป
 - ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มหวาน
 - ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มหวาน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มหวาน

รูปแบบบรรจุ	จำนวนบริโภคเฉลี่ย/สัปดาห์					จำนวนบริโภคเฉลี่ย/วัน				จำนวนบริโภคเฉลี่ย/สัปดาห์							
	ไม่มี	ครั้งต่อ/ ขวด/แก้ว/ กระป๋อง	1 ถ้วย/ ชาสมุนไพร/ กระป๋อง	2 ถ้วย/ ชาสมุนไพร/ กระป๋อง	จำนวน มากกว่า 2 ถ้วย	ไม่มี	1 ครั้ง/ วัน	2 ครั้ง/ วัน	จำนวน มากกว่า 2 ครั้ง	ไม่มี	1 วัน/ สัปดาห์	2 วัน/ สัปดาห์	3 วัน/ สัปดาห์	4 วัน/ สัปดาห์	5 วัน/ สัปดาห์	6 วัน/ สัปดาห์	ทุกวัน
1. กาแฟบรรจุกระป๋องชนิดเย็น																	
1.1 กระป๋อง 180 มิลลิกรัม																	
																	
2. น้ำผลไม้ชนิดเข้มข้น 100%																	
2.1 กระป๋อง 230 มิลลิกรัม																	
																	
2.2 ขวด 150 มิลลิกรัม																	
																	
2.3 ขวด 225 มิลลิกรัม																	
																	
2.4 ขวด 200 มิลลิกรัม																	
																	

2. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ปัจจัยเสริมและปัจจัยเอื้อที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มหวานในกลุ่มวัยทำงานตอนต้น
 - ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป
 - ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มหวานในกลุ่มวัยทำงานตอนต้น

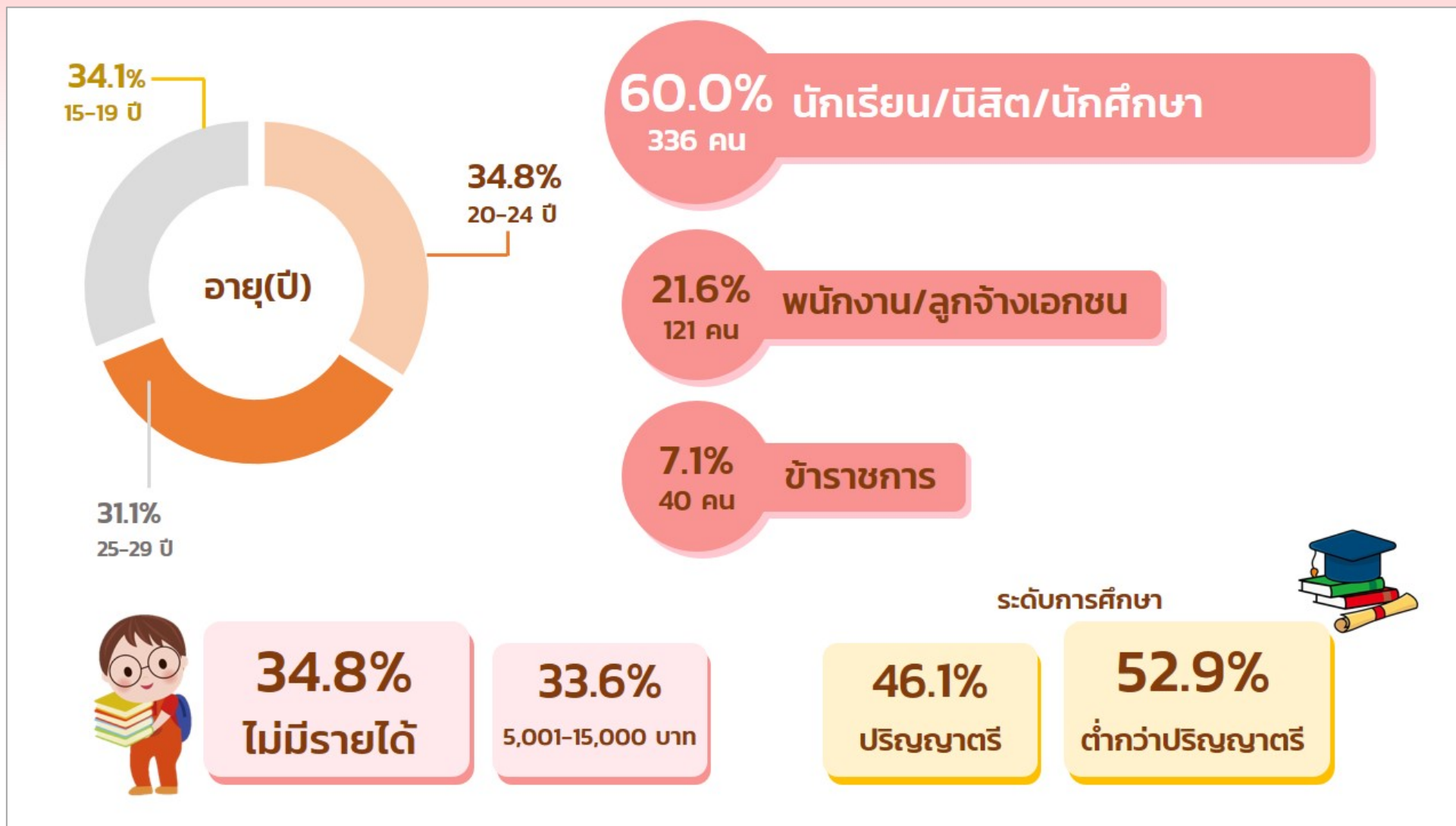
ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มหวานในกลุ่มวัยทำงานตอนต้น

1. ท่านคิดว่า ครอบครัว เช่น คนในครอบครัว เพื่อนในสถานศึกษา เพื่อนร่วมงาน มีอิทธิพลต่อการซื้อหรือดื่มเครื่องดื่มหวานของท่านอย่างไร.....
2. ท่านคิดว่า โฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเครื่องดื่มหวานผ่านสื่อต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการซื้อหรือดื่มเครื่องดื่มหวานของท่านอย่างไร.....
3. ท่านคิดว่า รูปลักษณ์ ยี่ห้อ ชื่อเสียง หรือบรรยากาศของร้านขายเครื่องดื่มหวานส่งผลต่อการซื้อหรือดื่มเครื่องดื่มหวานหรือไม่.....
อย่างไร.....
4. ท่านคิดว่า การอาศัย/ทำงานในเขตชนบทและเขตเมือง ส่งผลต่อการซื้อหรือดื่มเครื่องดื่มหวานหรือไม่.....
อย่างไร.....

ผลการศึกษา

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มหวานในกลุ่มวัยทำงานตอนต้น

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์





ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มหวานในกลุ่มวัยทำงานตอนต้น

พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มหวาน



วัยทำงานตอนต้น มีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มหวานอย่างน้อย 1 ชนิด ต่อ 1 สัปดาห์ ร้อยละ 99.3

ประเภทของเครื่องดื่มหวานที่มีการบริโภคมากที่สุด 3 อันดับ

1



เครื่องดื่มชงสด ร้อยละ 87.1

2



น้ำอัดลม ร้อยละ 73.6

3



นมปรุงแต่งรส ร้อยละ 71.6



เหตุผลส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อหรือดื่มเครื่องดื่มหวาน เพราะรสชาติ

พิจารณาในรายชื่อของพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มหวานจำแนกตามรูปแบบบรรจุของเครื่องดื่มรสหวานที่มีน้ำตาล 12 ประเภท พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ บริโภคครั้งละ 1 หน่วยบริโภค จำนวนเฉลี่ย 1 ครั้งต่อวัน และบริโภคเฉลี่ยเพียง 1 วันต่อสัปดาห์



ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มหวานในกลุ่มวัยทำงานตอนต้น

ปัจจัยนำเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มหวาน

🗑 ความรู้

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความรู้ในระดับต่ำ

มีความรู้ไม่ถูกต้องในประเด็นปริมาณน้ำตาลที่ควรบริโภคต่อวัน

และประเด็นชนิดของเครื่องดื่มหวานที่มีน้ำตาลมากที่สุด

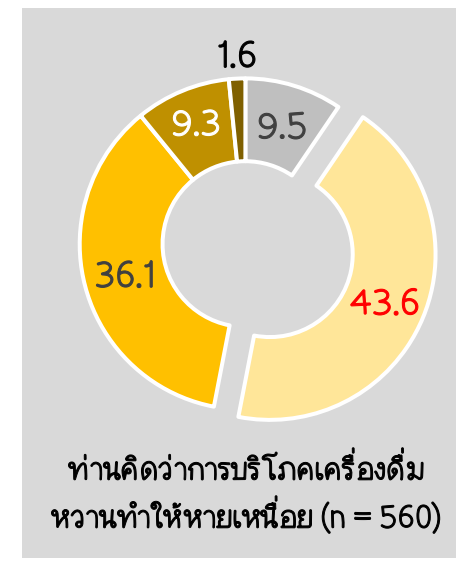
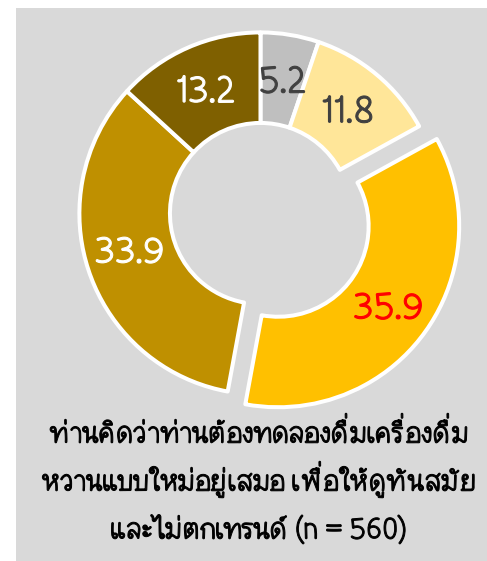
🗑 ทักษะคิด

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่รู้สึกเฉยๆ กับการต้องทดลอง
ดื่มเครื่องดื่มหวานแบบใหม่อยู่เสมอ เพื่อให้ดูทันสมัยและไม่
ตกเทรนด์ แต่เห็นด้วยว่า การบริโภคเครื่องดื่มหวานทำให้
หายเหนื่อย

ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มหวานในภาพรวม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับต่ำ (0-1 คะแนน)	350	62.5
ระดับสูง (2-3 คะแนน)	210	37.5
Mean=1.30 SD=0.67 Min=0 Max=3		

ร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ที่แสดงทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มหวาน (รายข้อ)



เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ปานกลาง ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มหวานในกลุ่มวัยทำงานตอนต้น

ปัจจัยเสริมเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มหวาน

การบริโภคเครื่องดื่มหวานของคนรอบข้าง

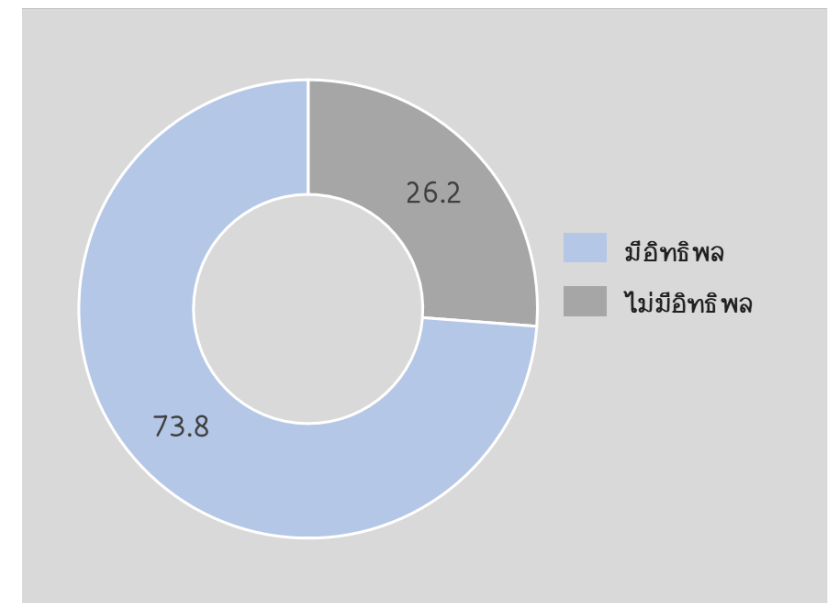
คนในครอบครัวที่ใกล้ชิดที่สุด และเพื่อนในสถานศึกษา/เพื่อนร่วมงานที่สนิทที่สุด ส่วนใหญ่บริโภคเครื่องดื่มหวาน 1-2 ครั้ง/วัน

อิทธิพลจากคนรอบข้างต่อการบริโภคเครื่องดื่มหวาน

คนรอบข้าง**มีอิทธิพล**ต่อการซื้อหรือดื่มเครื่องดื่มหวาน

➡ ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลจากคนรอบข้างต่อการบริโภคเครื่องดื่มหวาน พบว่า **ส่วนใหญ่ถูกชักชวน/ชักจูงจากญาติ/เพื่อนสนิท** ในการซื้อหรือดื่มเครื่องดื่มหวาน

ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่แสดงถึงปัจจัยด้านอิทธิพลจากคนรอบข้างต่อการบริโภคเครื่องดื่มหวาน (n = 560)



ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มหวานในกลุ่มวัยทำงานตอนต้น

ปัจจัยเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มหวาน



อิทธิพลของวิถีชีวิตในเขตเมืองและชนบทต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มหวาน

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่า **วิถีชีวิตในเขตชนบทและเขตเมืองมีอิทธิพล**ต่อการบริโภคเครื่องดื่มหวานของตนเอง

➡ ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับวิถีชีวิตในเขตเมืองและชนบท เหตุผลส่วนใหญ่ว่า **ร้านในเขตเมืองมีความหลากหลายกว่าชนบท**



คุณค่าตราสินค้าต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มหวาน

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่า **คุณค่าตราสินค้ามีอิทธิพล**ต่อการบริโภคเครื่องดื่มหวานของตนเอง

➡ ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับรูปลักษณ์ ยี่ห้อ ชื่อเสียงหรือบรรยากาศร้านขายเครื่องดื่มหวาน ให้เหตุผลส่วนใหญ่ว่า **รูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ดึงดูด** นำรับประทาน



การรับรู้สื่อโฆษณาต่าง ๆ ต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มหวาน

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่า **สื่อโฆษณาต่าง ๆ มีอิทธิพล**ต่อการบริโภคเครื่องดื่มหวานของตนเอง

➡ เหตุผลส่วนใหญ่บอกว่า **ทำให้อยากลองดื่ม** และรองลงมาคือ **ชื่นชอบโฆษณา**

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มหวานในกลุ่มวัยทำงานตอนต้น

แบ่งกลุ่มตาม PRECEDE model

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มหวานในกลุ่มวัยทำงานตอนต้น (p-value <0.05)

ปัจจัยนำ (Predisposing factors)

ความรู้ ความเชื่อ
ค่านิยม ทัศนคติ

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ
- รายได้
- ความรู้
- ทัศนคติต่อการบริโภคเครื่องดื่มหวาน

ปัจจัยเสริม (Reinforcing factors)

กระตุ้นเตือน ยกย่องชมเชย
เอาเป็นแบบอย่าง ให้กำลังใจ

- การบริโภคเครื่องดื่มหวานของคนรอบข้าง
- อิทธิพลจากคนรอบข้างต่อการบริโภคเครื่องดื่มหวาน

ปัจจัยเอื้อ (Enabling factors)

สิ่งแวดล้อม การเข้าถึง
ทรัพยากรต่าง ๆ

- สภาพแวดล้อมที่สามารถเข้าถึงเครื่องดื่มหวาน
- ~~วิถีชีวิตเขตเมือง/ชนบท~~
- คุณค่าตราสินค้า
- สื่อโฆษณาต่าง ๆ

สรุปผลการศึกษา



มีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มหวาน

ร้อยละ 99.3



มีการบริโภคเครื่องดื่มหวาน

ครั้งละ 1 หน่วยบริโภค เฉลี่ย 1 ครั้งต่อวัน
และเฉลี่ย 1 วันต่อสัปดาห์



วิถีชีวิตในเขตเมืองและชนบทไม่มีผล

ต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่ม

หวานชนิดใดเลย

1



เครื่องดื่มชงสด ร้อยละ 87.1

2



น้ำอัดลม ร้อยละ 73.6

3



นมปรุงแต่งรส ร้อยละ 71.6

การสื่อสาร

- สื่อสารปริมาณน้ำตาลที่ควรบริโภคต่อวัน
- สื่อสารปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่มผ่านสื่อที่เข้าใจง่าย
- ควบคุมสื่อโฆษณาส่งเสริมการขายเครื่องดื่มหวาน
- สนับสนุนสื่อโฆษณาเครื่องดื่มทางเลือก หรือเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ

การจัดการสิ่งแวดล้อม

- จัดการสิ่งแวดล้อมในโรงเรียน มหาวิทยาลัย ชุมชน สถานที่ทำงาน ไม่ให้เอื้อต่อการเข้าถึงเครื่องดื่มหวาน เช่น ห้ามมี/จำกัดจำนวนตู้ขายเครื่องดื่มอัตโนมัติ
- ทำข้อตกลงกับร้านขายเครื่องดื่มหวานในการลดปริมาณน้ำตาลหรือลดขนาดบรรจุ

การดำเนินมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี (non-tax)

- ควบคุมมาตรการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มหวาน

ความร่วมมือกับธุรกิจฟู้ดเดลิเวอรี (food delivery)

- พัฒนาแอปพลิเคชันสั่งอาหารและเครื่องดื่ม ให้มีตัวเลือกระดับความหวาน
- ควรมีการให้ส่วนลดกับผู้บริโภคที่สั่งเครื่องดื่มหวานน้อย หรือไม่หวานเลย

การนำไปใช้ประโยชน์



ข้อจำกัด

1

การสำรวจพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มหวานโดยการสัมภาษณ์ อาจทำให้กลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลต่ำกว่าพฤติกรรมที่ปฏิบัติจริง ส่งผลให้การประเมินพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มหวานต่ำเกินไปเมื่อเปรียบเทียบกับการใช้วิธีอื่น ๆ ในการเก็บข้อมูล ชนิดของ

2

เครื่องดื่มในแบบสอบถาม อ้างอิงจากแบบสำรวจติดตามพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีรสหวานของคนไทย ภายหลังการออกมาตรการเก็บภาษีสรรพสามิตในเครื่องดื่มที่มีรสหวาน ปีพ.ศ. 2563 ซึ่งอาจไม่ครอบคลุมชนิดของเครื่องดื่มทั้งหมดที่มีจำหน่ายตามท้องตลาดในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะ

ควรมีการวิเคราะห์ข้อมูล หาความสัมพันธ์และอิทธิพลของปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มหวาน เพื่อนำไปใช้พัฒนาและผลักดันนโยบายที่เอื้อให้วัยทำงานมีพฤติกรรมลดการบริโภคหวาน เพื่อป้องกันการเกิดโรคในช่องปากและโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง



The background is a solid light pink color. It features several geometric shapes: a large white circle in the top right corner, a smaller pink circle in the bottom center, and two pink rings (hollow circles) in the bottom left and bottom right corners. The text is positioned on the left side of the image.

THANK YOU

**FOR YOUR
ATTENTION**