

นิพนธ์ต้นฉบับ

พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มรสหวานของบุคลากรมหาวิทยาลัยนครพนม
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนมกীরติกา บุขมมงคล⁽¹⁾, พรพิมล ชูพานิช^{(2)*}

วันที่ได้รับต้นฉบับ: 3 พฤศจิกายน 2566

วันที่ตอบรับการตีพิมพ์: 7 มิถุนายน 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนาแบบภาคตัดขวาง มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน รวมถึงหาความสัมพันธ์ของเครื่องดื่มรสหวานยอดนิยม 5 อันดับแรก กลุ่มตัวอย่างคือ บุคลากรมหาวิทยาลัยนครพนม เขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม จำนวน 257 คน การวิจัยในครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ระยะ ระยะที่ 1) สำรวจพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน โดยให้อาสาสมัครตอบแบบสอบถามออนไลน์ ระยะที่ 2) นำข้อมูลที่เก็บได้ในระยะที่ 1 มาจัดลำดับเครื่องดื่มรสหวานยอดนิยมออกเป็น 5 อันดับสำหรับหาค่าความสัมพันธ์ของเครื่องดื่ม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา นำเสนอด้วยจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน ≥ 3 วันต่อสัปดาห์ ร้อยละ 84.0 และบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน 1 แก้วต่อวัน ร้อยละ 94.6 โดยเครื่องดื่มรสหวานที่นิยมบริโภค 5 อันดับแรก ได้แก่ ชาเขียวเย็น ชาเขียวปั่น แบล็คคอฟฟี่น้ำผึ้ง ชาไทยเย็น และมะทชะฮันนี ตามลำดับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มรสหวานในกลุ่มตัวอย่างตอบเห็นด้วยมากถึงมากที่สุด คือ ราคาเครื่องดื่มรสหวานมีอิทธิพลต่อการบริโภคหรือตัดสินใจซื้อ ร้อยละ 72.3 รองลงมาคือ รสชาติความอร่อยของเครื่องดื่มรสหวานทำให้ต้องบริโภคหรือหาซื้อเครื่องดื่มรสหวานมาบริโภคเป็นประจำ ร้อยละ 64.5 กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติว่าการซื้อเครื่องดื่มรสหวานมาบริโภคเป็นเรื่องง่ายและสะดวก ร้อยละ 59.4 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มรสหวานในระดับไม่ดี ร้อยละ 70.4 ปริมาณน้ำตาลของเครื่องดื่มรสหวานที่นิยมบริโภค 5 อันดับแรกเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 24.0-57.5 กรัม หรือประมาณ 6-14.4 ช้อนชา ดังนั้น ควรจัดหาแนวทางหรือมาตรการในการส่งเสริมให้มีการจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีปริมาณน้ำตาลน้อยที่จำหน่ายภายในและรอบบริเวณมหาวิทยาลัย รวมถึงควรมีการส่งเสริมให้ความรู้และปรับเปลี่ยนทัศนคติที่ถูกต้องในการเลือกบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน

คำสำคัญ: พฤติกรรมบริโภค, เครื่องดื่มรสหวาน, บุคลากรมหาวิทยาลัย

* ผู้รับผิดชอบบทความ

- (1) นักศึกษาลัทธิสุทธสาธาณสุขศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชาโภชนศาสตร์เพื่อสุขภาพ
คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- (2) สาขาวิชาการบริหารสาธารณสุข การส่งเสริม
สุขภาพ โภชนาการ คณะสาธารณสุขศาสตร์
มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Original Article

Sweetened Beverages Consumption Behaviour among Nakhon Phanom University Staffs in Muang District, Nakhon Phanom Province

Geeratiga Bussamongkol⁽¹⁾, Pornpimon Chupanit^{(2)*}

Received Date: November 3, 2023

Accepted Date: June 7, 2024

Abstract

This research is a descriptive study. The purpose of this study was to survey the sweetened beverages consumption behaviour and to find the sweetness value of the top 5 popular sweetened beverages among 257 Nakhon Phanom University staff members in Nakhon Phanom Province, Muang District. This research is divided into 2 phases. Phase 1) To survey the consumption behavior of sweetened beverages by using online questionnaires. Phase 2) Based on data collection in phase 1, we ranked sweetened beverages into the top five and found the sweetness value. Data were analyzed using descriptive statistics and presented with numbers, percentages, means and standard deviations.

The results found that 53.6% of participants consumed sweet beverages ≥ 3 days per week and 94.6% of participants consumed 1 glass of sweetened beverage per day. The top 5 of sweetened beverages were iced green tea, blended green tea, and honey black coffee, Iced Thai tea, and honey matcha, respectively. The factor affecting sweetened beverage consumption behaviors that the participants agreed with the most were 72.4% of the price of sweet beverages influences consumption or purchasing decisions, followed by 64.6% of the delicious taste of sweetened beverages causing them regularly consumed. The participants had the attitude that buying sweetened beverages for consumption was easy and convenient with 59.6%. The majority of the participants had poor knowledge about the consumption of sweetened beverages with 70.4%. The sugar content of the top five sweetened beverages ranged from 24.0-57.5 grams or approximately 6-14.4 teaspoons. Therefore, guidelines or measures should be provided to promote the sale of low sugar in sweetened beverages which sold within and around the university area as well as to promote knowledge and the correct attitude for choosing to sweetened beverage consumption.

Keywords: Consumption Behaviour, Sweetened Beverages, University Staffs

* Corresponding author

(1) Master of Public Health Student in

Nutrition for Health Program,

Faculty of Public Health

Khon Kaen University

(2) Department of Public Health

Administration, Health Promotion, and

Nutrition, Faculty of Public Health,

Khon Kaen University

บทนำ

เครื่องดื่มรสหวานที่จำหน่ายในร้านกาแฟหรือร้านคาเฟ่ เช่น กาแฟสดชนิดต่างๆ ชาเย็น โกโก้ ชาเขียว เป็นต้น เป็นที่นิยมบริโภคอย่างแพร่หลาย ซึ่งเครื่องดื่มเหล่านี้จะมีน้ำตาลทรายเป็นส่วนผสมหลัก หากบริโภคหรือได้รับมากเกินไปจะส่งผลเสียต่อสุขภาพ เพิ่มโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง เช่น โรคอ้วน โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง โรคหัวใจและหลอดเลือด รวมถึงทำให้เกิดฟันผุ (World Health Organization [WHO], 2015; พิมพันธ์ทิพย์ ศรีดอนไผ่ และคณะ, 2562) ปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงทำให้ร้านขายเครื่องดื่มรสหวานแบบชงประเภทกาแฟหรือร้านกาแฟสดมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง พบได้ทั่วไปในชุมชนรวมถึงในเขตสถานศึกษาทั้งภายในและภายนอกกรอบๆ สถานศึกษา (พิมพันธ์ทิพย์ ศรีดอนไผ่ และคณะ, 2562) จากการสำรวจพฤติกรรมการบริโภคอาหารของประชากรไทย ในปีพ.ศ. 2556 และ 2560 พบว่าสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มรสหวานกลุ่มอายุ 6-14 ปี และ 15-24 ปี ทั้ง 2 กลุ่ม มีการบริโภคเครื่องดื่มที่มีรสหวานเพิ่มมากขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2556 กลุ่มอายุ 6-14 ปี มีการบริโภคร้อยละ 41.4 และกลุ่มอายุ 15-24 ปี มีการบริโภคร้อยละ 61.3 และในปี พ.ศ. 2560 กลุ่มอายุ 6-14 ปี มีการบริโภคเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 71.3 และกลุ่มอายุ 15-24 ปี มีการบริโภคเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 83.7 (National Statistical Office, 2013, 2017) และจากการสำรวจพฤติกรรมสุขภาพของประชากรไทย พ.ศ. 2564 พบว่า ผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มชงที่มีรสหวาน เช่น กาแฟ ชาเย็น โกโก้ เป็นต้น มีสัดส่วนการบริโภคทุกวันสูงสุด ร้อยละ 22.4 รองลงมาคือ ดื่ม 1-2 วันต่อสัปดาห์ ร้อยละ 15.5 และดื่ม 3-4 วันต่อสัปดาห์ ร้อยละ 11.7 โดยกลุ่มคนที่มีรายได้สูงจะมีการดื่มเครื่องดื่มชงที่มีรสหวานถึงร้อยละ 31.4 เมื่อพิจารณาตามความถี่ของผู้ที่ดื่มทุกวัน พบว่า กลุ่มอายุ 45-59 ปี มีสัดส่วนในการบริโภคสูงที่สุด ร้อยละ 30.9

(สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564) แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีรสหวานมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มวัยทำงาน

จากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า มีหลายปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน ได้แก่ รสชาติ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด การบริการของร้าน การตกแต่งหรือบรรยากาศของร้าน เจตคติหรือทัศนคติที่มีต่อการบริโภค และการรับรู้ตนเองในการควบคุมพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน เป็นต้น (ไบเฟิร์น แก้วจำปาสี, 2563) จากการศึกษากาการบริโภคเครื่องดื่มรสหวานในผู้ใหญ่จำนวน 1,118 คน ที่อาศัยอยู่ที่รัฐโอคลาโฮมา ประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคเครื่องดื่มรสหวานเท่ากับหรือมากกว่า 1 ครั้งต่อวัน ได้แก่ ระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า (AOR=4.06, 95% CI=2.34-7.04) การรับรู้ว่าอาหารที่รับประทานดีหรือไม่ดีต่อสุขภาพ (AOR=2.72, 95% CI=1.27-5.82) กลุ่มอายุ 18-34 ปี (AOR=2.41, 95% CI=1.08-5.40) และผู้ที่บริโภคน้ำน้อยกว่า 8 แก้วต่อวัน (AOR=1.78, 95% CI=1.06-2.99) (White et al., 2018)

มหาวิทยาลัยนครพนมเป็นสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดนครพนม ซึ่งเกิดจากการหลอมรวมหลายสถาบันการศึกษาในจังหวัดนครพนมเข้าด้วยกัน โดยมหาวิทยาลัยนครพนมที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง ถือว่าอยู่ในเขตที่มีความเจริญและใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดนครพนมทำให้มีร้านขายเครื่องดื่มรสหวานหรือคาเฟ่จำนวนมากทั้งภายในและรอบๆ สถานศึกษา ซึ่งทำให้มีการเข้าถึงเครื่องดื่มรสหวานได้ง่ายและสะดวก การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน และหาความสัมพันธ์หรือปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่มรสหวานที่นิยมบริโภค 5 อันดับแรกของบุคคลากรในมหาวิทยาลัยนครพนมเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ซึ่งข้อมูล

ที่ได้จะนำไปสู่การหาแนวทางหรือมาตรการในการป้องกันความเสี่ยงต่อสุขภาพจากการบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน รวมถึงการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มรสหวานให้เหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสำรวจพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มรสหวานของบุคลากรมหาวิทยาลัยนครพนม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม
2. เพื่อสำรวจหาค่าความหวานของเครื่องดื่มรสหวานที่นิยมบริโภค 5 อันดับแรกของบุคลากรมหาวิทยาลัยนครพนม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม

วิธีดำเนินการวิจัย

● รูปแบบการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนาแบบตัดขวาง (Cross-sectional descriptive study) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยให้อาสาสมัครตอบแบบสอบถามออนไลน์ด้วยตนเอง

● ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ บุคลากรสายสนับสนุนและสายวิชาการของมหาวิทยาลัยนครพนมในพื้นที่เขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม จำนวนทั้งสิ้น 805 คน คำนวณขนาดตัวอย่างจากสูตรการประมาณค่าสัดส่วนประชากร กรณีทราบจำนวนประชากร (N) และกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% (อรุณ จิรวัฒน์กุล, 2557)

$$n = \frac{NZ_{\alpha/2}^2 p (1 - p)}{e^2(N - 1) + Z_{\alpha/2}^2 p (1 - p)}$$

โดย N คือ จำนวนประชากรทั้งหมด 805 คน $Z_{\alpha/2}^2$ มีค่าเท่ากับ 1.96 p คือ ค่าสัดส่วนของผู้ที่มีพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มรสหวานจากร้านขายกาแฟ ร้านขายเครื่องดื่ม ร้อยละ 63.1 (พิมพ์นภาณัท

ศรีดอนไผ่ และคณะ, 2560) และ e คือ ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า มีค่าเท่ากับ 0.05 เมื่อแทนค่าในสูตรแล้ว ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 248 คน อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการตอบแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ซึ่งไม่มีความเสี่ยงหรือผลกระทบใดๆ ต่ออาสาสมัคร ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอใช้ข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการตอบกลับมายังวิเคราะห์และนำเสนอ โดยในการวิจัยครั้งนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามกลับมาทั้งหมด 257 คน มีเกณฑ์การคัดเข้ากลุ่มตัวอย่าง คือ เป็นบุคลากรที่ทำงานในมหาวิทยาลัยนครพนม เฉพาะเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ทั้งฝ่ายวิชาการและฝ่ายสนับสนุนในปัจจุบัน (ปี พ.ศ. 2566) มีอายุระหว่าง 20-59 ปี สามารถอ่านและเขียนภาษาไทยได้ มีเกณฑ์คัดออก คือ เป็นชาวต่างชาติและผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วน

● เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้คือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นใหม่ ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ดัชนีมวลกาย สังกัดคณะ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา ความเพียงพอในการนอนหลับ โรคประจำตัว

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน ได้แก่ ความถี่ในการบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน ในช่วง 1 สัปดาห์ที่ผ่านมา ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน (แก้วต่อวัน) ชนิดหรือเมนูเครื่องดื่มที่นิยมบริโภค 5 ลำดับ และแบ่งกลุ่มพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มรสหวานออกเป็น ไม่บ่อย (< 3 ครั้งต่อสัปดาห์) และบ่อย (≥ 3 ครั้งต่อสัปดาห์)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย และทัศนคติต่อการบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน โดยคำตอบให้เลือกตอบเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วย

มาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน คำตอบเป็นแบบตัวเลือกให้ตอบ ได้แก่ ตอบถูก ตอบผิด และไม่แน่ใจ มีเกณฑ์ในการให้คะแนน คือ ตอบถูก ได้ 1 คะแนน ตอบผิดหรือไม่แน่ใจ ได้ 0 คะแนน หลังจากนั้นนำคะแนนที่ได้ทั้งหมดมาจัดกลุ่มตามเกณฑ์ของ Bloom (1971) คือ ความรู้อยู่ในระดับดี (คะแนนเท่ากับหรือมากกว่าร้อยละ 70) และความรู้อยู่ในระดับไม่ดี (คะแนนน้อยกว่า ร้อยละ 70)

● การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้น ไปตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านตรวจสอบ หลังจากนั้นนำมาหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of item objective congruence; IOC) ได้ค่า IOC 0.9 ซึ่งถือว่ายอมรับได้ (ธีระ กุลสวัสดิ์, 2558) จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มประชากรที่มีความใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.74 (Bowling & Browne, 1991)

● การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้หลังจากผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์มหาวิทยาลัยขอนแก่น เลขที่โครงการ HE662090 เมื่อวันที่ 19 เมษายน พ.ศ. 2566 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมีนาคม ถึง เมษายน พ.ศ. 2566

การวิจัยในครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ทำการสำรวจพฤติกรรมบริโภคเครื่องดื่มรสหวานและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน โดยได้ติดต่อขอความร่วมมือ

กับฝ่ายบุคคลของแต่ละคณะ ในการช่วยส่งลิงค์ตอบแบบสอบถามผ่านทาง Google form ไปยังบุคลากรทั้งสายวิชาการและสายสนับสนุนของแต่ละคณะ

ระยะที่ 2 จากข้อมูลการสำรวจในระยะที่ 1 ผู้วิจัยจะทำการจัดลำดับเมนูเครื่องดื่มรสหวานที่นิยมบริโภคมากที่สุดออกเป็น 5 ลำดับจากร้านที่นิยมบริโภคมากที่สุดจำนวน 3 ร้าน เพื่อทำการสำรวจและตรวจสอบวัดค่าความหวานของตัวอย่างเครื่องดื่ม ซึ่งตัวอย่างเครื่องดื่มรสหวานที่เก็บนั้น ผู้วิจัยบอกให้ผู้ประกอบการทำเครื่องดื่มในปริมาณที่จำหน่ายตามสูตรปกติ โดยให้แยกหรือไม่ใส่น้ำแข็งลงในเครื่องดื่มที่ขง จากนั้นนำตัวอย่างเครื่องดื่มรสหวานที่เก็บมาวัดค่าความหวานด้วยเครื่อง Brix Refractometer หน่วยที่ได้จากการวัด คือ องศาบริกซ์ (Brix°) โดย 1 องศาบริกซ์ หมายถึง มีซูโครสหรือน้ำตาลทราย 1 กรัมต่อสารละลาย 100 กรัม ในการวัดค่าความหวานของแต่ละตัวอย่างจะทำการวัดซ้ำจำนวน 3 ครั้ง หลังจากนั้นนำหาค่าเฉลี่ย

● การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ข้อมูลแบบจัดกลุ่ม นำเสนอด้วยจำนวนและร้อยละ ข้อมูลแบบต่อเนื่องนำเสนอด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัย ความรู้ และทัศนคติต่อพฤติกรรมบริโภคเครื่องดื่มรสหวานบ่อยหรือไม่บ่อย โดยใช้สถิติการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square test)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง ร้อยละ 63.4 มีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 41.1 ± 7.1 ปี มีค่าดัชนีมวลกายอยู่ในเกณฑ์ปกติ ร้อยละ 47.0 กลุ่มตัวอย่างทำงานสังกัดวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครพนม ร้อยละ 17.5 รองลงมา ได้แก่ คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ร้อยละ 12.4 คณะครุศาสตร์ ร้อยละ 12.0 และสำนัก

อธิการบดี ร้อยละ 12.0 กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน ร้อยละ 41.2 จบระดับการศึกษาปริญญาโท ร้อยละ 36.1 ไม่มีโรคประจำตัว ร้อยละ 87.1 ใน 1 สัปดาห์ที่ผ่านมา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรม การบริโภคเครื่องดื่มรสหวานบ่อย (≥ 3 วันต่อสัปดาห์) ร้อยละ 84.0 โดยมีการบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน 1 แก้ว ต่อวันมากที่สุด ร้อยละ 94.6 ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มรสหวานในระดับไม่ดี ร้อยละ 70.43 (แสดงในตารางที่ 1)

2. ความรู้รายข้อเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบผิดหรือไม่แน่ใจว่า เครื่องดื่มรสหวานที่ใช้น้ำผึ้งหรือน้ำตาลจากธรรมชาติ เช่น น้ำตาลมะพร้าวเป็นส่วนประกอบแทนไม่มีผลเสียต่อสุขภาพ สามารถบริโภคได้ไม่จำกัด ร้อยละ 87.5 รองลงมาคือ เครื่องดื่ม รสหวานเป็นแหล่งของน้ำตาลที่สำคัญให้พลังงานและทำให้อ้วนขึ้น จึงไม่ทำให้อ้วน ร้อยละ 82.8 และการดื่มเครื่องดื่มรสหวาน อาจทำให้ฟันผุได้ ร้อยละ 75.4 (แสดงในตารางที่ 2)

3. ทักษะที่ไม่ถูกต้องและความคิดเห็นในปัจจุบันด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการขายต่อการบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน

กลุ่มตัวอย่างมีทักษะที่ไม่ถูกต้อง คือ เห็นด้วยมากที่สุดว่าการซื้อเครื่องดื่มรสหวานมาบริโภค เป็นเรื่องง่ายและสะดวก ร้อยละ 59.4 และการดื่มเครื่องดื่มรสหวาน เพราะรู้สึกอยากแม้ว่าจะรับประทานอาหารอิ่มแล้ว ร้อยละ 45.4 ความคิดเห็นต่อการบริโภคเครื่องดื่มรสหวานในด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุดว่า รสชาติความอร่อยของเครื่องดื่มรสหวานทำให้ต้องบริโภคหรือหาซื้อเครื่องดื่มรสหวานมาบริโภคเป็นประจำ ร้อยละ 64.5 ในด้านราคาผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยมากที่สุดว่า ราคาเครื่องดื่มรสหวานมีอิทธิพลต่อการบริโภคหรือตัดสินใจซื้อ ร้อยละ

72.3 ในด้านสถานที่จัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุดว่า ร้านมีการตกแต่ง และมีบรรยากาศที่ดีทั้งภายในร้านและภายนอกร้าน ทำให้อยากไปซื้อหรือนั่งบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน ร้อยละ 50.9 ในด้านการส่งเสริมการขาย กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยมากที่สุดว่า บริโภคเครื่องดื่มรสหวานตามสื่อโซเชียลในอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 43.1 (แสดงในตาราง ที่ 3)

4. ปัจจัยต่างๆ ความรู้ และทัศนคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน

ผลการศึกษา พบว่า ดัชนีมวลกาย การมีหรือไม่ มีโรคประจำตัว การนอนหลับที่เพียงพอหรือไม่เพียงพอ ระดับความรู้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภค เครื่องดื่มรสหวานบ่อยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value}<0.05$) (แสดงในตารางที่ 4)

5. เครื่องดื่มรสหวานที่นิยมบริโภคและปริมาณค่าความหวานของเครื่องดื่มรสหวานที่นิยมบริโภค

จากการสำรวจ พบว่า เครื่องดื่มที่กลุ่มตัวอย่างนิยมบริโภค 5 อันดับแรก ได้แก่ ชาเขียว ร้อยละ 20.6 รองลงมา คือ ชาเขียวปั่น ร้อยละ 18.2 แบล็คคอฟฟี่ น้ำผึ้งร้อยละ 10.1 ชาไทยเย็น ร้อยละ 9.7 และมัจฉะชานี้ ร้อยละ 8.9 ตามลำดับ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 1 เมื่อนำเครื่องดื่มรสหวานที่นิยมบริโภคมาหาปริมาณค่าความหวาน พบว่า เมนูชาเขียวเย็นมีค่าความหวานมากที่สุด จากร้านที่นิยมบริโภค 3 ร้าน โดยค่าความหวานอยู่ที่ $19\text{--}23^\circ\text{Bx}$ คิดเป็นปริมาณน้ำตาลเฉลี่ยต่อแก้วอยู่ที่ $38\text{--}57.5$ กรัมหรือคิดเป็นน้ำตาลประมาณ $11\text{--}14.4$ ช้อนชา ดังแสดงในตารางที่ 5

บทสรุปและอภิปรายผล

กลุ่มตัวอย่างบุคลากรมหาวิทยาลัยนครพนม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มรสหวานบ่อย (≥ 3 ครั้งต่อสัปดาห์) ร้อยละ 84.0 โดยบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน 1 แก้วต่อวัน ร้อยละ 94.6 เครื่องดื่มที่นิยมบริโภค 5 อันดับแรก ได้แก่

ชาเขียวเย็น ชาเขียวปั่น แบล็คคอฟฟี่น้ำผึ้ง ชาไทยเย็น และมัจฉะฮันนี ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ไม่ดีเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน ร้อยละ 70.4 เครื่องดื่มที่กลุ่มตัวอย่างนิยมบริโภค 5 อันดับแรก ได้แก่ ชาเขียว ชาเขียวปั่น แบล็คคอฟฟี่น้ำผึ้ง ชาไทยเย็น และมัจฉะฮันนี ตามลำดับ ปริมาณน้ำตาลของเครื่องดื่มรสหวานที่นิยมบริโภค 5 อันดับแรกเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 11.0-57.5 กรัม หรือประมาณ 6.9-14.4 ช้อนชา

การวิจัยในครั้งนี้พบสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มรสหวานบ่อย (≥ 3 ครั้งต่อสัปดาห์) ค่อนข้างสูง (ร้อยละ 84.0) เมื่อเปรียบเทียบกับการศึกษาก่อนหน้านี้ ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างคนวัยทำงาน (อายุระหว่าง 20-59 ปี) ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 คน มีการบริโภคเครื่องดื่มทั่วไป เช่น ชา กาแฟ โอเลี้ยงบ่อย 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์จนถึงทุกวัน ร้อยละ 75.9 (พิชศาล พันธุ์วัฒนา, 2562) และแตกต่างจากการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชาและกาแฟของผู้บริโภคในเขตตำบลสะบารัง อำเภอมืองจังหวัดปัตตานี จำนวน 402 คน ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งหนึ่งมีการดื่มชาและกาแฟน้อยกว่า 2 ครั้งต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 55.2) (ศุภณัฐ ลิฟหาวงศ์, 2557) และต่างจากการสำรวจพฤติกรรมด้านสุขภาพของประชากรไทยทั่วประเทศ ในปีพ.ศ. 2564 ที่พบว่า มีความชุกการบริโภคเครื่องดื่มรสหวานแบบชง เช่น ชา กาแฟ น้ำหวาน ชานม เป็นต้น ทุกวัน ร้อยละ 22.4 และ 3-4 วันต่อสัปดาห์ ร้อยละ 11.7 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564) สัดส่วนหรือความชุกพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มรสหวานที่แตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากบริบทพื้นที่และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม จากการเปลี่ยนแปลงของสถานะเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันทำให้การดำเนินชีวิตของคน โดยเฉพาะในเขตเมืองมีการเข้าถึงและสามารถหาซื้อเครื่องดื่มรสหวานได้ง่ายและสะดวกขึ้น ดังนั้น สัดส่วนพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน

บ่อย (≥ 3 ครั้งต่อสัปดาห์) ของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จึงค่อนข้างสูง เมื่อเปรียบเทียบกับการศึกษาอื่นๆ และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้เป็นบุคลากรในมหาวิทยาลัย ซึ่งอาจมีเศรษฐฐานะหรือรายได้ในการซื้อเครื่องดื่มรสหวานมาบริโภคได้มากกว่ากลุ่มอื่นๆ รวมถึงภายในและรอบๆ สถานศึกษา มีร้านค้าหรือคาเฟ่ที่จำหน่ายเครื่องดื่มรสหวานอยู่ทั่วไป ซึ่งทำให้เข้าถึงหรือหาซื้อเครื่องดื่มรสหวานมาบริโภคเป็นไปได้ง่ายและสะดวก ทำให้เพิ่มโอกาสการบริโภคเครื่องดื่มรสหวานได้บ่อยขึ้น

การวิจัยในครั้งนี้ พบว่า เครื่องดื่มรสหวานที่นิยมบริโภคมากที่สุด 5 อันดับ ได้แก่ ชาเขียวเย็น ชาเขียวปั่น แบล็คคอฟฟี่น้ำผึ้ง ชาไทยเย็น และมัจฉะฮันนี และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมบริโภคความหวานตามสูตรปกติของทางร้าน จากการศึกษาที่ผ่านมาในการสำรวจปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่มรสหวานที่จำหน่ายในและรอบมหาวิทยาลัย: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยมหิดลวิทยาเขตศาลายา พบว่า เครื่องดื่มที่มีความนิยมบริโภคสูง 5 อันดับแรก ได้แก่ ชาเย็น โกโก้ ชาเขียวนม กาแฟและน้ำเก๊กฮวย ตามลำดับ (พิมพ์นภาณัท ศรีดอนไผ่และคณะ, 2562) และจากการสำรวจทัศนคติ ความรู้และพฤติกรรมผู้บริโภคในการบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน และทัศนคติต่อนโยบายการลดปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่มของผู้ประกอบการภายในและบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัย ภาครัฐพบว่า เครื่องดื่มที่นิยมบริโภคอันดับที่ 1 ได้แก่ ชาเย็น ร้อยละ 24 รองลงมาคือเครื่องดื่มโกโก้ ร้อยละ 19 (อุรุวรรณ แยมบริสุทธิ์, ปิยณัฐ ศรีดอนไผ่, & พิมพ์นภาณัท ศรีดอนไผ่, 2560) จากผลการศึกษาในครั้งนี้และการศึกษาที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่าเมนูเครื่องดื่มรสหวานซึ่งเป็นที่นิยมในการบริโภคจะเป็นเมนูที่ใส่นมข้นหวานและน้ำตาลเป็นส่วนประกอบหลัก เช่น ชาเขียวเย็น ชาเย็น ซึ่งในนมข้นหวานจะมีส่วนประกอบหลัก คือ นมและมิน้ำตาลเป็นส่วนประกอบประมาณร้อยละ 45-60 ทำให้เพิ่มรสชาติหวานมัน ความกลมกล่อมและละมุน

ให้กับเครื่องต้มรสหวาน ขณะเดียวกันน้ำตาลทรายเป็นส่วนประกอบสำคัญในเครื่องต้มรสหวาน ช่วยให้ความหวานและช่วยเพิ่มความสดชื่นทำให้มีเรี่ยวแรง ดังนั้นการบริโภคเมนูเครื่องดื่มที่ใส่น้ำตาลและน้ำตาลน้อยๆ จะทำให้เพิ่มโอกาสในการได้รับปริมาณน้ำตาลและพลังงานมากเกินไป ซึ่งจะส่งผลเสียต่อสุขภาพในอนาคตได้ เมื่อนำเครื่องดื่มที่นิยมบริโภค 5 อันดับแรกจากร้านที่นิยมบริโภค 3 ร้านมาหาค่าความหวานและปริมาณน้ำตาล พบว่า เมนูประเภทชาใส่นม ได้แก่ ชาเขียวเย็นและชาไทยเย็น มีค่าความหวานและปริมาณน้ำตาลสูงที่สุด อยู่ที่ 19-23 ° Bx โดยคิดเป็นปริมาณน้ำตาลเฉลี่ยอยู่ที่ 38-57.5 กรัมต่อแก้วหรือน้ำตาลประมาณ 9.5-14.4 ช้อนชา ซึ่งปริมาณน้ำตาลดังกล่าวมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ที่องค์การอนามัยโลกได้แนะนำ คือบริโภคน้ำตาลไม่เกินวันละ 6 ช้อนชาหรือประมาณ 24 กรัมต่อวัน (WHO, 2015) สอดคล้องกับข้อมูลการสำรวจของสำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย พบว่าคนไทยบริโภคน้ำตาลมากถึง 25 ช้อนชา/วัน (สำนักบริหารอ้อยและน้ำตาลทราย, 2565) และสอดคล้องกับการสำรวจทัศนคติ ความรู้และพฤติกรรมผู้บริโภคในการบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน และทัศนคติต่อนโยบายการลดปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่มของผู้บริโภคที่เป็นนักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยรัฐ พบว่าค่าเฉลี่ยปริมาณน้ำตาลที่บริโภคจากเครื่องดื่มรสหวานอยู่ที่ 32.8 กรัมต่อวันหรือคิดเป็น 8.2 ช้อนชา (พิมพ์นภานัทศรีตอนไผ่ และคณะ, 2562) จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่าการบริโภคเครื่องดื่มรสหวานบางชนิดเพียง 1 แก้วก็ทำให้ได้รับปริมาณน้ำตาลเกินโดยที่ยังไม่นับรวมกับที่เติมลงไปในมื้ออาหาร ซึ่งน้ำตาลทรายหรือน้ำตาลซูโครสเป็นส่วนประกอบหลักในเครื่องดื่มรสหวาน เมื่อบริโภคเข้าสู่ร่างกายจะมีการดูดซึมเข้าสู่กระแสเลือดได้เร็วการบริโภคจากอาหาร โดยน้ำตาลซูโครสจะทำให้ระดับไขมันกลูโคส อินซูลินและกรดยูริกในเลือดสูงขึ้น ทำให้ตับอ่อนต้องทำงานหนักในการผลิตอินซูลินเพื่อมาจัดการปรับ

ระดับน้ำตาลในเลือดนำไปสู่ปัจจัยเสี่ยงสำคัญทำให้เกิดโรคหัวใจ ไขมันเลือดและโรคเบาหวาน นอกจากนี้ การรับประทานน้ำตาลเกินความต้องการ เมื่อใช้เป็นพลังงานไม่หมดจะเปลี่ยนรูปเป็นไขมันเก็บสะสมในร่างกายอันเป็นสาเหตุของโรคอ้วน ซึ่งเป็นตัวการทำให้เกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรังต่างๆ (พัชญา บุญชยาอนันต์, 2565)

ข้อเสนอแนะหรือการนำไปใช้ประโยชน์

1) ควรจัดทำนโยบายหรือมาตรการในการส่งเสริมให้มีการจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีปริมาณน้ำตาลน้อยในผู้ประกอบการหรือผู้ขายหรือร้านค้าที่จำหน่ายภายในและรอบบริเวณมหาวิทยาลัย ร่วมกับการศึกษาเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เพื่อนำไปสู่การพัฒนานโยบายและแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับพฤติกรรมบริโภคเครื่องดื่มรสหวานจากหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

2) หน่วยงานของมหาวิทยาลัยนครพนม และคณะต่างๆ ควรมีการจัดกิจกรรมอบรมให้ความรู้และปรับเปลี่ยนทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มรสหวานที่ถูกต้องเหมาะสมให้กับบุคลากร มีการรณรงค์หรือจัดโครงการเกี่ยวกับการเลือกซื้อเลือกบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน

3. ควรมีสำรวจและติดตามพฤติกรรมบริโภคเครื่องดื่มรสหวานและปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่มรสหวานให้พื้นที่ครอบคลุมมากขึ้น เช่น ระดับจังหวัดหรือระดับภาค หรือในระดับประเทศ เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย อาจารย์ในคณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ตลอดจนบุคลากรมหาวิทยาลัยนครพนมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ที่มีส่วนร่วมและสนับสนุนให้การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- ธีระ กุลสวัสดิ์. (2558). การหาคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย. ชลบุรี: คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ไบเพิร์น แก้วจำปาสี. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคกาแฟสด ในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- พัชญา บุญยยานันต์. (2565). Non-nutritive sweeteners: Should be used or not. ค้นเมื่อ 21 ธันวาคม 2566, จาก <https://cimjournal.com/confer-update/non-nutritive-sweeteners/>
- พิชศาล พันธุ์วัฒนา. (2562). พฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนเมืองวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร. วารสารสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 7 ขอนแก่น, 26(2), 93-96.
- พิมพ์พันธุ์ ศรีดอนไผ่, ปิยัญฐ์ ศรีดอนไผ่, ประภาศรี ภูวเสถียร, & ประไพศรี ศิริจักรวาล. (2562). ปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่มรสหวานที่จำหน่ายในและรอบมหาวิทยาลัย: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตศาลายา. วารสารสาธารณสุขศาสตร์, 62(1), 5-6.
- ศุภณัฐ ลิฬหาวงศ์. (2557). การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชาและกาแฟของผู้บริโภคในเขตตำบลสระบัว อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). การสำรวจพฤติกรรมด้านสุขภาพของประชากร พ.ศ. 2564. กรุงเทพฯ: กองสถิติพยากรณ์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สำนักบริหารอ้อยและน้ำตาล กระทรวงอุตสาหกรรม. (2565). ปริมาณการจำหน่ายน้ำตาลเพื่อการบริโภคภายในประเทศ ไตรมาสที่ 4 ปี 2565. ค้นเมื่อ 21 ธันวาคม 2566, จาก <http://www.sugarzone.in.th/sale/TIMAT465.pdf>
- อรุณ จิราวัฒน์กุล. (2557). สถิติในชั้นออกแบบงานวิจัยในหอสมุดส่วนกลางมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย สถิติงานวิจัยเลือกใช้อย่างไรให้เหมาะสม. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.
- อรรุวรรณ แยมบริสุทธิ์, ปิยัญฐ์ ศรีดอนไผ่, & พิมพ์พันธุ์ ศรีดอนไผ่. (2560). การสำรวจทัศนคติ ความรู้และพฤติกรรมผู้บริโภคในการบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน และทัศนคติต่อนโยบายการลดปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่ม. วารสารวิจัยนโยบายอาหารและโภชนาการ เพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ, 23(1), 1-123.
- Best (1977). *Research in Education*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Bloom, B. S., Hastings, J. T., & Madaus, G. F. (1971). *Handbook on formative and summative evaluation of student learning*. New York: McGraw-Hill Book.
- Bowling, A., & Browne, P. D. (1991). Social networks, health, and emotional well-being among the oldest old in London. *Journal of Gerontology*, 46(1), 20-32.
- National Statistical Office. (2013). *The survey of food consumption 2013*. Nonthaburi: National Statistical Office.
- National Statistical Office. (2017). *The survey of food consumption 2017*. Nonthaburi: National Statistical Office.
- White, A. H., James, S. A., Paulson, S. W., & Beebe, L. A. (2018). Sugar sweetened beverage consumption among adults with children in the home. *Frontiers in nutrition*, 5(34), 1-7.
- World Health Organization [WHO]. (2015). *Guideline Sugars intake for adults and children*. Geneva: World Health Organization.

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (n=257 คน)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	94	36.6
หญิง	163	63.4
อายุเฉลี่ย $\pm$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ปี)	41.4 $\pm$ 7.1	
ดัชนีมวลกาย		
ผอม (< 18.50 กิโลกรัม/ตารางเมตร)	17	6.6
ปกติ (18.50 – 22.9 กิโลกรัม/ตารางเมตร)	121	47.0
น้ำหนักเกิน (23.0 – 24.9 กิโลกรัม/ตารางเมตร)	53	20.6
อ้วน (> 25.00 กิโลกรัม/ตารางเมตร)	66	25.8
ดัชนีมวลกายเฉลี่ย $\pm$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (กิโลกรัม/ตารางเมตร)	28.0 $\pm$ 47.2	
สังกัดคณะ		
วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครพนม	45	17.5
คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ	32	12.4
คณะครุศาสตร์	31	12.0
สำนักอธิการบดี	31	12.0
คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์	27	10.5
คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม	25	9.7
วิทยาลัยท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ	21	8.1
คณะวิศวกรรมศาสตร์	20	7.7
คณะเกษตรและเทคโนโลยี	17	6.6
วิทยาลัยการปณิชานาชาติ	8	3.1
รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่า 10,000 บาท	12	4.6
10,000-20,000 บาท	84	32.6
20,001-30,000 บาท	55	21.4
30,001 บาทขึ้นไป	106	41.2
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	15	5.8
ปริญญาตรี	80	31.1
ปริญญาโท	93	36.1
ปริญญาเอก	69	26.8
โรคประจำตัว		
มี	33	12.8
ไม่มี	224	87.1
พฤติกรรมบริโภคเครื่องดื่มรสหวานใน 1 สัปดาห์ที่ผ่านมา		
< 3 วันต่อสัปดาห์	41	15.9
$\geq$ 3 วันต่อสัปดาห์	216	84.0
ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน		
1 แก้วต่อวัน	243	94.6
2 แก้วต่อวัน	14	5.5

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (n=257 คน) (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ระดับความรู้เกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน		
ไม่ดี	181	70.4
ดี	76	29.6

ตารางที่ 2 ความรู้ร่ายข้อเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน (n=257 คน)

คำถาม	ร้อยละ	
	ตอบถูก	ตอบผิด/ไม่แน่ใจ
1. เครื่องดื่มรสหวานแบบชง เช่น กาแฟเย็น ชาเย็น ชามะนาว เป็นต้น มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ หากดื่มในปริมาณมากหรือบ่อยครั้ง จะทำให้ได้รับพลังงานมากเกินไป	148 (57.6)	109 (42.4)
2. ใน 1 วัน ควรบริโภคน้ำตาลไม่เกิน 6 ช้อนชา หรือ 24 กรัม	146 (56.8)	111 (43.2)
3. การดื่มเครื่องดื่มรสหวานเป็นเวลานานติดต่อกันเป็นประจำ ทำให้ไขมันในเลือดสูง	112 (43.6)	145 (56.4)
4. การดื่มเครื่องดื่มรสหวานแบบชง ทำให้เกิดโรคอ้วนหรืออ้วนลงพุงได้	143 (55.6)	114 (44.4)
5. น้ำตาลที่ใช้ในเครื่องดื่มรสหวานแบบชงทั่วไป คือ น้ำตาลทราย ให้พลังงานและให้สารอาหารอื่นๆ ที่จำเป็นด้วย	67 (26.1)	190 (73.9)
6. นมข้นหวานที่ใส่ในเครื่องดื่มรสหวานบางประเภท เช่น กาแฟเย็น ชาเย็น เป็นต้น มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ	109 (42.4)	148 (57.6)
7. เครื่องดื่มรสหวานที่ใช้น้ำผึ้ง หรือน้ำตาลจากธรรมชาติ เช่น น้ำตาลมะพร้าวเป็นส่วนประกอบแทน ไม่มีผลเสียต่อสุขภาพ สามารถบริโภคได้ไม่จำกัด	32 (12.4)	225 (87.6)
8. เครื่องดื่มรสหวาน เป็นแหล่งของน้ำตาลที่สำคัญ ให้พลังงานและทำให้อิ่มไวขึ้น จึงไม่ทำให้อ้วน	44 (17.1)	213 (82.9)
9. การดื่มเครื่องดื่มรสหวาน อาจทำให้ฟันผุได้	63 (24.5)	194 (75.5)
10. การบริโภคเครื่องดื่มรสหวานบ่อยหรือมากเกินไปทำให้เสี่ยงเป็นโรคอ้วน	146 (56.8)	111 (43.2)

ตารางที่ 3 ทศนคติที่ไม่ถูกต้องและความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการขายต่อการบริโภคเครื่องดื่มรสหวานของกลุ่มตัวอย่าง (n=257 คน)

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	ร้อยละ				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
ทศนคติที่ไม่ถูกต้องต่อการบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน					
การซื้อเครื่องดื่มรสหวานมาบริโภคเป็นเรื่องง่ายและสะดวก	75 (29.1)	78 (30.3)	82 (31.9)	17 (6.6)	5 (1.95)
ดื่มเครื่องดื่มรสหวาน เพราะรู้สึกอยาก แม้ว่ารับประทานอาหารอิ่มแล้ว	32 (12.4)	85 (33.0)	102 (39.6)	33 (12.8)	5 (1.9)
การดื่มเครื่องดื่มรสหวาน เช่น กาแฟเย็น ชาเย็น โกโก้ ทำให้มีเวลาได้พูดคุยหรือเข้าสังคมกับเพื่อนๆ คนในครอบครัว	3 (1.1)	65 (25.2)	121 (47.0)	52 (20.2)	16 (6.2)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					
รสชาติความอร่อยของเครื่องดื่มรสหวาน ทำให้ต้องบริโภคหรือหาซื้อเครื่องดื่มรสหวานมาบริโภคเป็นประจำ	32 (12.4)	134 (52.1)	73 (28.4)	16 (6.2)	2 (0.7)

ตารางที่ 3 ทศนคติที่ไม่ถูกต้องและความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการขายต่อการบริโภคเครื่องดื่มรสหวานของกลุ่มตัวอย่าง (n=257 คน) (ต่อ)

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	ร้อยละ				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
ปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์					
ราคาเครื่องดื่มรสหวานมีอิทธิพลต่อการบริโภคหรือตัดสินใจซื้อ	83 (32.3)	103 (40.0)	58 (22.5)	11 (4.2)	2 (0.7)
ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย					
ร้านมีการตกแต่ง และมีบรรยากาศที่ดีทั้งภายในร้านและภายนอกร้าน ทำให้ อยากไปซื้อหรือนั่งบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน	59 (22.9)	72 (28.0)	72 (28.0)	46 (17.9)	8 (3.1)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย					
การบริโภคเครื่องดื่มรสหวานตามสื่อโซเชียลในอินเทอร์เน็ต	29 (11.2)	82 (31.9)	45 (17.5)	91 (35.8)	9 (3.5)

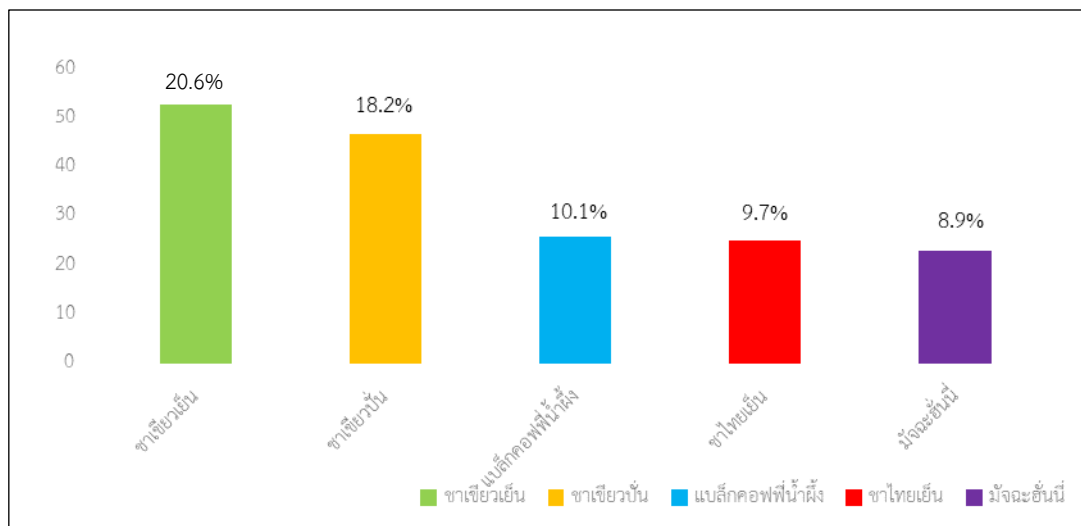
ตารางที่ 4 ปัจจัยต่างๆ ความรู้ และทัศนคติต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มรสหวานของกลุ่มตัวอย่าง (n=257 คน)

ปัจจัยต่างๆ ความรู้ และทัศนคติต่อพฤติกรรมการบริโภค เครื่องดื่มรสหวาน	พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มรสหวาน		P-value
	< 3 วันต่อสัปดาห์ (ไม่บ่อย)	≥ 3 วันต่อสัปดาห์ (บ่อย)	
เพศ			0.126
ชาย	16 (17.0)	78 (83.0)	
หญิง	25 (15.3)	138 (84.7)	
อายุ			0.111
อายุ 20-40 ปี	15 (15.0)	85 (85.0)	
อายุ 41-59 ปี	26 (16.6)	131 (83.4)	
ดัชนีมวลกาย			<0.001
ผอมถึงปกติ	22 (15.9)	116 (84.1)	
น้ำหนักเกินถึงอ้วน	19 (16.0)	100 (84.0)	
รายได้ต่อเดือน			0.665
≤ 20,000	13 (13.5)	83 (86.5)	
> 20,000	28 (17.4)	133 (82.6)	
โรคประจำตัว			0.018
มี	5 (15.2)	28 (84.5)	
ไม่มี	36 (16.1)	188 (83.9)	
การนอน			0.037
เพียงพอ	8 (15.1)	45 (84.9)	
ไม่เพียงพอ	33 (16.2)	171 (83.8)	
ระดับความรู้			0.002
ไม่ดี	29 (16.0)	152 (84.0)	
ดี	12 (15.8)	64 (85.2)	

ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ p-value<0.05 โดยใช้สถิติ chi-square test

ตารางที่ 5 ค่าความหวานของเครื่องดื่มรสหวานยอดนิยม 5 อันดับแรกของร้านที่นิยมมากที่สุด 3 ร้านของกลุ่มตัวอย่าง (n=257 คน)

เมนู	ปริมาณ สารละลาย (ml)	ค่าความหวาน (°Bx)				ปริมาณน้ำตาล เฉลี่ย/แก้ว (g)	ปริมาณน้ำตาล (ช้อนชา)
		ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2	ครั้งที่ 3	ค่าเฉลี่ย		
ร้านที่ 1							
1. ชาเขียวเย็น	250	23	23	23	23	57.5	14.4
2. ชาเขียวปั่น	250	14	14	14	14	35	8.6
3. แบล็คคอฟฟี่น้ำผึ้ง	250	18	18	18	18	45	11.3
4. ชาไทยเย็น	250	23	23	23	23	57.5	14.4
5. มัจฉะฮันนี	250	11	11	11	11	27.5	6.9
ร้านที่ 2							
1. ชาเขียวเย็น	200	19	19	19	19	38	9.5
2. ชาเขียวปั่น	200	13	13	13	13	26	6.5
3. แบล็คคอฟฟี่น้ำผึ้ง	200	15	15	15	15	30	7.5
4. ชาไทยเย็น	200	19	19	19	19	38	9.5
5. มัจฉะฮันนี	200	12	12	12	12	24	6
ร้านที่ 3 ปริมาณ							
1. ชาเขียวเย็น	200	22	22	22	22	44	11
2. ชาเขียวปั่น	200	15	15	15	15	30	7.5
3. แบล็คคอฟฟี่น้ำผึ้ง	200	20	20	20	20	40	10
4. ชาไทยเย็น	200	22	22	22	22	44	11
5. มัจฉะฮันนี	200	19	19	19	19	38	9.5



ภาพที่ 1 แผนภูมิแสดงเครื่องดื่มรสหวานที่กลุ่มตัวอย่างนิยมบริโภค 5 อันดับแรก