ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคน้ำอัดลมของนักศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

Factors influencing soft drink consumption decision among university students in lower northeastern region

อารี บุตรสอน[1*] ปนัดดา โกษาแสง[2] มาวิน วารินทรา[2] อรุณ บุญสร้าง[1]
Aree Butsorn[1*] Mawin Warintha[2] Panadda Kosasang[2] Arun Boonsang[1]

***Corresponding author: aree.b@ubu.ac.th**
(Received: May 28, 2021; Revised: August 15, 2021; Accepted: August 20, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคน้ำอัดลมของนักศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 502 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ระหว่างเดือน มีนาคม 2563 ถึง ตุลาคม 2563 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ Multiple logistic regression ประมาณช่วงเชื่อมั่นที่ ร้อยละ 95 ของ Adjusted Odds ratio กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 79.48 เคยดื่มน้ำอัดลม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.16 มีค่าดัชนีมวลกายอยู่ในเกณฑ์ปกติ ร้อยละ 77.69 ปัจจัยที่มีอิทธิพล คือ การสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อมในระดับมากมีโอกาสที่จะตัดสินใจบริโภคน้ำอัดลมมากกว่าการสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อมในระดับน้อย 2.72 เท่า (OR_{adj}=2.72, 95% CI=1.71-4.43) มหาวิทยาลัยจึงควรมีมาตรการที่จะควบคุมการสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อม เช่น จำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลมภายในมหาวิทยาลัย

คำสำคัญ ปัจจัย การตัดสินใจ น้ำอัดลม นักศึกษามหาวิทยาลัย

[1]วิทยาลัยแพทยศาสตร์และการสาธารณสุข มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
[2]นักศึกษาหลักสูตร สาธารณสุขศาสตรบัณฑิต สาขาสาธารณสุขศาสตร์ วิทยาลัยแพทยศาสตร์และการสาธารณสุข มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
[1]College of Medicine and Public Health, Ubon Ratchathani University
[2]Bachelor student of Public Health, College of Medicine and Public Health, Ubon Ratchathani University

Abstract

This study aims to study factors influencing a decision on soft drink consumption of university students in the lower northeastern region. The 502 samples were collected by using a questionnaire between March 2020 and October 2020. The data were analyzed using the multiple logistic regression method, estimated confidence interval at 95% of adjusted Odds ratio at significance level 0.05. The results showed that 79.48% of the sample had ever drunk soft drinks. Most of them were female, 59.16%, and had a BMI in the normal range, 77.69%. The influencing factor was that a high level of environmental support was 2.72 times more likely to make students consume soft drinks than low environmental support (OR_{adj}=2.72, 95% CI=1.71-4.43). Therefore, universities should have measures to control environmental support, such as limiting the sale of soft drinks within the university.

Keywords: Factors, Decision, Soft drink, University students

1. บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศเมืองร้อนความต้องการบริโภคน้ำอัดลมของคนไทยจึงมีมาก ในปี 2560 อัตราการบริโภคน้ำอัดลมของคนไทยสูงเป็นอันดับ 1 ในภูมิภาคอาเซียน (41.13 ลิตร/คน/ปี)[1] แม้ว่าในปัจจุบันเทรนด์ของเครื่องดื่มที่มุ่งสู่ธรรมชาติและการใช้ส่วนผสมจากพืชจะเริ่มเติบโต เพราะผู้บริโภคเริ่มมองหาเครื่องดื่มที่ปราศจากน้ำตาลกันมากขึ้น[2] แต่ในสถานการณ์ความร้อนของประเทศไทย ก็ยังทำให้หลายคนมองหาวิธีการดับร้อนด้วยการบริโภคน้ำอัดลมหรือน้ำหวานชนิดต่างๆอยู่ แต่เครื่องดื่มเหล่านี้ถ้าดื่มเป็นประจำจะส่งผลกระทบต่อสุขภาพ โดยเฉพาะส่วนประกอบที่เป็นน้ำตาล เป็นอาหารที่ให้แต่พลังงาน แต่ไม่ให้สารอาหารอื่น ๆ น้ำหวานที่นำมาอัดลมมีส่วนผสมของสีและรสชาติเทียมที่มาจากสารเคมี เมื่อบริโภคต่อเนื่องสามารถทำให้ก่อพิษในร่างกายได้ คาเฟอีนในน้ำอัดลมเป็นสารกระตุ้นประสาท ทำให้ร่างกายเกิดความตื่นตัวและลดความง่วงลง โดยออกฤทธิ์กับระบบประสาทส่วนกลาง ทำให้จังหวะและอัตราการเต้นของหัวใจผิดปกติได้ และน้ำอัดลมทุกสูตรล้วนแต่ผสมน้ำตาลในปริมาณสูง การบริโภคน้ำอัดลมวันละ 1 กระป๋องจึงทำให้ร่างกายได้รับปริมาณน้ำตาลเกินปริมาณที่ร่างกายควรได้รับ และทำให้กระดูกพรุน ฟันผุ เพราะในน้ำอัดลมมีกรดฟอสฟอริก เมื่อเราดื่มน้ำอัดลมมากเกินไปจะทำให้เลือดของเรามีปริมาณฟอสฟอรัสมากเกินไป ทำให้เกิดการเสียสมดุล เพราะร่างกายจะต้องไปดึงแคลเซียมจากกระดูกมาใช้ เมื่อกระดูกขาดแคลเซียมไปจึงทำให้เกิดโรคกระดูกพรุน นอกจากนั้นการดื่มน้ำอัดลมมากเกินไปอาจทำให้เป็นโรคอ้วนได้ เนื่องจากปริมาณน้ำตาลที่เราควรรับประทานต่อวันคือ 24 กรัม แต่ในน้ำอัดลม 1 กระป๋องมีน้ำตาลมากถึง 30 กรัม หรือในบางครั้งอาจเกิดอาการ นอนไม่หลับ ใจสั่น มือสั่น เนื่องจากฤทธิ์ของคาเฟอีนที่เป็นองค์ประกอบในน้ำอัดลมไปกระตุ้นระบบประสาท ในบางคนอาจทำให้เกิดเป็นโรคกระเพาะ เนื่องจากการดื่มน้ำอัดลมเย็น ๆ หรือน้ำอัดลมใส่น้ำแข็ง ซึ่งต่ำกว่าอุณหภูมิปกติในร่างกายเราจะทำให้ประสิทธิภาพในการย่อยอาหารลดลง หรือย่อยยากขึ้น[3]

ส่วนประกอบของน้ำอัดลม 1 กระป๋องมีระดับน้ำตาลอยู่ที่ 32 กรัม หรือ 8 ช้อนชา ทำให้คนที่ดื่มน้ำอัดลม 1 กระป๋องต่อวันรับน้ำตาลเกินปริมาณที่กำหนด คือห้ามเกินวันละ 6 ช้อนชาต่อคนต่อวัน[4] และสามารถทำให้เกิดปัญหาเรื่องโรคอ้วน โรคเบาหวาน โรคหัวใจ กระดูกพรุน ฟันผุ ภาวะสมองเสื่อมและโรคหลอดเลือดสมอง เนื่องจากน้ำอัดลมมีฤทธิ์เป็นกรดทำให้ไปกัดผิวที่เคลือบฟันทำให้ผิวฟันเสื่อม ถ้าบริโภคน้ำอัดลมและอาหารหวานมากไป จะทำให้ไม่ได้รับสารอาหารที่จำเป็นเพียงพอต่อการเจริญเติบโต รวมทั้งยังทำให้เสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการรักษาตลอดจนเสียโอกาสสร้างรายได้และการดำรงคุณภาพชีวิตที่ดี

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิผลต่อการบริโภคน้ำอัดลมของนักศึกษา พบว่ามี ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ ค่าดัชนีมวลกาย (Body mass index: BMI) รูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) ปัจจัยทางทางการตลาด และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมในมหาวิทยาลัย ตัวอย่างเช่นการศึกษาของจันทิพา เลาหะพงษ์[5] พบว่าเพศชายให้ความสำคัญกับการบริโภคน้ำอัดลมมากกว่าเพศหญิง โดยเพศหญิงจะให้ความสำคัญในเรื่องของราคามากที่สุด[6] นัชชา ยันติและคณะ ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อภาวะน้ำหนักเกินในนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ พบว่ากลุ่มคณะที่แตกต่างกันมีโอกาสที่จะบริโภคน้ำอัดลมที่ต่างกัน โดยกลุ่มคณะทางวิทยาศาสตร์มีการเรียนการสอนในหลักสูตรที่เกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพและโภชนาการ ทำให้กลุ่มตัวอย่างได้รับความรู้ในเรื่องของการรับประทานอาหารผ่านการเรียนในวิชาต่าง ๆมากกว่ากลุ่มคณะอื่น[7]

จากการสำรวจข้อมูลจากนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานีเบื้องต้นจำนวน 100 คน ใน 4 ชั้นปี พบว่านักศึกษามีการบริโภคน้ำอัดลมคิดเป็นร้อยละ 99 อันเนื่องมาจากส่วนใหญ่น้ำอัดลมถูกวางขายล่อตาล่อใจนักศึกษา โดยเฉพาะร้านค้าที่ตั้งขายบริเวณหน้ามหาวิทยาลัย รวมถึงร้านสะดวกซื้อที่เปิดขายน้ำอัดลมภายในมหาวิทยาลัย แต่ยังไม่สามารถระบุปัจจัยที่ชัดเจนได้ว่าอะไรเป็นปัจจัยในการตัดสินใจบริโภคน้ำอัดลม ของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิผลต่อการบริโภคน้ำอัดลมของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เพื่อแสดงให้เห็นกระบวนการตัดสินใจบริโภคน้ำอัดลมของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลให้ผู้บริโภคมีการตัดสินใจดื่มน้ำอัดลม โดยจะศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางการตลาด และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมในมหาวิทยาลัย ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคน้ำอัดลม ของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานีให้เกิดความเหมาะสม ลดความเสี่ยงในการเกิดผลกระทบต่อสุขภาพได้ต่อไป

2. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแบบภาคตัดขวางเชิงวิเคราะห์ (A Cross-sectional analytical study) ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคน้ำอัดลม ของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 1-4 มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ที่ศึกษาในปีการศึกษา 2563 จำนวนทั้งหมด 11,026 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 1-4 มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ที่คำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G*Power ซึ่งเป็นโปรแกรมที่มีความยืดหยุ่น สามารถกำหนดขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมกับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่สร้างจากสูตรของ Cohen (1997) ค่าพารามิเตอร์ที่ใช้ในการกำหนดขนาดตัวอย่าง ได้แก่

Odd ratio=2.4

Pr(Y=1IX=1) =0.153

α err prob=0.05

Power (1-β err prob) = 0.80

pram π =0.5

แล้วเลือกคำสั่ง Calculate จะได้ผลการกำหนดขนาดตัวอย่างขั้นต่ำเท่ากับ 248 คน คนผู้วิจัยคิดค่าความน่าจะเป็นที่จะเกิดความคาดเคลื่อน (Design Effect) เท่ากับ 2 เท่า จะได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 502 คน จากนั้นทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนตามสัดส่วนประชากรในแต่ละคณะ

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลจำนวน 5 ข้อ มีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ ประกอบด้วย เพศ ค่าดัชนีมวลกาย (Body mass index: BMI) คณะ/วิทยาลัยฯ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านการตลาด เป็นคำถามแบบประเมินค่าตามแบบ Likert scale จำนวน 16 ข้อ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการโฆษณา และด้านการจัดจำหน่าย จำนวน 3 ระดับ คือ มาก ปานกลาง น้อย แบ่งระดับจากการทบทวนวรรณกรรม และ ค่ากลาง

ส่วนที่3 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมในมหาวิทยาลัย เป็นคำถามแบบประเมินค่าตามแบบ Likert scale จำนวน 21 ข้อ ได้แก่ ด้านเพื่อน ด้านสภาพอากาศ และกิจกรรมในมหาวิทยาลัย จำนวน 3 ระดับ คือ มาก ปานกลาง น้อย แบ่งระดับจากการทบทวนวรรณกรรม และค่ากลาง

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจบริโภคน้ำอัดลม จำนวน 2 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) 2 คำตอบ คือ บริโภคน้ำอัดลม และไม่บริโภคน้ำอัดลม

2.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การทดสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยนำเครื่องมือที่สร้างเสร็จแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความตรงกับเนื้อหา โดยพิจารณาให้ครอบคลุมถึงความถูกต้องของเนื้อหา ภาษา และสำนวนที่ใช้ หลังจากนั้นได้นำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะก่อนนำไปทดสอบหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามต่อไปและหาความสอดคล้องระหว่างจุดประสงค์ของเนื้อหา โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item Objective: IOC) โดยข้อคำถามทุกข้อมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00

การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีความคล้ายคลึงกับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 30 ชุด ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี หลังจากนั้นนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าครอนบาค (Cronbach' Alpha Coefficient) ในด้านปัจจัยด้านการตลาด ด้านปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้ KR-20 โดยมีค่าความเชื่อมั่นด้านปัจจัยทางการตลาด 0.74 และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เท่ากับ 0.83 ตามลำดับ

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในกรณีข้อมูลมีการแจกแจงปกติ และใช้มัธยฐานและเปอร์เซ็นไทล์ในกรณีที่ข้อมูลมีการแจกแจงไม่ปกติ เพื่ออธิบายข้อมูลส่วนปัจจัยบุคคล ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม

วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ชั้นปี คณะ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และรูปแบบการดำรงชีวิต ปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการโฆษณา ด้านการจัดจำหน่ายและปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อน สภาพอากาศ กิจกรรมในมหาวิทยาลัย ที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคน้ำอัดลมของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ทำการวิเคราะห์โดยสถิติเชิงอนุมาน โดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุเชิงชั้นหลายตัวแปร Multiple logistic regression นำเสนอค่าความสัมพันธ์ด้วย Odds ratio และช่วงเชื่อมั่น 95%

2.5 การพิทักษ์สิทธิของกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งนี้ได้ผู้วิจัยได้คำนึงการดำเนินการบนพื้นฐานของจริยธรรมในงานวิจัย 3 ด้าน คือ การเคารพในตัวบุคคล ผลประโยชน์และไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่ออาสาสมัคร และหลักของความยุติธรรมผู้วิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์ และขั้นตอนการศึกษาให้กลุ่มตัวอย่างรับทราบทุกประเด็น ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะถูกเก็บเป็นความลับ เพื่อนำไปใช้ทางวิชาการเท่านั้น

3. ผลการวิจัย

3.1 ข้อมูลทั่วไป

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 79.48 ดื่มน้ำอัดลม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.16 มีค่าดัชนีมวลกายอยู่ในเกณฑ์ปกติ ร้อยละ 77.69 ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาคณะบริหารศาสตร์มากที่สุด ร้อยละ 20.52 รองลงมา คือ คณะวิศวกรรมศาสตร์ และคณะศิลปศาสตร์ ร้อยละ 16.53 และ 13.55 ตามลำดับ มีมัธยฐานรายได้ต่อเดือน 6,500 (P_{25}=1,200 : P_{75}=30,000) ด้านการแสดงออกทางด้านพฤติกรรมการดำรงชีวิต พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการบริโภคน้ำอัดลมเป็นประจำ ร้อยละ 44.02 โดยเห็นว่าการบริโภคน้ำอัดลมเป็นเวลานานจะส่งผลเสียต่อร่างกาย ร้อยละ 92.83 และ สนใจติดตามข่าวสารเกี่ยวกับน้ำอัดลมเป็นประจำ ร้อยละ 63.15 ตามลำดับ

3.2 การตัดสินใจบริโภคน้ำอัดลมของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี แยกรายตัวแปร

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคน้ำอัดลม ของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี มีความสัมพันธ์ทางสถิติ 2 ตัวแปร คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 6,500 บาท มีโอกาสที่จะบริโภคน้ำอัดลมลดลงมากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 6,500 บาท ร้อยละ 64 (OR_{crude}=0.36, 95% CI=0.22-0.57) และการสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อมระดับมากมีโอกาสที่จะส่งเสริมให้นักศึกษาบริโภคน้ำอัดลมมากกว่าการสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อมระดับน้อยเพิ่มขึ้น 1.40 เท่า (OR_{crude}=1.40, 95% CI=1.20-2.19) ส่วนปัจจัยอื่นไม่มีข้อมูลเพียงพอที่จะระบุความสัมพันธ์ รายละเอียดตามตารางที่ 1

การวิเคราะห์ความความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคน้ำอัดลม ของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี แบบพหุคูณ ซึ่งนำมาวิเคราะห์ทางสถิติ วิเคราะห์โดยการหาค่า OR_{adj} และ 95% CI ซึ่งตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางสถิติคือ การสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อมมากมีโอกาสที่จะบริโภคน้ำอัดลมมากกว่าการสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อมน้อย 2.72 เท่า (OR_{adj}=2.72, 95% CI=1.71-4.43) ส่วนปัจจัยอื่นไม่มีข้อมูลเพียงพอที่จะระบุความสัมพันธ์ รายละเอียดตามตารางที่ 2

ตารางที่ 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคน้ำอัดลม ของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานีแยกรายตัวแปร

ปัจจัย/ตัวแปร	การตัดสินใจบริโภคน้ำอัดลม		Crude OR	95% CI Crude OR	P-value
	จำนวนผู้บริโภค (ร้อยละ)	จำนวนผู้ไม่บริโภค (ร้อยละ)			
เพศ					
ชาย	169 (82.44)	36 (17.56)	1.36	0.87-2.14	0.170
หญิง	230(77.44)	67 (22.56)	1		
ค่าดัชนีมวลกาย (BMI)					
น้ำหนักปกติ	305 (78.21)	85 (21.79)	1.45	0.83-2.54	0.177
น้ำหนักเกิน	94 (83.93)	18 (16.07)	1		
คณะ/วิทยาลัย					
คณะอื่น ๆ	199 (80.89)	47(19.10)	1.18	0.76-1.83	0.442
วิทยาศาสตร์สุขภาพ	200(78.1)	56 (21.87)	1		

ปัจจัย/ตัวแปร	การตัดสินใจบริโภคน้ำอัดลม		Crude OR	95% CI Crude OR	P-value
	จำนวน ผู้บริโภค (ร้อยละ)	จำนวน ผู้ไม่บริโภค (ร้อยละ)			
รายได้เฉลี่ย					
≤ 6500	200 (78.13)	56 (21.87)	0.36	0.22-0.57	<0.001
> 6500	199 (80.89)	47 (19.11)	1		
ปัจจัยทางด้านการตลาด					
การสนับสนุนทางการตลาดระดับมาก	215 (77.06)	64 (22.94)	1.40	0.90-2.19	0.131
การสนับสนุนทางการตลาดระดับน้อย	184 (82.51)	39 (17.49)	1		
ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมในมหาวิทยาลัย					
การสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อมระดับมาก	229 (87.40)	33 (12.60)	1.40	1.20-2.19	<0.001
การสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อมระดับน้อย	170 (70.83)	70 (29.17)	1		

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคน้ำอัดลมของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานีแบบพหุ

ปัจจัย/ตัวแปร	การตัดสินใจบริโภคน้ำอัดลม		OR_{Crude} (95% CI)	OR_{adj} (95% CI)	P-value
	จำนวน ที่บริโภค (ร้อยละ)	จำนวน ที่ไม่บริโภค (ร้อยละ)			
เพศ					
ชาย	169 (82.44)	36 (17.56)	1.36 (0.87-2.14)	1.27 (0.80-2.03)	0.306
หญิง	230 (77.44)	67 (22.56)			
ค่าดัชนีมวลกาย (BMI)					
น้ำหนักปกติ	305 (78.21)	85 (21.79)	1.45 (0.83-2.54)	0.69(0.39-1.23)	0.217
น้ำหนักเกิน	94 (83.93)	18 (16.07)			
รายได้เฉลี่ย					
≤ 6500	200 (78.13)	56 (21.87)	0.36 (0.22-0.57)	0.23 (0.12-1.07)	0.078
> 6500	199 (80.89)	47 (19.11)			
ปัจจัยด้านการตลาด					
การสนับสนุนทางการตลาดระดับมาก	215 (77.06)	64 (22.94)	1.40 (0.90-2.19)	0.77 (0.49-1.23)	0.283
การสนับสนุนทางการตลาดระดับน้อย	184 (82.51)	39 (17.49)			
ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมในมหาวิทยาลัย					
การสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อมระดับมาก	229 (87.40)	33 (12.60)	1.40 (1.20-2.19)	2.72 (1.71-4.34)	<0.001
การสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อมระดับน้อย	170 (70.83)	70 (29.17)			

4. อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคน้ำอัดลม ของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จำนวน 2 ตัวแปร คือ รายได้และการสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อมผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 6,500 บาท มีโอกาสที่จะบริโภคน้ำอัดลมลดลงมากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 6,500 บาท ร้อยละ 64 โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคจะแสดงอำนาจการซื้อของแต่ละบุคคล มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่สำคัญปัจจัยหนึ่ง จึงทำให้ผู้ที่มีรายได้น้อยซึ่งมีอำนาจการซื้อน้อยกว่าย่อมต้องการที่จะสินค้าได้รับความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายมากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของฟิลิปส์ คอทเลอร์[8] เนื่องจากรายได้เป็น

ปัจจัยที่สำคัญต่อการกระตุ้นความต้องการ และส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหากนักศึกษามีความต้องการซื้อสินค้าที่มีราคาแพงแต่รายได้ไม่เพียงพอก็ทำให้ไม่สามารถซื้อสินค้าที่ต้องการได้ โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคจะแสดงอำนาจการซื้อของแต่ละบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่สำคัญปัจจัยหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับอนพัทย์ หนองคู[9] ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยรายได้มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และอภิญญา จงรวมกลาง[10] ที่ศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มโคคา-โคล่า (โค้ก) ของประชานในกรุงเทพมหานครพบว่า ประชาชน ในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยที่ต่างกันทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มโคคา-โคล่า (โค้ก) ต่างกัน

การสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อมในมหาวิทยาลัย พบว่า ผู้ที่ได้รับการสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อมมากมีโอกาสที่จะบริโภคน้ำอัดลมมากกว่าการสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อมน้อย 2.72 เท่า จากการสำรวจร้านค้าหน้ามหาวิทยาลัยและร้านค้าภายในมหาวิทยาลัยอุบลราชธานีที่ขายเครื่องดื่มประเภทชา กาแฟ มีการขายน้ำอัดลมร่วมด้วยซึ่งทำให้มีอิทธิพลต่อการบริโภคน้ำอัดลมของนักศึกษา สอดคล้องกับการศึกษาของศุภรัตน์ กุลเสน และคณะ[11] ที่พบว่าปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มน้ำอัดลม คือ สถานที่ซื้อน้ำอัดลมร้านค้าภายในโรงเรียน และร้านค้าภายนอกโรงเรียน ในส่วนของการพบปะสังสรรค์กับเพื่อนส่งผลต่อการตัดสินใจให้เลือกบริโภคน้ำอัดลม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสุรพี หมื่นประเสริฐดี[12] ที่ศึกษาปัจจัยที่ผลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าตามกระแสนิยม ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยทางด้านของอิทธิพลรอบข้าง ได้แก่ ด้านอิทธิของเพื่อน อิทธิพลของของสื่อ อิทธิพลของชุมชนและสังคม มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าตามกระแสนิยม ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่าบุคคลที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ คือ เพื่อนซึ่งมีความสำคัญและจำเป็นต่อชีวิตวัยรุ่น เพราะเพื่อนจะมีอิทธิพลในเรื่องของ ความคิด ความเชื่อ ตลอดจนให้คำปรึกษาหรือคำแนะนำในเรื่องต่าง ๆ นอกจากนั้นสภาพอากาศในประเทศไทยมีสภาพอากาศที่ร้อนอบอ้าวส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคน้ำอัดลม เนื่องจากน้ำอัดลมมีรสชาติที่ซ่าและมีส่วนประกอบของคาเฟอีน จึงทำให้รู้สึกสดชื่นขึ้นในขณะที่บริโภค

เมื่อพิจารณาค่าดัชนีมวลกายในกลุ่มที่มีน้ำหนักเกิน พบว่ามีการบริโภคน้ำอัดลม ถึงร้อยละ 89.83 แม้แต่ในกลุ่มที่ค่าดัชนีมวลกายอยู่ในเกณฑ์น้ำหนักปกติ ก็ยังมีการบริโภคน้ำอัดลมถึง 78.21 ซึ่งถือว่าเป็นสัดส่วนที่สูงมาก ทั้งนี้ การบริโภคน้ำอัดลมเป็นเวลานานจะส่งผลเสียต่อร่างกาย โดยมีการศึกษาที่พบว่าค่าดัชนีมวลกายมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับน้ำตาลในเลือด[13] เพราะในน้ำอัดลม 1 กระป๋อง มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบประมาณ 10-14 ช้อนชา ในขณะที่ 1 วันไม่ควรรับประทานน้ำตาลเกิน 6 ช้อนชา[4] น้ำตาลในน้ำอัดลมจึงกลายเป็นแหล่งพลังงานส่วนเกิน หากผู้ที่ดื่มน้ำอัดลมไม่ค่อยได้ออกกำลังกาย หรือมีกิจกรรมเนือยนิ่งเป็นส่วนมาก อาจจะทำให้เกิดไขมันสะสมและเป็นโรคอ้วนได้ ทั้งนี้ หากยังต้องการดื่มน้ำอัดลมให้ชื่นใจอยู่ก็ควรใส่ใจเรื่องสุขภาพ โดยเลือกดื่มในส่วนของน้ำอัดลมแบบปราศจากน้ำตาล โดยในปัจจุบันมีนโยบายการเก็บภาษีน้ำตาล จึงทำให้ผู้ผลิตส่วนใหญ่เปลี่ยนไปใช้สารให้ความหวานแทน ซึ่งเป็นทางเลือกหนึ่งให้กับคนที่ใส่ใจสุขภาพแต่ยังติดความหวานอยู่ได้

5. สรุปผลการศึกษา

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคน้ำอัดลมของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี คือ การสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยอุบลราชธานีควรมีมาตรการที่จะควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลม ที่จำหน่ายภายในมหาวิทยาลัย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องร่วมกันสร้าง Health literacy ของการบริโภคน้ำอัดลมของนักศึกษา โดยมุ่งที่นักศึกษาคณะที่มีการบริโภคมากที่สุด สำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มการพัฒนารูปแบบการลดการบริโภคน้ำอัดลมในนักศึกษา และศึกษาถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการบริโภคน้ำอัดลมของนักศึกษาเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างความตระหนักให้นักศึกษาลดการบริโภคน้ำอัดลมที่ลดลง

6. เอกสารอ้างอิง

1. วรรณา ยงพิศาลภพ. แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2562-2564 อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม [อินเตอร์เน็ต]. [สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2564]. แหล่งข้อมูล: https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Food-Beverage/Beverage/IO/io-beverage-20-th

2. วรรณา ยงพิศาลภพ. พัฒนาการและโครงสร้างอุตสาหกรรมเครื่องดื่มในประเทศไทย. ฟู้ด โฟกัส ไทยแลนด์ 2563; 15(172): 50-9.
3. กรมสุขภาพจิต. โทษของน้ำอัดลม [อินเตอร์เน็ต]. [สืบค้นเมื่อ 10 พฤษภาคม 2564]. แหล่งข้อมูล: https://new.camri.go.th/infographic/37
4. สำนักโรคไม่ติดต่อ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. ชุดความรู้เรื่อง การบริภาคเกินไม่ได้ สัดส่วน หวานเกิน มันเกิน เค็มเกิน [อินเตอร์เน็ต]. [สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2564]. แหล่งข้อมูล: http://thaincd.com/document/file/download/knowledge/ExcessiveSugar.pdf
5. จันทิพา เลาหะพงษ์. ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกบริโภคน้ำอัดลมของประชาชนในเขตนิคมอุสาหกรรมบางปู. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). บัณฑิตวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีปทุม; 2551.
6. นัชชา ยันติ, อภิญญา อุตระชัย, กริช เรืองไชย. พฤติกรรมการบริโภคอาหารและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อภาวะน้ำหนักตัวเกินในนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ [อินเตอร์เน็ต]. [สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2564]. แหล่งข้อมูล: http://203.157.108.3/ptepho/Fileupload/research/20200325583290203-รายงานวิจัยเล่มสมบูรณ์16.3.63จัดหน้า.pdf
7. จุฑารัตน์ ตั้งธรรมากร. พฤติกรรมการซื้อ และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของประชาชนอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต). คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์; 2557.
8. Philip Kotler. The Role Played by the Broadening of Marketing Movement in the History of Marketing Thought. Journal of Public Policy & Marketing 2005; 24(1): 114–6.
9. อนพัทย์ หนองคู. พฤติกรรมและปัจจัยด้านสื่อดิจิทัลทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่สวนดุสิต. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา 2563; 12(2): 1-15.
10. อภิญญา จงรวมกลาง. กระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มโคคา-โคล่า (โค้ก) ของประชานในกรุงเทพมหานคร.สาขาการตลาด [อินเตอร์เน็ต]. [สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2564]. แหล่งข้อมูล: https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/mlw11/sec1/6014963022.pdf
11. ศุภรัตน์ กุลเสน, สุทิน ชนะบุญ, ลำพึง วอนอก. พฤติกรรมและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการดื่มน้ำอัดลมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนมัธยมแห่งหนึ่งในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. วารสารวิทยาศาสตร์สุขภาพและการสาธารณสุข ชุมชน 2562; 2(2): 75-86.
12. สุรพี หมื่นประเสริฐดี. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าตามกระแสนิยมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). บัณฑิตวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ; 2556.
13. สุชา ชุลสำลี และนนทยา ทางเรือ. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคกับระดับน้ำตาลในเลือด ระดับไขมันในเลือดและค่าดัชนีมวลกายของพระภิกษุสงฆ์ในจังหวัดสมุทรปราการ. วารสาร มฉก.วิชาการ 2561; 21(42): 107-21.