

การรับรู้โภชนาการขนมที่มีต่อเด็กปฐมวัยของผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร

ปริญญาณิพนธ์

ของ

ณัฐณี แจ่มขำ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาปฐมวัย

กันยายน 2549

การรับรู้โภชนาการขนมที่มีต่อเด็กปฐมวัยของผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ
ของ
ฉันทน์ แจ่มขำ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาปฐมวัย
กันยายน 2549

ณัฐณี แจ้งข้า. (2549). การรับรู้โภชนาการของนมที่มีต่อเด็กปฐมวัยของผู้ค้าปลีกใน กรุงเทพมหานคร. ปรินญาณิพนธ์ กศ.ม. (การศึกษาปฐมวัย). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม: รองศาสตราจารย์ ดร.กุลยา ตันติผลาชีวะ, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เรือโท ดร.ไพบูลย์ อ่อนมั่ง.

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาประเภทของนมและหลักเกณฑ์ในการเลือกนมมาจำหน่ายของผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานครและเปรียบเทียบการรับรู้ โภชนาการของนมที่มีต่อเด็กปฐมวัยของผู้ค้าปลีก จำแนกตามเพศ อายุ และระดับการศึกษา โดยการสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้ค้าปลีก ที่มีร้านค้าขายของเบ็ดเตล็ดอยู่ใกล้โรงเรียน ที่มีการสอนระดับอนุบาลศึกษาในกรุงเทพมหานคร ทั้ง 50 เขต เขตละ 2 โรงเรียน ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีค่าความเชื่อมั่น 0.87 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัยพบว่า

ประเภทของนมที่ผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานครนำมาจำหน่ายมากที่สุดคือนมแบ่งกรอบ ร้อยละ 57.85 หลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อมาจำหน่ายสูงสุดคือความชอบของเด็กและโฆษณาร้อยละ 68 และ 62 ตามลำดับ ส่วนการรับรู้โภชนาการของนมของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับดี เมื่อเปรียบเทียบ ตามเพศและระดับการศึกษาแล้วไม่แตกต่างกัน ยกเว้นอายุต่างกันมีการรับรู้ โดยเฉพาะโทษแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

THE PERCEPTION OF RETAIL SELLERS IN BANGKOK CONCERNING
NUTRITIONAL EFFECT OF CONFECTION ON YOUNG CHILDREN

AN ABSTRACT
BY
NATTANEE JANGKAM

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Education degree in Early Childhood Education
at Srinakharinwirot University
September 2006

Nattanee Jangkam. (2006). *The perception of retail sellers in Bangkok concerning nutritional effect of confection on young children*. Master thesis, M.Ed. (Early Childhood Education). Bangkok: Graduate school, Srinakharinwirot University. Advisors Committee: Assoc. Prof. Dr. Kulaya Tantiphlachiva Assist. Prof. Lt.JG.Dr. Paiboon Onmung.

The research aimed to investigate the perception of retail sellers in Bangkok concerning confection 1) categories 2) selection criterion for sale and 3) comparing retail sellers perceptions concerning nutritional effect of confections on young children among sex, age and education. The subjects were 100 retail sellers who ran convenience store near early childhood school from 50 districts in Bangkok, through specified and simple random sampling. The research instrument was questionnaire, with reliability of 0.87. The data was analyzed using SPSS software.

The study revealed that the confections which were sold at highest quantity were crispy snack (57.85%). The most criterion for snack selection were the children's preferences (68%) and the advertisement (62%) respectively. In term of the retailer's awareness of the effects of snack nutrition on young children, it was highly rated. When compared according to sex, age and education of the subjects was no significant differences in aspects of sex and education ; however, there was significant difference at .05 level in aspect of age.

การรับรู้โภชนาการชนมที่มีต่อเด็กปฐมวัยของผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร

ปริญญานิพนธ์

ของ

ณัฐณี แจ่มขำ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาปฐมวัย

กันยายน 2549

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปริญญานิพนธ์
เรื่อง

การรับรู้โภชนาการขนมที่มีต่อเด็กปฐมวัยของผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร

ของ
ณัฐนี แจ้งขำ

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาปฐมวัย
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญสิริ จีระเดชากุล)
วันที่ เดือน กันยายน พ.ศ. 2549

..... ประธานควบคุมปริญญานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร.กุลยา ตันติผลาชีวะ)

..... กรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เรือโท ดร.ไพบูรณ์ อ่อนมั่ง)

..... กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม
(อาจารย์ ดร.พัฒนา ชัชพงศ์)

..... กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม
(อาจารย์ ดร.สุจินดา ขจรรุ่งศิลป์)

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างสูงจากรองศาสตราจารย์ ดร.กฤษดา ตันติผลาชีวะ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เรือโท ดร.ไพบูลย์ อ่อนมั่ง ที่ให้คำปรึกษาแนะนำ ข้อคิดเห็น แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดีมาตลอด ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้และขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร.พัฒนา ชัชพงศ์และอาจารย์ ดร. สุกจินดา ขจรรุ่งศิลป์ ที่ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมทำให้ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ประไพศรี ศิริจักรวาล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บุญญาพร อุณากุล และนางสาวนันท์จิต บุญมงคล ที่กรุณาให้คำแนะนำและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในการสร้างเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ประจำสาขาการศึกษาปฐมวันทุกท่านที่ได้กรุณา ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ทักษะ และประสบการณ์แก่ผู้วิจัย จนทำให้ประสบผลสำเร็จในการศึกษา

ขอกราบขอบคุณอาจารย์อำไพ มีจันเพชร อาจารย์ธงชัย มีจันเพชร ท่านผู้อำนวยการโรงเรียนใจรักอนุบาล ที่ให้โอกาสทางการศึกษา ครอบครัวยุอาจารย์จิตเกษม ทองนาถ ที่เป็นทุกอย่างนับตั้งแต่ให้คำปรึกษา การจัดพิมพ์ และตรวจทานรูปเล่ม

ขอขอบคุณคุณศิริพร สุริวงษ์ ที่แนะนำการทำปริญญานิพนธ์ และขอบคุณพี่และน้อง นิสิตปริญญาโทสาขาการศึกษาปฐมวัย ภาคพิเศษรุ่น 6 ทุกท่านที่มีส่วนช่วยเหลือให้คำแนะนำ คำปรึกษาตลอดจนเป็นกำลังใจในการทำปริญญานิพนธ์ด้วยดีตลอดมา

คุณค่าและประโยชน์ของปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณของ บុพการี และคุณยายห่วง ฮวบเพียร ที่ได้อบรมเลี้ยงดูให้โอกาสทางการศึกษาแก่ผู้วิจัยและพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้แก่ผู้วิจัย ทำให้ผู้วิจัยได้รับประสบการณ์อันทรงคุณค่ายิ่ง

ณัฐณี แจ้งขำ

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
ตัวแปรที่ศึกษา.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	6
สมมติฐานในการวิจัย.....	7
 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
อาหารสำหรับเด็กปฐมวัย.....	8
ความหมายของอาหาร.....	8
หมู่อาหาร.....	9
ความต้องการอาหารของเด็กปฐมวัย.....	10
โภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัย.....	13
ความหมายของโภชนาการ.....	13
ความสำคัญของโภชนาการ.....	13
การส่งเสริมโภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัย.....	15
ปัญหาโภชนาการในประเทศไทย.....	16
ขนม.....	19
ความหมายของขนม.....	19
ชนิดของขนมที่เด็กบริโภค.....	19
ลักษณะของขนมไทย.....	21
การจำแนกขนมไทย.....	22
ประโยชน์ของอาหารในขนมไทย.....	23
ความหมายของขนมขบเคี้ยว.....	24
ลักษณะของขนมขบเคี้ยว.....	24
การโฆษณาขนมขบเคี้ยว.....	25

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2 (ต่อ) อิทธิพลการโฆษณา.....	26
อิทธิพลการโฆษณา.....	26
ปัญหาจากขนมขบเคี้ยวทางโภชนาการ.....	28
ปัจจัยส่งเสริมให้เด็กบริโภคขนมขบเคี้ยว.....	30
การค้าปลีก.....	30
ความหมายของการค้าปลีก.....	30
ความหมายของร้านค้าปลีก	31
ประวัติความเป็นมาการค้าปลีกในประเทศไทย.....	31
รูปแบบการค้าปลีก.....	32
การให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคของรัฐ.....	35
ฉลากโภชนาการและกลุ่มอาหารที่จะต้องกำหนดให้แสดงบนฉลากโภชนาการ..	42
ข้อมูลที่ต้องแสดงในกรอบข้อมูลโภชนาการบนฉลากอาหาร.....	43
การรับรู้.....	46
ความหมายของการรับรู้.....	46
ลักษณะการรับรู้.....	47
องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้.....	48
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	49
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	53
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	53
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	53
การสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพเครื่องมือ.....	55
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	56
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	59
สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	59
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	59
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	60

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุปอภิปราย และ ข้อเสนอแนะ.....	68
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	68
สมมติฐานในการวิจัย.....	68
ขอบเขตของการวิจัย.....	68
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	69
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	69
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	69
สรุปผลการวิจัย.....	69
อภิปรายผล.....	69
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	72
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	72
บรรณานุกรม.....	73
ภาคผนวก.....	81
ภาคผนวก ก.....	82
ภาคผนวก ข.....	84
ภาคผนวก ค.....	89
ภาคผนวก ง	96
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	98

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 มาตรฐานน้ำหนักและส่วนสูงของเด็ก.....	10
2 อาหารพื้นฐานสำหรับเด็กปฐมวัยต่อวัน.....	11
3 การจัดหมวดขนม.....	20
4 ขนมไทยประเภทต่างๆ.....	22
5 รายชื่อองค์กรเอกชนที่ทำหน้าที่ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค.....	37
6 ข้อคำถามที่สัมภาษณ์การรับรู้ จำแนกรายการที่เป็นทางบวก ทางลบ.....	54
7 จำนวนและร้อยละของปัจจัยพื้นฐานของผู้ค้าปลีกที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง.....	60
8 ความถี่และร้อยละของขนมแต่ละประเภทที่ผู้ค้าปลีกลำมาจำหน่าย.....	61
9 ความถี่และร้อยละที่แสดงหลักการเลือกขนมมาจำหน่ายของผู้ค้าปลีก.....	61
10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้โภชนาการขนมของผู้ค้าปลีก...	62
11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้โภชนาการขนมที่มีต่อเด็กปฐมวัย ของผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ จำแนกรายข้อ.....	62
12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้โภชนาการขนมที่มีต่อเด็กปฐมวัย ของผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร ด้านโทษ จำแนกรายข้อ.....	64
13 เปรียบเทียบการรับรู้โภชนาการขนมของผู้ค้าปลีก จำแนกตามเพศ.....	65
14 เปรียบเทียบการรับรู้โภชนาการขนมรายด้านของผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ.....	66
15 การทดสอบรายคู่ การรับรู้โภชนาการขนมของผู้ค้าปลีก จำแนกตามช่วงอายุ กับการรับรู้โภชนาการขนมของผู้ค้าปลีก ด้านโทษ.....	66
16 การรับรู้โภชนาการขนมรายด้านของผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ระดับการศึกษา.....	67

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
2 ข้อมูลโภชนาการบนฉลากแบบเต็มข้าวโพดกรอบตราคอนเน่.....	45
3 ข้อมูลโภชนาการบนฉลากแบบย่อของสไปรท์ไอรี.....	46

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การพัฒนามนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องเริ่มต้นตั้งแตอยู่ในครรภ์ โดยเฉพาะในช่วงปฐมวัย ซึ่งเป็นรากฐานของการพัฒนาทั้งปวง ปัจจัยแวดล้อมและการเลี้ยงดูที่เหมาะสมปรับเปลี่ยนลักษณะการพัฒนาและประสิทธิภาพการทำงานของสมองมนุษย์ เมื่อแรกเกิดสมองเด็กประกอบไปด้วยเซลล์ประสาทเป็นแสนล้านเซลล์ซึ่งจะพัฒนาขึ้นโดยลำดับ (กุลยา ตันติผลาชีวะ. 2547: 31) การพัฒนาเด็กไม่เพียงแต่การพัฒนาสมองเพียงอย่างเดียวแต่ยังรวมถึงการเจริญเติบโตร่วมด้วย การเจริญเติบโตของเด็กวัยอนุบาลหรือเด็กอายุ 3 - 5 ขวบ ซึ่งต้องควบคู่กันไปทั้งด้านร่างกายและสติปัญญา (พัชร สวนแก้ว. 2536 : 31)

การพัฒนาทางด้านร่างกาย เป็นส่วนสำคัญที่จะต้องได้รับการดูแลที่ถูกต้องโดยเฉพาะด้านโภชนาการจะเป็นส่วนสนับสนุนที่สำคัญยิ่ง การดูแลร่างกายสำคัญต่อเด็กปฐมวัยเพราะช่วงที่มีการเจริญเติบโตทั้งด้านน้ำหนักส่วนสูง แต่ก็มีเด็กไทยในวัยเรียนที่เป็นโรคขาดสารอาหารหลายล้านคน เนื่องจากกินอาหารไม่ถูกต้องได้รับสารอาหารไม่เพียงพอสาเหตุจากขาดความรู้ด้านโภชนาการ และขาดแคลนอาหารที่มีคุณภาพไม่คิดถึงคุณค่า ซึ่งอรวิทย์ ไทรกี (2537: 2) ได้ให้ความเห็นว่าปัจจัยบางอย่างสืบทอดมาจากพ่อแม่ ประกอบกับสถานะที่เร่ร่อนในสังคมปัจจุบัน การกินอาหารของเด็กเปลี่ยนไป อาหารที่เด็กกินเป็นอาหารที่ง่าย ๆ หรือบางครั้งก็เป็นอะไรก็ได้ที่สามารถกินและอิ่ม ทำให้อาหารที่ได้ไม่เพียงพอ โดยเฉพาะเด็กปฐมวัย ถ้าขาดการดูแลโภชนาการที่ดีพอแล้วเด็กจะขาดสารอาหารได้ เช่นเดียวกับเด็กที่กินขนมอย่างเดียวทำให้ขาดสารอาหารเช่นกัน

ขนมส่วนใหญ่จะมีแป้ง น้ำตาล ไขมัน ผงชูรส เกลือ โดยเฉพาะเกลือ กินเข้าไปรู้สึกกระหาย ทำให้กินไม่หยุด ซึ่งโดยทั่วไปปริมาณโซเดียมในร่างกายควรได้รับประมาณ 2,400 มิลลิกรัม แต่พบว่าในขนมขบเคี้ยวมีโซเดียมอยู่ระหว่าง 22.44 – 1,715 มิลลิกรัมต่อ 100 กรัม เมื่อถึงเวลาอาหารจะไม่รู้สึกหิว เบื่ออาหาร กินได้น้อย ส่งผลให้ร่างกายอ่อนแอ ผอม หรือ ไม่เจริญเติบโต ชูติมา ศิริกุลชยานนท์ (2548: ออนไลน์) นอกจากนี้ การกินขนมยังทำให้ฟันผุ โดยเฉพาะในช่วงอายุ 0 – 3 ปี เพราะการผลิตที่ผ่านกระบวนการย่อยสลายหลายขั้นตอนและมีสารเคมีสังเคราะห์หลายชนิดซึ่งย่อยสลายทันที่ได้ในปาก ทำให้เกิดกรด เกิดฟันผุได้ง่าย สติปัญญาลดลง เพราะการกินอาหารที่มีน้ำตาล เซลล์ของร่างกายจะขาดวิตามินที่ช่วยเผาผลาญน้ำตาลทำให้เกิดพลังงานพร้อมกับแย่งวิตามินจากระบบประสาทซึ่งส่งผลต่อการเรียนรู้ และการพัฒนาสติปัญญาของเด็ก (ปริญา กิจพูนลาภ. 2547: 103-106) ขนมกับเด็กเป็นของคู่กัน เด็กชอบรับประทานขนมเพราะร่างกายต้องการน้ำตาล เพื่อนำไปสร้างพลังงานให้กับร่างกาย รสหวานของขนมเป็นสิ่งจูงใจเด็กเมื่อรับประทานแล้วจะทำให้สดชื่น (กุลยา ตันติผลาชีวะ. 2541 : 39) จึงทำให้เด็กชอบกินขนมมากกว่าอาหารอย่างอื่น

จากงานวิจัยของคณะกรรมการอาหารและยา (2539) พบว่า กลุ่มตัวอย่างเด็กทั่วประเทศซื้อขนมมารับประทานร้อยละ 35.80 ส่วนเด็กกรุงเทพมหานครซื้อร้อยละ 35.10 จากการสำรวจของ ศิริรินทร์ ปุษยไพบุลย์ (2548 : ออนไลน์) เมื่อ พ.ศ.2536 สำรวจพบว่าเด็กชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 - 6 ร้อยละ 97.1 ซื้อขนมกินเอง ร้อยละ 2.9 ให้คนอื่นซื้อ ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่า ปัจจุบันเด็กกินขนมประจำ ประมาณร้อยละ 70 อายุที่เริ่มกินครั้งแรกโดยเฉลี่ย 8.5 เดือนและอายุที่เริ่มซื้อขนมได้เองโดยเฉลี่ย 19 เดือน (สุริยเดว ทรีปาตี. 2547 : 27-35) นอกจากนี้จากการสัมมนาระดับชาติเรื่องเด็กไทย รู้ทัน พุดถึงเด็กและเยาวชนอายุ 5 - 24 ปี ประมาณ 21 ล้านคน ได้รับเงินไปโรงเรียนตกปีละ 354,911 ล้านบาท และในจำนวนนี้คิดเป็นเงินที่ได้กินๆ จ่ายเพื่อซื้อขนมตกปีละ 161,580 ล้านบาท เงินค่าขนมจำนวนนี้เท่ากับ 15.7 % ของงบประมาณแผ่นดินในปี พ.ศ. 2547 สูงกว่างบประมาณกระทรวงถึง 6 กระทรวง หากเปรียบเทียบในระดับครอบครัวพบว่า ปัจจุบันประเทศไทยมีครอบครัวอยู่ 16,470,000 ครอบครัว ซึ่ง 62.4 % มีหนี้สินรุงรัง เงินให้ลูกซื้อขนม คนละ 9,810.50 บาทต่อปี หรือเฉลี่ย 800 บาทต่อคน โดยที่ครอบครัวมีรายได้เฉลี่ยครัวเรือนละ 13,736 บาทต่อเดือน ซึ่งลูกหนึ่งคนใช้จ่ายเพื่อการศึกษาปีละ 3,024 บาท น้อยกว่าเงินซื้อขนมถึง 3.24 เท่า ปัญหาของขนมเด็ก มิได้มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจ แต่ยักรวมถึงปัญหาสุขภาพของเด็กและปัญหาอื่นซึ่งบุปผา ไตรรัตน์ (2547 : 149) กล่าวถึงรายงานการศึกษาเกี่ยวกับไอคิวของเด็กไทยไว้ในบทความเรื่อง กินขนมมาก จนทรัพย์ จนปัญญา ว่า ไอคิวที่เป็นตัววัดความสามารถทางสติปัญญาของเด็กไทยลดลงจาก 92 ในปี 2539 เป็น 89 ในปี 2545 สาเหตุส่วนหนึ่งพบว่า การกินอาหารที่ไม่ประโยชน์ต่อสมองมีผลทำให้ร่างกายอ่อนแอ ป่วยด้วยโรคแทรกซ้อนได้ง่าย (สุดสาคร ธนะมิตต์. 2548 : 2) สอดคล้องกับสถาบันเทคโนโลยีแห่งรัฐแมสซาชูเซตส์ สหรัฐอเมริกา พบว่า ถ้าอาหารที่กินมีคาร์โบไฮเดรตที่ผ่านกระบวนการขัดขาวมากเกินไป จะยิ่งทำให้ไอคิวต่ำลง เมื่อเปรียบเทียบระหว่างเด็กที่กินขนมเหล่านั้นกับเด็กปกติ จะมีความแตกต่างด้านไอคิว 25 แต้ม และอดีตรัฐมนตรีศึกษาธิการของสิงคโปร์ได้เก็บผลการสอบของนักเรียนเทียบกับน้ำหนักตัวพบว่าเด็กที่สอบได้เกรดต่ำจะมีน้ำหนักตัวเกินมากกว่าเด็กที่สอบได้เกรดดี (สุริยเดว ทรีปาตี .2548:17)

ปัญหาของขนมสำหรับเด็ก โดยเฉพาะขนมขบเคี้ยวที่ส่วนประกอบหลัก คือ แป้ง น้ำตาล และไขมัน นอกเหนือจากนั้นเป็นผงชูรส เกลือ กรด และสีปรุงแต่งอาหาร (ตาวาว. 2547: 149) ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของสุพันธ์ ชัยปจชา (2548: 23 - 25) ที่ให้ความคิดเห็นว่า ขนมขบเคี้ยวเป็นอาหารขยะ (Junk food) เพราะว่าคุณค่าทางโภชนาการน้อยหรือแทบไม่มี ส่วนสารอาหารประเภทโปรตีน วิตามิน เกลือแร่ น้อยมาก โดยเฉพาะแป้งจะถูกขัดสีจนฟอกขาว มีกากใยอาหารน้อย เมื่อกินเข้าไปแล้วจะอึดง่าย แป้งและน้ำตาลจะเปลี่ยนไปเป็นไขมันและสะสมตามส่วนต่างๆ ของร่างกายทำให้เกิดโรคอ้วน และอาจทำให้เกิดโรคอื่นๆ ตามมาหรืออาจเป็นโรคขาดสารอาหาร (ธิติมา องค์วุฒิเวทย์. 2548 : 21) จากการสำรวจของ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2546 พบว่า ร้อยละ 15 ของนักเรียนระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาจำนวน 6.6 ล้านคน อยู่ในภาวะทุพโภชนาการ และเป็นสิ่งที่น่า

เป็นห่วงอย่างยิ่ง คือ เด็กในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถหาอาหารมาบริโภคอย่างไร้ขีดจำกัด แต่เกิดภาวะโภชนาการตกมาตรฐาน โดยผลสำรวจภาวะโภชนาการเด็กกรุงเทพมหานครของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข จำนวน 884 คน มีแนวโน้มเป็นโรคขาดสารอาหาร โดยสำรวจด้านการบริโภคอาหาร พบว่า เด็กได้รับสารอาหารจากการกินไม่เพียงพอ โดยเฉพาะแคลเซียม เหล็ก วิตามินเอ ได้รับเพียงร้อยละ 46 - 65 ของจำนวนสารอาหารที่ควรจะได้รับ พลังงานเฉลี่ยเพียงร้อยละ 89.6 จากจำนวนที่ควรได้รับโปรตีนได้รับเกินความต้องการถึงร้อยละ 16.27 ขนมอบเคี้ยวและน้ำอัดลมร้อยละ 32.8 และ 26 ตามลำดับ และจะมีพฤติกรรมกินของเหล่านี้เพิ่มขึ้นตามอายุ (สมยศ เจริญศักดิ์. 2548 : ออนไลน์)

ผลิตภัณฑ์ขนมอบเคี้ยวมีอยู่มากมายหลายชนิด ตามแต่ลักษณะของผลิตภัณฑ์ และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต (สิริมา เตชะไกรศรี. 2544 : 1) สำหรับตลาดขนมอบเคี้ยวปี พ.ศ. 2547 มีมูลค่าประมาณ 10,699 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นสัดส่วน ดังนี้ ขนมอบรูป 33 % มันฝรั่ง 32 % ปลาเส้นและถั่วอย่างละ 8 % ข้าวเกรียบกุ้ง และไรซ์แคล์กร้อยอย่างละ 7 % ปลาหมึก 4 % และบ๊อบคอร์น 1 % ส่วนปี พ.ศ. 2548 มูลค่าอยู่ที่ 12,000 ล้านบาท (ฐานเศรษฐกิจ. 2548: ออนไลน์)

ภาวะการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ขนมอบเคี้ยวถือว่า มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงระหว่างผู้ประกอบการหลายยี่ห้อ จึงจำเป็นต้องอาศัยทั้งประสิทธิภาพ และความชำนาญของผู้ประกอบการ เพื่อที่จะทำให้สินค้าของตนเองอยู่ในตลาดได้เป็นระยะเวลานาน เพราะอายุค่อนข้างสั้น เข้ามาตลาดได้ง่าย แต่ในเวลาเดียวกันก็ออกจากตลาดได้ง่ายเช่นกัน (ภัทรานิ เลิศพัฒน์คม. 2544) ดังนั้นเพื่อที่จะทำให้สินค้าของตนเองอยู่ตลาดได้เป็นระยะเวลายาวนาน จึงทำให้ผู้ผลิตสร้างจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ด้วยการโฆษณา ทำกิจกรรมส่งเสริมการขาย ตลอดจนการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่ดึงดูดผู้บริโภคที่แตกต่างจากคู่แข่งอย่างชัดเจน รวมทั้งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น ผลิตภัณฑ์มันฝรั่งทอดกรอบที่มีรสชาติใหม่ รวมทั้งโฆษณาชุดใหม่ร่วมกับบริษัทอื่นๆ เช่น บัตรเติมเงินก็ได้ เป็นต้น เนื่องจากผู้บริโภคปัจจุบันต้องการความแปลกใหม่ จากการสอบถามถึงสภาวะเศรษฐกิจเช่นนี้ มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขนมอบเคี้ยวของผู้บริโภคเพียงใด 70 % ที่คิดว่าไม่มีผลต่อการซื้อ ยังคงซื้อเหมือนเดิม 30 % ที่คิดว่ามีผลต่อการซื้อเพราะจะทำการซื้อขนมอบเคี้ยวลดลง (ฐานเศรษฐกิจ. 2548: ออนไลน์) ดังนั้นจึงทำให้แต่ละบริษัทแข่งขันกันโฆษณาประชาสัมพันธ์กันอย่างรุนแรงและต่อเนื่อง

เมื่อผู้ผลิตมีการวางแผนการตลาดได้อย่างเหมาะสม ทำให้ผู้บริโภคเกิดแรงกระตุ้นในการบริโภค ส่งผลให้ผู้จัดจำหน่ายหาทางนำสินค้ามาจำหน่าย เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค ธุรกิจขนมเหล่านี้สามารถสร้างกระแสแห่งรสนิยมให้เด็กติด รวมทั้งการโฆษณามีการอวดอ้างถึงคุณค่าอาหาร ที่ได้ทำให้เข้าใจผิดคิดว่าขนมเหล่านี้มีประโยชน์จริง อาหารที่มีประโยชน์เผยแพร่ยากกว่าของกินเล่นที่ไม่เป็นเรื่องราวโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเด็กอายุต่ำกว่า 2 ขวบซึ่งยังไม่พร้อมทั้งด้านประสิทธิภาพ ความเข้าใจภาษาและการแยกแยะ เนื้อหาสาระ (สมศักดิ์ โล่ห์เลขา. 2547: 6) ซึ่งปัจจุบันกลายเป็นปัญหาใหญ่ที่หลายหน่วยงาน เสนอมาตรการแก้กฎหมายควบคุมการโฆษณาบนซองขนมและคำเตือนสินค้าด้วย เพื่อป้องกันผู้ปกครองและเด็กรู้ว่าขนมเคี้ยวมีส่วนผสมอะไรบ้าง ในสัดส่วนที่มากน้อยเท่าไร

ขนมกับเด็กเป็นของคู่กันเด็กจะชอบขนมหรือติดใจขนมเพราะพ่อแม่ซื้อให้เป็นรางวัล มีราคาถูก ง่าย สีสันของขนมดึงดูดใจเด็ก รวมทั้งขนมมีรสหวานอร่อย สิ่งเหล่านี้เป็นเหตุให้เด็ก ติดใจขนม (ตาวาว. 2547: 149) จากข้อสังเกตของผู้วิจัยพบว่าร้านขนมมักอยู่ใกล้กับโรงเรียน ซึ่งทำให้เด็กและผู้ปกครองหาซื้อได้ง่าย การซื้อของมาขายของผู้ค้าปลีกจะคำนึงถึงความต้องการของผู้ค้าปลีกเป็นหลัก (นุชรินทร์ เจนผาสุก. 2537: 30) อีกทั้งประเทศไทยยังขาดมาตรการบังคับและการควบคุมการผลิตซึ่งทำให้การจัดจำหน่ายขนมของผู้ค้าปลีก อาจมีทั้งขนมที่เป็นประโยชน์และอันตรายกับเด็กได้เท่าๆกัน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาว่าผู้ค้าปลีกเหล่านั้นมีหลักการเลือกขนมมาจำหน่าย พร้อมกับมีการรับรู้ถึงโภชนาการขนมในด้านประโยชน์และโทษของขนมที่มีต่อเด็กปฐมวัยในระดับใด เพื่อจะได้นำผลวิจัยในครั้งนี้เป็นแนวทางให้หน่วยงานที่ทำหน้าที่ควบคุมสินค้า กำหนดมาตรฐาน คุณภาพของขนม สร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้ปกครอง ครูและผู้เกี่ยวข้อง เลือกซื้อขนมที่มีประโยชน์ต่อเด็ก ผู้ค้าปลีก เลือกสินค้าประเภทขนมที่มีคุณภาพและปลอดภัยสำหรับเด็กต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประเภทของขนมและหลักการเลือกขนมมาจำหน่ายในร้านของผู้ค้าปลีก
2. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้โภชนาการขนมของผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับขนม

ด้านโภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัย

3. เพื่อเปรียบเทียบระดับการรับรู้โภชนาการขนมของผู้ค้าปลีกจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของผู้ค้าปลีก

ความสำคัญของการวิจัย

ผลที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้ จะทำให้ได้ข้อมูลที่แสดงการรับรู้และการปฏิบัติของผู้ค้าปลีกที่นำขนมมาจำหน่ายใกล้โรงเรียนอนุบาล เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับการรณรงค์จิตสำนึกของผู้ค้าปลีก และผู้ปกครองในการเลือกซื้อขนมที่เป็นประโยชน์ทางโภชนาการให้กับเด็ก นอกจากนี้ข้อมูลที่ได้ยังเป็นแนวทางในการให้สุขศึกษาแก่ผู้ค้าปลีก เพื่อให้มีการรับรู้และปฏิบัติอย่างน้อยเพื่อประโยชน์ต่อสุขภาพเด็กเป็นสำคัญ

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานครที่มีร้านค้าขายของเบ็ดเตล็ด ใกล้โรงเรียนอนุบาล หรือ โรงเรียนประถมศึกษา ที่มีการเรียนการสอนระดับอนุบาลในรัศมี 50 เมตร

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานครที่มีร้านค้าขายของเบ็ดเตล็ดใกล้โรงเรียนอนุบาลหรือโรงเรียนประถมศึกษาที่มีการเรียนการสอนระดับอนุบาล ทั้ง 50 เขต สุ่มเลือก เขตละ 2 โรงเรียน โรงเรียนละ 1 ร้านค้า ได้ตัวอย่างจำนวน 100 คน

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษาในครั้งนี้ แบ่งเป็น

1. ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยพื้นฐานของผู้ค้าปลีก ประกอบด้วย
 - 1.1 เพศ ได้แก่
 - 1.1.1 เพศหญิง
 - 1.1.2 เพศชาย
 - 1.2 อายุ ได้แก่
 - 1.2.1 ต่ำกว่า 25 ปี
 - 1.2.2 25 – 45 ปี
 - 1.2.3 45 ปีขึ้นไป
 - 1.3 ระดับการศึกษา ได้แก่
 - 1.3.1 ประถมศึกษา หรือ ต่ำกว่า
 - 1.3.2 มัธยมศึกษา
 - 1.3.3 อุดมศึกษา ขึ้นไป
2. ตัวแปรตาม คือ การรับรู้โภชนาการขนม ประกอบด้วย
 - 2.1 การรับรู้ประโยชน์ของขนมด้านโภชนาการ
 - 2.2 การรับรู้โทษของขนมด้านโภชนาการ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. เด็กปฐมวัย หมายถึง เด็กอายุแรกเกิดถึง 5 ปี
2. ขนม หมายถึง อาหารที่ใช้รับประทานเล่นระหว่างมื้อหลัก ในการวิจัยครั้งนี้ จำแนกเป็น 6 ประเภท ดังนี้
 - 2.1 ขนมไทย หมายถึง ขนมสด ข้าวเหนียวหน้าต่างๆ ขนมหน้ากะทิ ขนมใส่กะทิ ขนมหวาน และขนมเชื่อม
 - 2.2 ขนมที่ทำจากแป้งสาลีเ็นนุ่ม หมายถึง เค้ก โดนัท ขนมปังสอดไส้ ซาลาเปา โมจิ ขนมเปียะ ขนมปังทาแยม/โรยน้ำตาล

2.3 ขนมเวเฟอร์ ลูกกี้ หมายถึง เวเฟอร์สอดไส้ ขนมปังบุหรี เคลือบ / ไม่เคลือบ น้ำตาล แครกเกอร์หวาน/ไม่หวาน ลูกกี้ต่างๆ ขนมผิง

2.4 แป้งกรอบ หมายถึง แป้งกรอบกรอบ หวาน / ไม่หวาน มันฝรั่งแผ่นทอดกรอบ ขนมสีจูดจาด บะหมี่กรอบกินเล่น

2.5 เมล็ดพืช ปลาเส้น ขนมทอด หมายถึง เมล็ดพืชทอด / อบ / หวาน / ไม่หวาน ปลาเส้น ขนมทอด อาหารว่างจิ้ม/ไม่จิ้ม

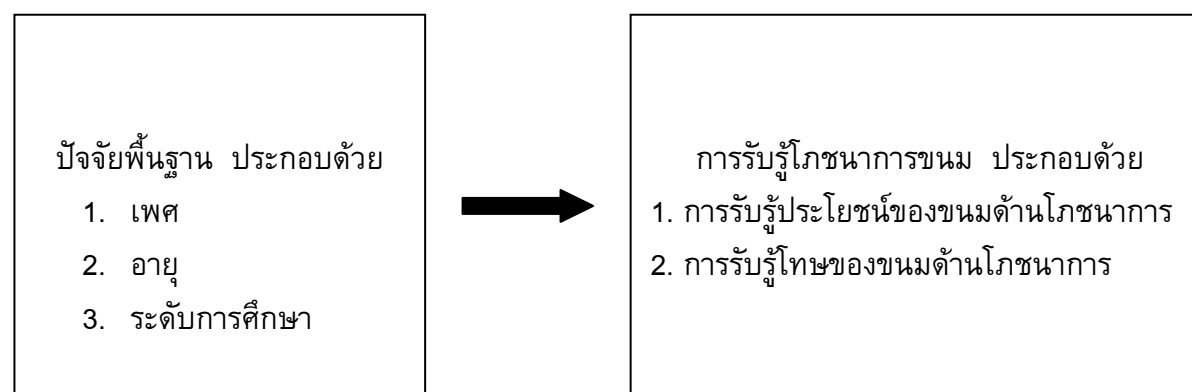
2.6 ลูกอมช็อกโกแลต หมายถึง ช็อกโกแลต ลูกอมชนิดแข็ง ลูกอมชนิดเหนียว ทอฟฟีนม หมากฝรั่ง นมอัดเม็ด

3. การรับรู้โภชนาการขนม หมายถึง ความคิดเห็นผู้ค้าปลีกเกี่ยวกับประโยชน์และโทษของขนมในด้านโภชนาการที่มีต่อเด็กปฐมวัย

4. ผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร หมายถึง ผู้ที่มีร้านค้าขายของเบ็ดเตล็ดหรือเรียกชื่ออื่นๆ เช่นร้านขายของชำ หรือ โชว์ห่วย โดยของที่ขายในร้าน ประกอบด้วยสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป และขนมสำหรับเด็กที่อยู่ใกล้โรงเรียนในกรุงเทพมหานคร ในรัศมี 50 เมตร จากโรงเรียนอนุบาลหรือโรงเรียนประถมที่มีการเรียนการสอนระดับอนุบาล

5. ปัจจัยพื้นฐานของผู้ค้าปลีก หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ค้าปลีก ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกันมีการรับรู้โฆษณาการพนันแตกต่างกัน
2. ผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกันมีการรับรู้โฆษณาการพนันแตกต่างกัน
3. ผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการรับรู้โฆษณาการพนันแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่องการรับรู้โภชนาการขนมที่มีต่อเด็กปฐมวัยของผู้ค้าปลีกใน กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งหัวข้อได้ดังนี้

1. อาหารสำหรับเด็กปฐมวัย
2. โภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัย
3. ขนม
4. การค้าปลีก
5. การรับรู้
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. อาหารสำหรับเด็กปฐมวัย

1.1 ความหมายของอาหาร

ค้วน ขาวหนู (2534: 2) ได้ให้ความหมายว่า อาหาร คือ ของกิน หรือเครื่องค้ำจุนชีวิต ได้แก่

1. วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับกิน ดื่มนม หรือนำเข้าสู่ร่างกายไม่ว่าด้วยวิธีใดๆ หรือรูปลักษณะใดๆ แต่ไม่รวมถึงยา วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตประสาทหรือยาเสพติดให้โทษตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น แล้วแต่กรณี

2. วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ หรือใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตอาหาร รวมถึงวัตถุเจือปนอาหาร สี และเครื่องปรุงแต่ง กลิ่นรส

ประสงค์ วงศาโรจน์ (2536: 1) กล่าวถึงความหมายของอาหาร (Food) หมายถึง สิ่งที่ย่อยได้และไม่ก่อให้เกิดโทษ พิษ หรืออันตรายเมื่อบริโภคเข้าไปแต่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อร่างกาย

สารอาหาร หมายถึง สารเคมีที่ประกอบอยู่ในอาหารที่เรากินและเป็นตัวที่ทำให้อาหารแต่ละชนิดเกิดประโยชน์ในการบำรุงร่างกาย และมีสุขภาพสมบูรณ์ แบ่งเป็น 2 ชนิด คือ

1. สารอินทรีย์ เป็นสารเคมีที่ได้มาจากสิ่งมีชีวิต เช่น โปรตีน ไขมัน คาร์โบไฮเดรต และวิตามิน
2. สารอนินทรีย์ เป็นสารอาหารประเภทเกลือแร่ เช่น ธาตุเหล็ก ไอโอดีนแคลเซียม ฟอสฟอรัส ฯลฯ

จากความหมายดังกล่าวสรุปได้ว่าอาหาร หมายถึง สิ่งใดก็ตามที่มนุษย์กิน ดื่มหรือรับเข้าสู่ร่างกายแล้วก่อให้เกิดประโยชน์ ช่วยในการเจริญเติบโต ซ่อมแซมเนื้อเยื่อของร่างกาย และช่วยให้อวัยวะต่างๆของร่างกายทำงาน เพื่อช่วยให้ชีวิตดำรงอยู่ได้อย่างปกติ อาหารเป็นได้ทั้งของแข็งและของเหลว

1.2 หมู่อาหาร

อาหารแต่ละอย่างประกอบด้วยสารอาหารหลายๆ อย่าง ในปริมาณไม่เท่ากัน สารอาหารแต่ละอย่างให้ประโยชน์แก่ร่างกายแตกต่างกัน ไม่มีอาหารชนิดใดชนิดเดียวที่ประกอบไปด้วยสารอาหารทุกอย่างที่ร่างกายต้องการในปริมาณเพียงพอ และได้สัดส่วน นอกจากนี้ขึ้นอยู่กับชนิดของอาหาร วิธีปรุงอาหาร และวิธีการเก็บรักษา ยังมีผลทำให้เกิดการสูญเสียสารอาหารบางชนิด ดังนั้นการรับประทานอาหารเพื่อให้มีสุขภาพดี จึงควรรับประทานอาหารหลายๆชนิดในปริมาณที่เหมาะสม ก็จะมีภาวะโภชนาการที่ดี ในประเทศไทยได้แบ่งอาหารหลัก 5 หมู่ ซึ่งแบ่งได้ดังนี้ (สิริพันธุ์ จุลรังคะ. 2541: 6-11)

อาหารหมู่ที่ 1 ได้แก่ เนื้อสัตว์ต่างๆ ไข่ ถั่วเมล็ดแห้ง นม อาหารหมู่นี้เป็นแหล่งที่ดีของโปรตีน วิตามิน และแร่ธาตุหลายชนิด เช่น วิตามินบีหก วิตามินบีสิบสอง ในอาซิน เหล็กสังกะสี ประโยชน์ที่สำคัญ คือ ทำให้ร่างกายเติบโต แข็งแรง และมีภูมิคุ้มกันโรค นอกจากนี้อาหารหมู่นี้ยังซ่อมแซมส่วนต่างๆของร่างกายที่สึกหรอจากบาดแผล อุบัติเหตุ หรือจากการเจ็บป่วย

อาหารหมู่ที่ 2 ได้แก่ ข้าว แป้ง น้ำตาล หัวเผือก หัวมัน อาหารหมู่นี้เป็นแหล่งสำคัญที่ให้พลังงานแก่ร่างกาย ทำให้ร่างกายสามารถทำงานได้ และยังให้ความอบอุ่นแก่ร่างกายอีกด้วย คนไทยควรจะได้พลังงานจากอาหารหมู่นี้ร้อยละ 55 ของพลังงานที่ควรจะได้รับในแต่ละวัน

อาหารหมู่ที่ 3 ได้แก่ ผักต่างๆ อาหารหมู่นี้เป็นแหล่งวิตามิน และแร่ธาตุหลายชนิด ซึ่งจะช่วยให้ร่างกายแข็งแรง และช่วยให้อวัยวะต่างๆทำงานได้อย่างเป็นปกติ นอกจากนี้ยังมีใยอาหารซึ่งมีประโยชน์มาก เพราะใยอาหารจะถูกขับถ่ายออกมาในอุจจาระ ทำให้ระบบการขับถ่ายของลำไส้เป็นไปอย่างปกติ นอกจากนี้ใยอาหารยังทำหน้าที่ดูดซับสารที่อาจเป็นพิษต่อร่างกาย ซึ่งอาจจะปนเปื้อนมากับอาหาร หรือสารพิษที่เกิดขึ้นจากแบคทีเรียในลำไส้อีกด้วย ทำให้ร่างกายเกิดการเสี่ยงพิษน้อยลง และการที่มีใยอาหารในลำไส้ก็จะช่วยให้ลำไส้ได้ออกกำลังกายเต็มที่

อาหารหมู่ที่ 4 ได้แก่ ผลไม้ต่างๆ อาหารหมู่นี้มีคุณค่าทางอาหารคล้ายกับหมู่ที่ 3 คือ มีวิตามิน และแร่ธาตุต่างๆตลอดจนใยอาหาร เพื่อช่วยให้การขับถ่ายของลำไส้เป็นปกติเหมือนกับประโยชน์ของอาหารหมู่ที่ 3 นอกจากนี้ยังมีน้ำตาลสูงกว่าอาหารหมู่ที่ 3 คนไทยควรได้รับพลังงานจากอาหารหมู่นี้ประมาณร้อยละ 3 ของพลังงานที่ควรจะได้รับในแต่ละวัน

อาหารหมู่ที่ 5 ได้แก่ ไขมันและน้ำมันทั้งจากสัตว์และพืช น้ำมันจากสัตว์ ได้แก่ น้ำมันหมู เนย และไขมันที่แทรกอยู่ในอาหารหรือเนื้อสัตว์ติดมัน เป็นต้น น้ำมันจากพืช ได้แก่

กะทิ น้ำมันจากถั่ว มะพร้าว งา ข้าวโพด เป็นต้น อาหารหมู่นี้สารอาหารไขมันสูง เป็นแหล่งอาหารที่ให้พลังงานทั้งในการเจริญเติบโตในเด็กและให้พลังงานในการทำงานของอวัยวะต่างๆ โดยเฉพาะงานหนักหรืองานที่ต้องใช้เวลาในการทำงาน เช่น กรรมกรแบกหาม ช่างไม้ นักกีฬา เป็นต้น พลังงานที่ได้จากไขมันและน้ำมันที่กินในปริมาณที่พอเหมาะ ร่างกายสะสมไว้ในส่วนต่างๆ ของร่างกาย เช่น บริเวณใต้ผิวหนัง และรอบๆ อวัยวะต่างๆ ไขมันจะทำหน้าที่ปกป้องอวัยวะต่างๆ ไปในตัวด้วย นอกจากนี้ไขมันยังให้ความอบอุ่นแก่ร่างกายอีกด้วย และถ้าเกิดขาดอาหารขึ้น ไขมันจะเป็นพลังงานสะสมที่ร่างกายจะนำมาใช้ในระยะเวลา เช่น การเจ็บป่วยเรื้อรัง กินอาหารไม่ได้ ร่างกายจะใช้ไขมันเป็นพลังงาน แต่ถ้ากินไขมันจะสะสมมากตามบริเวณต่างๆ ของร่างกาย ทำให้เกิดโรคอ้วน คนไทยควรได้รับพลังงานจากอาหารหมู่นี้ ประมาณร้อยละ 20 ของพลังงานที่ได้ในแต่ละวัน

ดังที่กล่าวมาสรุปว่า อาหาร คือ สิ่งที่กินหรือดื่มเข้าไปแล้วเป็นประโยชน์ต่อร่างกายซึ่งแบ่งตามสารอาหารและลักษณะอาหารได้ 5 หมู่ เรียกว่า อาหารหลัก 5 หมู่

1.3 ความต้องการอาหารของเด็กปฐมวัย

กุลยา ตันติผลาชีวะ (2541: 60-61) กล่าวว่าเด็กอายุ 3-6 ขวบ เป็นวัยช่างพูด ชอบเล่นช่างเจรจา เคลื่อนไหวตลอดเวลา สนุกสนาน ความต้องการอาหารจะน้อย กระเพาะเล็ก รับประทานได้ทีละน้อย ตัวยืดยาวจนดูผอมซึ่งพ่อแม่ไม่ชอบ การกินน้อย คือ ทำให้พ่อแม่กังวล บางคนถึงกับบังคับให้ลูกกินมากเกินไปรูปร่างเด็กที่จัดได้ว่าพอดีควรมีน้ำหนักและส่วนสูงดังตาราง 1

ตาราง 1 มาตรฐานน้ำหนักและส่วนสูงของเด็ก

อายุ	มาตรฐานน้ำหนัก เป็น กิโลกรัม	มาตรฐานความสูงเป็น เซนติเมตร
1-2 ปี	11.7	83.7
4-6 ปี	16.5	105.7

ที่มา: กุลยา ตันติผลาชีวะ. (2541, เมษายน). สนทนากับผู้ปกครองเด็กปฐมวัยเสาะหาอาหาร. วารสารการศึกษาปฐมวัย. 2(2):60-61.

เด็กต้องการสารอาหารเช่นเดียวกับผู้ใหญ่ อาหารที่เด็กควรได้รับประทานต่อวัน เป็นอาหาร 5 หมู่ ตามตาราง 2 ต่อไปนี้

ตาราง 2 อาหารพื้นฐานสำหรับเด็กปฐมวัยต่อวัน

ประเภทอาหาร	ปริมาณที่ควรได้รับ	ตัวอย่างอาหาร
<u>อาหารประเภทเนื้อ</u> (ให้โปรตีนหลัก) เนื้อ เป็ด ไก่ ปลา	2 มื้อ มื้อละ 1 ½ ออนซ์	ไข่ 1 ฟอง ถั่ว 1-2 ถ้วย
<u>อาหารประเภทนม</u> (ให้แคลเซียมและฟอสฟอรัส) นม ผลิตภัณฑ์นม	3 มื้อ	นม 1 แก้ว โยเกิร์ต 1 ถ้วย ไอศกรีม 1 ½ ถ้วย
<u>อาหารประเภทผักผลไม้</u> (ให้วิตามินเอ วิตามินซี และ เกลือแร่) วิตามินเอ : ผลไม้สีเหลือง สีเขียวแก่	3 มื้อ มื้อละ 3 ช้อนโต๊ะ 1/2 ถ้วย	ผัก ส้ม พักทอง แครอท
วิตามินซี : ส้ม มะนาว สตอเบอรี่ บรอกโคลี มะเขือเทศ กะหล่ำปลี		ส้ม มะเขือเทศ
<u>อาหารประเภทข้าว</u> (ให้วิตามินบีและ คาร์โบไฮเดรต) ข้าว ขนมนึ่ง น้ำให้ดื่มทุกวันวันละ 5-6 แก้ว บางที่ผู้ใหญ่จะลืมเรื่องน้ำต้อง กระตุ้นให้เด็กได้ดื่มน้ำอย่าง สม่ำเสมอ	4 มื้อ	ข้าวสวย ขนมนึ่ง(สำหรับมือว่าง)

ที่มา: กุลยา ตันติผลาชีวะ. (2541, เมษายน). สนทนากับผู้ปกครองเด็กปฐมวัยเกี่ยวกับอาหาร. วารสารการศึกษาปฐมวัย. 2(2):60-61.

นอกจากนี้ ชนิกา ตูจินดา (2548: 108-110) ได้อ้างถึงราชวิทยาลัยกุมารแพทย์ ร่วมกับมูลนิธิสารธารณสุขแห่งชาติ มีข้อเสนอแนะการเลือกอาหารสำหรับเด็ก อายุเกิน 2 ปี ดังนี้

อาหารว่าง เป็นอาหารที่บริโภคระหว่างมื้อหลัก ควรบริโภคอาหารว่างไม่เกินวันละ 2 มื้อ แต่ละมื้อให้พลังงานไม่เกินร้อยละ 10 ของพลังงานที่ต้องการในแต่ละวัน เด็กเล็กอายุ 2-5 ปี ไม่เกินมื้อละ 100-130 กิโลแคลอรี ควรจำกัดปริมาณน้ำมัน น้ำตาล และเกลือ ไม่ให้สูงเกินไป คือ ปริมาณน้ำมันแต่ละมื้อไม่ควรเกิน 205 กรัม หรือครึ่งช้อนชา น้ำตาลในแต่ละมื้อไม่เกิน 12 กรัม หรือ 3 ช้อนชา และเกลือในแต่ละมื้อไม่ควรเกิน 100 มิลลิกรัม หรือ 1/10 ช้อนชา อาหารต้องมีสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกาย ได้แก่ โปรตีน เหล็ก แคลเซียม วิตามินเอ วิตามินซี วิตามินบี 1 วิตามินบี 12 หรือใยอาหาร ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ของปริมาณที่ควรได้รับแต่ละวัน

อาหารว่าง มีหลายประเภท ในแต่ละประเภทยังมีหลากหลายชนิด และมีคุณค่าสารอาหารต่างกัน

- ผลไม้สด เป็นอาหารว่างที่มีประโยชน์ มีแร่ธาตุ มีใยอาหาร และมีวิตามินสูง ได้แก่ กล้วย มะละกอ ส้ม
- เครื่องดื่ม น้อยอย่างน้อย 6-8 แก้ว
- น้ำผลไม้ น้ำผลไม้สดบางชนิดที่ไม่เติมน้ำตาล เช่น น้ำส้ม น้ำฝรั่ง แต่น้ำผลไม้สำเร็จรูป ควรเลือกชนิดที่มีน้ำผลไม้แท้เป็นส่วนผสมไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 และเติมน้ำตาลไม่เกินร้อยละ 5 โดยดื่มไม่เกิน 1 แก้ว หรือ 1 กล่องเล็กต่อวัน
- ของว่างพวกเบเกอรี่ ควรเลือกขนมปังกรอบชนิดที่มีใยอาหารสูง คือ ชนิดโฮสวีต หลีกเลียงขนมที่มีไขมันสูง และรสหวานจัด เช่น คุกกี้ พาย เค้กหน้าครีม
- ขนมซองหรือขนมถุง ถ้าจะบริโภคให้เลือกชนิดที่มีโปรตีนสูง เช่น ปลาเส้น เมล็ดพืชอบ เช่น ถั่วอบกรอบ เมล็ดทานตะวัน เมล็ดฟักทอง
- ถั่ว พืชหัว และธัญพืช ให้ถั่วอบแทนถั่วทอด มันฝอยคั่ว แทนการฉาบเชื่อม ข้าวโพดคั่ว แทนข้าวโพดคั่วอบเนย
- ไอศกรีม ควรให้นานๆครั้ง เลือกไอศกรีมที่มีไขมันต่ำ เช่น ไอศกรีมหวานเย็น
- ขนมหวานของไทย ขนมไทยหลายอย่างมีประโยชน์ เนื่องจากนำธัญพืช ถั่ว ผัก ผลไม้ มาเป็นส่วนประกอบในการบริโภคให้เลือกชนิดที่มีไขมันน้อย หรือ กะทิ/มะพร้าว น้อย ไม่หวานจัด เช่น ถั่วแปบ ข้าวต้มมัด ถั่วเขียวต้ม เต้าส่วน เป็นต้น
- ของว่างอื่นๆที่เหมาะสมสำหรับเด็ก เช่น ขนมจีบ ซาลาเปา แชนด์วิชไส้ทูน่า ขนมปังไส้หมูยอ เป็นต้น

สรุปได้ว่าเด็กควรได้รับประทานอาหารและอาหารว่างในปริมาณและคุณค่า เหมาะสมกับเกณฑ์อายุ

2. โภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัย

2.1 ความหมายของโภชนาการ

ปาหนัน บุญ-หลง (2532: 1) ได้กล่าวถึงโภชนาการ หมายถึง ความต้องการอาหาร การเปลี่ยนแปลงของอาหารในร่างกาย และการที่ร่างกายนำเอาสารอาหารไปใช้เพื่อความแข็งแรง เจริญเติบโต

ประสงค์ วงศาโรจน์ (2536: 1) ได้กล่าวถึงโภชนาการ หมายถึง สิ่งที่มีมนุษย์เรากิน โดยไม่เป็นพิษต่อร่างกาย แต่มีประโยชน์ต่อร่างกาย ซ่อมแซมสิ่งที่สึกหรอและทำให้กระบวนการต่างๆในร่างกายดำเนินไปอย่างปกติ ซึ่งรวมถึงน้ำด้วย

โภชนาการ หมายถึง สารที่อยู่ในอาหาร และเป็นประโยชน์ต่อร่างกายแบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่ คาร์โบไฮเดรต ไขมัน โปรตีน เกลือแร่ วิตามิน และสารอื่นๆ

ความแตกต่างระหว่างอาหารและโภชนาการ คือ อาหารเป็นสิ่งที่เรากิน หรือดื่มแล้ว เป็นประโยชน์แก่ร่างกาย โภชนาการ กล่าวถึง ร่างกายจะใช้ประโยชน์จากอาหารที่กินอย่างไร

จากความหมายดังกล่าว สรุปได้ว่า โภชนาการ หมายถึง สิ่งที่ได้รับประทานแล้วมีประโยชน์ต่อการทำงานของร่างกาย ทำให้สุขภาพแข็งแรง มีภูมิคุ้มกันโรค สามารถดำรงชีวิตประจำวันได้อย่างมีความสุข

2.2 ความสำคัญของโภชนาการ

คว้น ขาวหนู (2534: 2) กล่าวถึง ความสำคัญของโภชนาการว่า โภชนาการมีความสำคัญต่อร่างกายถ้าได้น้อยเกินไป เรียกว่า ทุพโภชนาการ ซึ่งหมายถึง ภาวะขาดอาหาร แต่ถ้ามากเกินไป เรียกว่า โภชนาการเกิน ความสำคัญของโภชนาการ มีดังนี้

1. ผลทางร่างกาย

1.1 ขนาดร่างกาย ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อขนาดของร่างกาย มีอยู่ 2

อย่าง คือ พันธุกรรม และสิ่งแวดล้อม เด็กแต่ละคนจะเจริญเติบโตได้สมบูรณ์ ตามขอบเขตที่กรรมพันธุ์ของตนกำหนดไว้มากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อม และสิ่งแวดล้อมที่สำคัญมากสำหรับการเจริญเติบโตของเด็ก ก็คือ อาหารและโภชนาการมีผลสำคัญที่สุดต่อร่างกาย พันธุกรรมเป็นสิ่งที่เราไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ แต่โภชนาการเป็นสิ่งที่มนุษย์สามารถสร้าง ดัดแปลง ปรับปรุงและแก้ไขให้เป็นไปตามที่ต้องการได้ ซึ่งชมรมโภชนาการเด็กแห่งประเทศไทย สํารวจในปี พ.ศ.2544 พบว่า เด็กปฐมวัยมีภาวะทุพโภชนาการ คือ ภาวะเตี้ย และภาวะผอม มากกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ ปัญหาทั้งสองนี้พบน้อยลงเมื่อเด็กอายุมากขึ้นตามลำดับ ในขณะที่ภาวะอ้วนพบใกล้เคียงกันในกลุ่มอายุ 25-น้อยกว่า 6 ปี และกลุ่มอายุ 6 – น้อยกว่า 13 ปี ส่วนกลุ่มเด็กวัยรุ่น (อายุ 13-18 ปี) มีภาวะอ้วนสูงที่สุด คือ ร้อยละ 9.2 เด็กปฐมวัยตอนต้น (อายุ 2-น้อยกว่า 3 ปี) มีความชุกของภาวะอ้วนถึงร้อยละ 8.2 ในขณะที่ภาวะผอมพบเพียงร้อยละ 2.0

1.2 การตั้งครรภ์และสุขภาพของทารก โภชนาการมีผลต่อสุขภาพของทั้งมารดาและทารก

- สำหรับมารดา โภชนาการที่จะช่วยลดอันตรายอันเกิดขึ้นในระยะตั้งครรภ์ เช่น ครรภ์เป็นพิษ แท้ง คลอดก่อนกำหนด คลอดตาย และคลอดผิดปกติให้น้อยลง ทั้งยังช่วยให้มารดามีสุขภาพทั่วไปดีอีกด้วย

- สำหรับทารกในครรภ์ ถ้าโภชนาการของมารดาดีตลอดระยะเวลาตั้งครรภ์ โดยเฉพาะในเดือนท้ายๆของการตั้งครรภ์ ทารกจะสมบูรณ์แข็งแรงมีอวัยวะครบถ้วน และเมื่อคลอดแล้วก็จะเจริญเติบโตได้อย่างปกติ โดยเฉพาะการเจริญเติบโตของสมอง มีสติปัญญาดี และมีอำนาจต้านทานโรคได้ดี

1.3 ความสามารถในการต้านทานโรค ร่างกายของผู้ที่มีภาวะโภชนาการดีมีความสามารถต้านทานโรคได้ดีกว่าร่างกายของผู้ที่มีภาวะทุพโภชนาการ (Malnutrition) ถ้าได้รับเชื้อโรค ร่างกายก็มีโอกาสติดโรคได้น้อยกว่า เพราะมีความต้านทานดีกว่าและเมื่อติดโรคแล้วก็จะมีอาการรุนแรงน้อยกว่า และหายป่วยได้เร็วกว่า

1.4 ความอายุยืน ผลในด้านความมีอายุยืนนี้เห็นได้ชัดเจนในประเทศที่พัฒนาแล้ว สิ่งที่จะช่วยให้คนมีอายุยืนมีหลายประการ เช่น ความก้าวหน้าทางการแพทย์ การปรับปรุงด้านสุขภาพ การบริการสาธารณสุขดี และโภชนาการก็เป็นปัจจัยสำคัญอันหนึ่ง

1.5 ให้กำลังงานและความอบอุ่น คนเราต้องมีแรงงานเพื่อการเคลื่อนไหวในชีวิตประจำวัน และการปฏิบัติงานในการประกอบอาชีพ แม้แต่การเคลื่อนไหวอวัยวะต่างๆก็ต้องใช้กำลังงานและอวัยวะต่างๆของร่างกายจะทำงานได้ก็ต้องมีอุณหภูมิที่เหมาะสม ทั้งแรงงานและความอบอุ่นของร่างกายนี้ ร่างกายของคนเราต้องได้มาจากอาหาร

2. ผลทางอารมณ์และสติปัญญา

การกินอาหารตามหลักโภชนาการนอกจากจะช่วยสร้างสุขภาพทางกายแล้ว ยังมีผลต่อสุขภาพทางจิตด้วย นั่นคือ ผู้ที่มีร่างกายแข็งแรงปราศจากโรค มักจะมีอารมณ์ดี จิตใจสบาย และสามารถใช้ความคิดอ่านได้ดี

2.1 ผลทางการเจริญเติบโตของสมองและสติปัญญา การขาดสารอาหาร มีผลให้การเจริญเติบโตของเด็กชะงักทั้งร่างกาย จิตใจ สมอง และสติปัญญา เด็กที่ขาดอาหารก็จะมี ความเข้าใจช้า ขาดการกระตือรือร้น และขาดความสัมพันธ์ระหว่างมือกับตา สมองและสติปัญญาเสื่อม กลายเป็นบุคคลที่ไร้สมรรถภาพโดยสิ้นเชิง

2.2 ประสิทธิภาพในการทำงาน ขึ้นอยู่กับสุขภาพทางกาย อารมณ์ และสติปัญญา ผู้ที่ได้รับอาหารดีประโยชน์อย่างพอเพียงย่อมมีร่างกายแข็งแรงอารมณ์ดี ซึ่งช่วยให้มีความอดทนในการทำงานมากกว่าผู้อ่อนแอ ผู้ที่มีโภชนาการไม่ดีแม้ในระยะสั้นก็มีโทษ ทำให้ความสามารถในการทำงานน้อยลง ขาดสมาธิความสามารถในการคิดก็ลดน้อยลงด้วย

สรุปได้ว่าโภชนาการมีความสำคัญต่อร่างกายได้น้อยเกินไปเรียกว่า ทุพโภชนาการมากเกินไป เรียกว่าโภชนาการเกิน ซึ่งมีผลต่อร่างกาย อารมณ์และสติปัญญา

มีผู้ศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพของคนงานสองกลุ่มในโรงงาน กลุ่มหนึ่งกินอาหารเช้า อีกกลุ่มหนึ่งไม่ได้กิน ปรากฏว่ากลุ่มที่กินอาหารเช้ามีประสิทธิภาพในการทำงานสูงกว่ากลุ่มที่ไม่ได้กิน นักเรียนที่ไม่ได้กินอาหารกลางวันเรียนหนังสือก็ไม่ได้ผล จะเห็นได้ว่าการขาดอาหารแม้แต่เพียงมื้อเดียวก็มีผลเสีย (ประยงค์ วงศาโรจน์. 2539: 2-3) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ แคทธารีน พรูแซง (Catherine Pruissen. 2005: 2-3) กล่าวว่า ขนมน/ของทานเล่น เป็นสิ่งสำคัญสำหรับเด็กก่อนวัยเรียนด้วยเหตุผลหลายอย่าง เด็กๆจะมีการเคลื่อนไหวมากและจะรู้สึกหิวในระหว่างมื้ออาหาร นอกจากนี้เด็กมีท้องที่เล็กมาก และไม่สามารถกินอาหารมากๆได้ ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้เด็กอาจจะไม่ได้รับแคลอรี และสารอาหารที่เพียงพอเหมาะสมสำหรับการเจริญเติบโต และพัฒนาการ การกินอาหารในปริมาณน้อยแต่บ่อยครั้ง จะช่วยเสริมสร้างพลังงานในการทำกิจกรรมและการเจริญเติบโต

2.3 การส่งเสริมโภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัย

กุลยา ตันติผลาชีวะ (2542: 66-67) ได้กล่าวว่าเด็กมักจะปฏิเสธถ้าหาก ว่าเด็กมีประสบการณ์ที่ไม่ดีเกี่ยวกับอาหาร อันเนื่องมาจาก

1. ประสบการณ์การรับประทานอาหารมื้อหลักครั้งแรกเป็นความเครียด
2. รับประทานขนมมากเกินไป
3. เล่นจนลืมหิว
4. พ่อแม่ปล่อยให้ลูกเลอะเลือนหรือบังคับมากเกินไป
5. มีอาหารแปลกไม่คุ้นเคยทำให้ไม่เจริญอาหาร
6. อารมณ์หงุดหงิดเวลารับประทานอาหาร

ดังนั้นผู้ปกครองจึงควรปฏิบัติ เพื่อให้เด็กเล็กเกิดความรู้สึกอยากรับประทานอาหาร

1. ให้เด็กรับประทานอาหาร 3 มื้อ เช่นเดียวกับผู้ใหญ่ ระหว่างมื้ออาจมีนมผลไม้ น้ำผลไม้ ถ้าหิวให้ผลไม้ก่อนแล้วเริ่มอาหารมื้อหลักเมื่อเริ่มหิวพอดี อย่างให้ขนมระหว่างมื้อหรือใช้ขนมเป็นรางวัลในการรับประทานอาหาร
2. จัดอาหารให้สวยงาม ขนาดชิ้นของอาหารต้องเล็ก เคี้ยวง่าย ปริมาณอาหารที่ตักให้เด็กแต่ละครั้ง ให้พอกับที่เด็กจะรับประทานให้หมด เพื่อเป็นกำลังใจ ในโต๊ะอาหารทุกครั้งต้องมีผักและผลไม้
3. พ่อแม่ต้องเป็นตัวอย่างของการรับประทานที่ดี ไม่เลือกอาหาร และสนุกกับการรับประทานอาหาร
4. สร้างบรรยากาศที่ดีในการรับประทานอาหารมื้อหลัก ถ้าเด็กหิวของรับประทานอาหารเสริมเล็กน้อยได้ ควรมีนิทานสนุกประกอบ เพื่อส่งเสริมความเพลิดเพลิน และยังจูงใจให้รับประทานอาหารได้มากด้วย

2.4 ปัญหาโภชนาการในประเทศไทย

2.4.1 ภาวะอ้วน

เด็กไทยปัจจุบันเปลี่ยนขนาดจากเด็กขนาดเล็กเป็นเด็กขนาดใหญ่ตัวหนา สูงใหญ่ ส่วนหนึ่งกับอีกส่วนหนึ่ง คืออ้วน โดยเฉลี่ยแล้วน้ำหนักของเด็กปฐมวัยที่เป็นมาตรฐานเป็นดังนี้ (กุลยา ตันติผลาชีวะ. 2548: 50-53)

3 ขวบ น้ำหนัก 14-15 ก.ก.

4 ขวบ น้ำหนัก 16-18 ก.ก.

5 ขวบ น้ำหนัก 18-19.5 ก.ก.

6 ขวบ น้ำหนัก 20 ก.ก.

ซึ่งในช่วงปฐมวัยน้ำหนักจะเพิ่มขึ้นอย่างช้าๆ ปีละ 2-3 ก.ก. (5 ปอนด์) ต่อปี โดยประมาณ ในการประเมินน้ำหนักเด็กกว่ามากหรือน้อยให้ $\pm$ 2-4 ก.ก. ตามอายุ เด็กที่อ้วนจากพฤติกรรมการกินอย่างหนึ่ง คือ ผู้ปกครองปล่อยให้เด็กรับประทานอาหารมากเกินไป หรือกระตุ้นให้รับประทานมากจนกระทั่งเด็กเกิดภาวะโภชนาการเกิน โดยมีอาการแสดงอ้วนผิดปกติ เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำหนักมาตรฐาน

อ้วนหรือภาวะอ้วน (Obesity) ปัจจุบันเรียกว่าโรคอ้วน เป็นภาวะเพิ่มพูนสะสมไขมันของร่างกายทำให้น้ำหนักตัวมากกว่าปกติ ซึ่งภาวะอ้วนนี้มีทั้งสัมพันธ์ และไม่สัมพันธ์กับกระบวนกรย่อยอาหาร และความต้องการแคลอรีของร่างกาย แต่พบว่าสาเหตุสำคัญคือ พันธุกรรม ถ้าพ่อแม่อ้วนโอกาสที่ลูกจะอ้วนมีสูง

การอ้วนของเด็ก มี 2 กรณี คือ อ้วนด้วยพันธุกรรม คือ การอ้วนด้วยการเลี้ยงดู และสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังสาเหตุส่งเสริมที่สำคัญ คือ

1. นิยรับประทานอาหารมาก ปริมาณเพิ่มของน้ำหนักบ่งชี้ให้เห็นถึงความสมดุลระหว่างอาหารที่รับประทานเข้าไป คือ กินมากเกินไป
2. รับประทานอาหารประเภทอาหารจานด่วน และของกินเล่นที่ให้แคลอรีจากไขมันและน้ำตาลสูงเป็นประจำ เช่น KFC McDonald
3. ทำกิจกรรมอยู่กับที่มากเกินไป เช่น เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ดูทีวี ดูโทรทัศน์ เหตุเพราะพ่อแม่ส่งเสริมไม่ยอมให้เด็กออกไปเล่นภายนอก จึงทำให้ร่างกายไม่ได้ใช้พลังงาน

4. ปริมาณอาหารต่อมือเพิ่มขึ้น น้ำดื่มที่บริโภค จะเป็นโคลาหรือน้ำหวานเป็นหลักบางคนติดชนิดไม่ดื่มไม่ได้ และผู้ปกครองบางคนส่งเสริมโดยเห็นว่าเด็กชอบ

ลำดวน นาศิริกุล (2543: 58-59) ได้กล่าวถึง โรคอ้วนในเด็ก แบ่งออกเป็น 2 พวก คือ อ้วนแบบธรรมดา เด็กพวกนี้ไม่มีโรค หรือการผิดปกติอื่นใดในร่างกาย อ้วนเพราะรับประทานอาหารมากเกินไป พบมากในเด็กทารกแรกเกิดถึงอายุ 2 ปี และระยะวัยรุ่น ประมาณอายุ 8-11 ปี สาเหตุของอ้วนธรรมดา ได้แก่

1. กรรมพันธุ์ ถ้าบิดามารดาอ้วน บุตรมีโอกาสอ้วนได้ถึงร้อยละ 70-80

2. รับประทานอาหารมากเกินไปเมื่อเทียบกับการใช้พลังงานอาหาร ส่วนเกินจะเปลี่ยน เป็นไขมันเก็บสะสมในร่างกาย รับประทานอาหารที่มีแคลอรีสูง ใช้พลังงานน้อย หรือออกกำลังกายน้อย เช่น ชอบนั่งๆนอนๆ ขี้เกียจ นั่งเฝ้าโทรทัศน์และคอมพิวเตอร์ นอนป่วยเนื่องจากเจ็บไข้ กล้ามเนื้อใช้การไม่ได้ เช่น ป่วยด้วยโรคโปลิโอ เป็นต้น

สาเหตุของอ้วนเพราะเป็นโรค ได้แก่

1. มีความผิดปกติต่อมไร้ท่อ เช่น เป็นโรคไทรอยด์ ฮอร์โมนต่ำหลังผ่าตัดเอาอัณฑะออก

2. เป็นความผิดปกติทางโครโมโซม

3. ความผิดปกติเกี่ยวกับจิตใจ และอารมณ์เด็กที่มีอารมณ์เปลี่ยนแปลง อาจรับประทานอาหารมาก เพื่อปลอบใจตัวเองทำให้อ้วน ปัญหาทางจิตเกิดจากความวิตกกังวล หงุดหงิดไม่มีความสุข กลุ้มใจ หงอยเหงา ซึมเศร้า โกรธเคือง หวาดกลัวขาดความอบอุ่นในครอบครัว เป็นต้น เด็กพวกนี้นอกจากรับประทานอาหารมากแล้วยังออกกำลังกายน้อย

นอกจากนี้ อูมาพร สุทัศนวีรวิทย์ (2543: 9-16) ได้กล่าวถึงโรคที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการอ้วนในเด็ก ไว้ดังนี้

1. ปัญหาทางจิตใจ การอ้วนทำให้เด็กมีปัญหาเรื่องบุคลิกภาพ เช่น ถูกเพื่อนล้อเลียนว่าอ้วน ไม่เป็นที่ยอมรับของเพื่อนฝูง ทำให้เด็กอ้วนบางคนมีปมด้อยและแยกตัวออกจากสังคมเป็นผลให้เด็กไม่สามารถที่จะประสบความสำเร็จได้เท่าที่ควรทั้งๆที่มีความสามารถ

2. โรคเบาหวาน โรคอ้วนทำให้มีการต้านฤทธิ์ฮอร์โมนอินซูลิน ทำให้ระดับน้ำตาลในเลือดสูงโดยเฉพาะเด็กที่มีประวัติสมาชิกในครอบครัวเป็นเบาหวาน จะยิ่งมีความเสี่ยงสูงเพิ่มขึ้น

3. โรคกระดูกและข้อ เด็กอ้วนมากจะมีปัญหากระดูกและข้อ ปวดหัวเข่า ปวดข้อเท้า กระดูกงอ เพราะร่างกายต้องแบกรับน้ำหนักมากอยู่ตลอดเวลา ซึ่งถ้าเป็นมากๆ อาจทำให้ข้อหลุดหรือข้อเสื่อมได้ เด็กเล็กที่อ้วนมากๆจะมีปัญหาทางพัฒนาการที่ต้องใช้กล้ามเนื้อ คือ จะเดินไม่คล่องตัว การเคลื่อนไหวอึดอัด การคว้าตัวลำบาก การเดินหรือการวิ่งจะเหนื่อยง่าย

4. โรคระบบทางเดินหายใจ เมื่อเด็กอ้วนมากจะมีการอุดตันของทางเดินหายใจได้ง่ายโดยเฉพาะเวลานอนหลับปอดขยายตัวได้น้อยและมีออกซิเจนในเลือดต่ำ คาร์บอนไดออกไซด์ในเลือดสูงเกิดอันตรายถึงแก่ชีวิตได้

5. โรคความดันเลือดสูง โรคนี้พบมากในเด็กอ้วน เพราะความอ้วนเป็นปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญต่อการเป็นโรคความดันเลือดสูง โรคหัวใจ

6. ไขมันในเลือดสูง ทำให้เกิดโรคหลอดเลือดตีบแข็งและโรคหัวใจ

7. โรคผิวหนัง ทำให้ผิวหนังเสียโฉม เพราะผิวจะแตกและลายมีลักษณะดำบริเวณคอ รักแร้ ข้อพับต่างๆ มีสีคล้ำ โดยเฉพาะกรณีที่อ้วนมากๆแล้วมีแผลที่เกิดจากการเสียดสีแผลแตก เกิดการอักเสบตามมา

2.4.2 ปัญหาขาดสารอาหาร

ปัญหาโภชนาการไม่ได้มีเฉพาะเรื่องโรคอ้วน แต่ยังมีปัญหาขาดสารอาหาร ได้แก่ การขาดโปรตีนและพลังงาน ภาวะโลหิตจางและการขาดสารไอโอดีน (อบเชย วงศ์ทอง, 2546)

1. การขาดโปรตีนและพลังงาน หมายถึง ภาวะที่เม็ดเลือดแดงต่ำ หรือระดับฮีโมโกลบินต่ำทำให้เลือดมีสีจาง อาจเกิดจากการขาดธาตุเหล็ก วิตามินบางชนิด พบมากที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รองลงมาคือภาคใต้ ภาคกลางเป็นปัญหาน้อยกว่าภาคอื่นๆ

2. ภาวะโลหิตจาง หมายถึง ภาวะที่เม็ดเลือดแดงต่ำ หรือระดับฮีโมโกลบินต่ำทำให้เลือดมีสีจาง อาจเกิดจากการขาดธาตุเหล็ก วิตามินบางชนิด พบมากที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รองลงมา คือ ภาคใต้ ภาคกลางเป็นปัญหาน้อยกว่าภาคอื่นๆ

3. การขาดสารไอโอดีน มักจะเห็นในลักษณะของโรคคอพอก โรคคอพอกจะเพิ่มมากขึ้น เมื่ออายุเพิ่มขึ้นจะพบมากในเด็กผู้หญิงมากกว่าเด็กผู้ชาย เด็กนักเรียนที่เป็นโรคคอพอกจะมีผลการเรียน และสติปัญญาต่ำกว่าเด็กที่ไม่เป็นคอพอก

จากการศึกษาข่าวสารเกี่ยวข้องพบว่ามีปัญหาเกี่ยวกับโภชนาการในประเทศไทยดังต่อไปนี้

สุรารัตน์ เกยุราพันธ์ (2548: ออนไลน์) ได้กล่าวว่า ขณะนี้เด็กไทยกำลังประสบปัญหา เรื่องโภชนาการเป็นอย่างมากทั้งเด็กที่อยู่ในเขตเมือง และชนบท ในปี พ.ศ. 2544 พบว่าเด็กที่อยู่ในพื้นที่ทุรกันดารบางแห่ง มีอัตราการขาดสารอาหารสูง ถึงร้อยละ 20 ส่วนเด็กในเขตเมืองจะพบปัญหาโภชนาการเกินในเด็กชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-6 ใน 65 จังหวัด พบอยู่ในภาวะอ้วนร้อยละ 12 เพิ่มเป็นร้อยละ 13 ในปี พ.ศ. 2545 ดังนั้นในปี พ.ศ. 2548 ได้มีนโยบายทำโครงการโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพและนำองค์ประกอบด้านโภชนาการ และอาหารที่ปลอดภัยมาเป็นเกณฑ์ประเมิน เพื่อส่งเสริมให้เด็กนักเรียนทุกคนมีภาวะโภชนาการที่ดี สมองมีศักยภาพในการเรียนรู้ดีขึ้น

แสงโสม สีนะวัฒน์ (2548: 2) ได้กล่าวถึงผลสำรวจระดับเซาว์ปัญญาของเด็กไทย ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาว่า เด็กไทยมีปัญหาในระดับสติปัญญาลดต่ำลง โดยค่าเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 88 ระดับเซาว์ปัญญาของเด็กวัยก่อนเรียนอายุระหว่าง 6-13 ปี โดยสุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนของประเทศ พบว่ามีระดับไอคิวต่ำกว่าปกติ ร้อยละ 4.1 ก่อนข้างต่ำ ร้อยละ 59.9 ระดับปกติ ร้อยละ 29.7 ก่อนข้างสูง ร้อยละ 5.5 และสูงกว่าปกติ หรืออัจฉริยะ 0.9 สาเหตุที่ทำให้ไอคิวต่ำจากการขาดสารไอโอดีน ขณะนี้มีเพียงร้อยละ 60 ของประเทศ จึงจัดหาเกลือเสริมไอโอดีนให้แก่หญิงตั้งครรภ์ที่มาฝากครรภ์ แจกวิตามินน้ำเสริมธาตุเหล็กให้กับเด็กก่อนวัยก่อนเรียนทุกคน ตั้งแต่แรกเกิดถึง 3 ขวบ ซึ่งเป็นช่วงที่สมองมีการพัฒนาอย่างเต็มที่

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า การเกิดภาวะโภชนาการเกิน ขาดการออกกำลังกาย ขาดโปรตีน พลังงาน ภาวะโลหิตจาง และขาดสารไอโอดีน ทำให้เกิดปัญหาโภชนาการในประเทศไทย

3. ขนม

3.1 ความหมายของขนม

คำว่าขนม นั้น พระราชวงศ์เธอ กรมหมื่นจรัสพรปฏิญาณได้ทรงตั้งข้อสันนิษฐานไว้ว่า “ขนม” เพี้ยนมาจาก “เข้าขนม” เนื่องจาก “ขนม” นั้นแปลว่า หวาน แต่กลับไม่ปรากฏความของคำว่า “ขนม” มีเพียงบอกไว้ว่าทางเหนือเรียกขนมว่า “ข้าวขนม” แต่ถึงอย่างไรก็ไม่พบความหมายของคำว่า “ขนม” ในฐานะคำท้องถิ่นภาคเหนือเมื่ออยู่โดดๆ ในพจนานุกรมเช่นกัน

อีกข้อ สันนิษฐานหนึ่งก็นับว่าน่าสนใจไม่น้อย คำว่า “ขนม” อาจมาจากคำในภาษาเขมรว่า “หนม” ที่หมายถึง อาหารที่ทำมาจากแป้ง เมื่อลองพิจารณาแล้วพบว่าขนมส่วนใหญ่ล้วนทำมาจากแป้งทั้งนั้น โดยมีน้ำตาลและกะทิเป็นส่วนผสม ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า “ขนม” เพี้ยนมาจาก “หนม” ในภาษาเขมรก็เป็นได้

คำว่า “ขนม” ตามพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้อธิบายไว้ว่า ขนมเป็นนาม หมายถึง ของที่กินไม่ใช่กับข้าว มักปรุงด้วยแป้ง หรือ ข้าว กะทิ และน้ำตาล ของหวานทางเหนือ เรียกว่า “ข้าวขนม” (กองบรรณาธิการลาดซื้อ. 2547: 29)

ส. พลายน้อย (2545:17) อธิบายความหมายของขนมว่า ขนมมีทางมาได้สองทาง คือมาจากข้าวหนมคำหนึ่ง กับข้าวหนมคำหนึ่ง ข้าวหนมก็โดยเข้าใจว่าเป็นข้าวผสมกับน้ำอ้อย น้ำตาลอนุโลมคำว่า หนม แปลว่าหวาน อย่างข้าวหนม ก็แปลว่า ข้าวหวาน ต่อมาเรียกสั้นๆ เร็วๆ เข้าก็กลายเป็นขนมไป

พจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ พ.ศ. 2530 ได้อธิบายความหมายของขนม (ชะ – หนม) ว่าเป็นคำนาม หมายถึง ของหวานชนิดต่างๆที่เป็นอาหาร ภาษาถิ่นเหนือเรียกว่า ข้าวหนม (ณัฐพรรณ ตริเดชา. 2547: 13 อ้างอิงจาก จรรยาพร บุญเหลือ. 2539: 7)

จากความหมายดังกล่าวสรุปได้ว่า ขนมเป็นของหวานชนิดต่างๆ ที่ทำมาจากแป้ง กะทิ และน้ำตาล เป็นส่วนประกอบหลัก

3.2 ชนิดของขนมที่เด็กบริโภค

อุไรพร จิตต์แจ้งและคณะ (2547: 13) ได้อ้างถึงข้อมูล การบันทึก 24 ชั่วโมง การกินอาหารและขนมของเด็ก ได้จำแนกชนิดขนมต่างๆ ดังนี้

1. ขนมไทย หมายถึง ขนมสด ข้าวเหนียวหน้าต่างๆ ขนมหน้ากะทิ ขนมใส่กะทิ ขนมกวน และขนมเชื่อม
2. ขนมที่ทำจากแป้งสาลีเนื้อนุ่ม หมายถึงเค้ก โดนัท ขนมปังสอดไส้ ซาลาเปา โมจิ ขนมเปียะ ขนมปังทาแยม/โรยน้ำตาล
3. ขนมเวเฟอร์ คูกี้ หมายถึง เวเฟอร์สอดไส้ ขนมปังบุหรี เคลือบ/ไม่เคลือบน้ำตาล แครกเกอร์หวาน/ไม่หวาน คูกี้ต่างๆ ขนมผิง
4. แป้งกรอบ หมายถึง แป้งกรุบกรอบ หวาน/ไม่หวาน มันฝรั่งแผ่นทอดกรอบ ขนมสาคูฉูด ฉาด บะหมี่กรอบกินเล่น

5. เมล็ดพืช ปลาเส้น ขนมหอด หมายถึง เมล็ดพืชทอด/อบ/หวาน/ไม่หวาน ปลาเส้น ขนมหอด อาหารว่างจิ้ม/ไม่จิ้ม

6. ลูกอมช็อกโกแลต หมายถึง ช็อกโกแลต ลูกอมชนิดแข็ง ลูกอมชนิดเหนียว ทอฟฟี่นม หมากฝรั่ง นมอัดเม็ด

สุริยเดว ทรีปาตี และคณะ (2547: 19) ได้จำแนกประเภทขนม ดังนี้

1. ขนมหอมที่เคลือบน้ำตาล เช่น ขนมหอมบั้งแครกเกอร์ มันฝรั่งทอดรสธรรมดา หรืออาจจะเป็นขนมหอมบั้งแป้งสาลีอบบั้งหรือกรอบบั้ง แต่ไม่ได้เคลือบ

2. ขนมหอมเคลือบน้ำตาล และอาจจะบวกรสชาติต่างๆ เช่น ช็อกโกแลตเคลือบน้ำตาล กลุ่มของที่เป็นคุกกี้ หรืออาจจะเป็นในรูปของเวเฟอร์ต่างๆ เหล่านี้จะจัดอยู่ในกลุ่มนี้

3. ลูกอมน้ำตาล หรือขนมเหนียวติดฟัน ไม่ว่าจะเป็นหมากฝรั่ง ลูกอมชนิดต่างๆ อาจจะเป็นผลไม้ หรืออาจจะเป็นลูกอมช็อกโกแลต

4. ขนมโปรตีนอบแห้ง จำพวกปลาหมึกอบแห้ง หรืออาจจะเป็นเมล็ดธัญพืช เมล็ดทานตะวัน เมล็ดแตงโม หรือเมล็ดอะไรต่างๆ เหล่านี้

5. ขนมไทยๆ

นอกจากนี้ผลการสืบค้นคำว่าขนม (ขนม. 2548: ออนไลน์) พบคำว่าขนมมีทั้งหมด 54 ชนิด ซึ่งขนมแต่ละชนิด จะจัดอยู่ในหมวด และกลุ่มต่างๆ ดังต่อไปนี้

ตาราง 3 การจัดหมวดขนม

ชื่อขนม	อยู่ในหมวด	กลุ่ม
1. เมล็ดทานตะวัน	ถั่ว/สาหร่าย	โปรตีน
2. มันฝรั่งทอด	ข้าวโพด/เผือก/มัน	แป้งและน้ำตาล
3. ขนมหอมเคลือบช็อกโกแลต	แป้งกรอบ	แป้งและน้ำตาล
4. กล้วยแขก	ผลไม้แห้ง(ทอด, กวน, ฉาบ, เค็ม)	ผลไม้
5. ปลาเส้น	ปลาหมึก/ปลาเส้น	โปรตีน
6. ขนมชั้น	ขนมไทย	แป้งและน้ำตาล

ที่มา : ขนม. (2548 : ออนไลน์)

จากที่กล่าวมาแล้วสรุปได้ว่า ชนิดของขนมที่เด็กบริโภค ได้จำแนกตามลักษณะ และกลุ่มสารอาหาร

3.3 ลักษณะของขนมไทย

ณัฐพรรณ ตริเตชา (2547: 12) กล่าวถึงขนมไทยว่า ขนมไทยจัดเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่เก่าแก่ที่สุดอย่างหนึ่ง ซึ่งมีรากเหง้ามาจากสังคมเกษตร ผูกพันกับธรรมชาติ วัตถุดิบที่นำมาทำขนมล้วนมาจากธรรมชาติ และมักจัดทำตามเทศกาลและงานมงคลต่างๆ ดังนี้

- เทศกาลตรุษสงกรานต์ ที่มีพ่อแม่ญาติพี่น้องมารวมกันจะกว่นข้าวเหนียวแดงและกะละแม เมื่อทำเสร็จแล้วนำไปทำบุญที่วัดร่วมกัน สะท้อนให้เห็นถึงความสามัคคีในครอบครัวและสังคมไทย

- เทศกาลสารทไทย ทางภาคเหนือนิยมกว่นกระยาสารทไปทำบุญถวายพระเพื่ออุทิศส่วนกุศลให้แก่ผู้ล่วงลับ โดยมีกล้วยไข่เคียงคู่กัน ส่วนทางภาคใต้โดยเฉพาะที่จังหวัดนครศรีธรรมราช จะจัดประเพณีงานสารทเดือนสิบ ขนมในงานบุญหลายชนิด เช่น ขนมลา ขนมบ้า ขนมดีซำ ขนมพอง ขนมไข่ปลา ขนมโค ขนมแดง ฯลฯ

- งานบุญออกพรรษา หรืองานตักบาตรเทโว จะจัดทำข้าวต้มมัด หรือข้าวต้มผัดทางภาคกลาง จะห่อและมัดเป็นกลีบโดยใช้ใบตองและเชือกกล้วย ส่วนทางใต้ห่อเป็นทรงกรวย โดยใช้ใบกะพ้อแต่ไม่มีมัด บางท้องถิ่นห่อเป็นก้อนด้วยใบเตยหรือใบอ้อยแล้วไว้หางยาวเรียกว่าข้าวต้มลูกโยน

- งานมงคล ขนมตระกูลทอง เป็นของหวานที่นิยมทำบุญเลี้ยงพระในงานมงคลเช่น ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง ทองเอก ขนมถ้วยฟู ขนมชั้น เพราะคำว่าทอง เป็นของดีมีมงคล เพื่อที่จะได้มีบุญกุศล มีเงิน มีทอง มีลาภยศสรรเสริญ สมชื่อขนม

- ขนมแต่ผู้ยากไร้ สมัยก่อนยังมีงานเลี้ยงใหม่ของเศรษฐี และข้าราชการผู้มีเมตตาจะเรียกชาวบ้านากินกัน ขนมที่ถูกนำมาเลี้ยง คือ ขนมสี่ถ้วย ได้แก่ ขนมไข่กบ หรือเม็ดแมงลัก ขนมกบปลอย หรือลอดช่อง ขนมนางลอย หรือข้าวเม่า และขนมไอ้ต้อหรือข้าวเหนียวดำเนึ่ง ขนมทั้ง 4 ชนิดนี้ จะรับประทานร่วมกับน้ำกะทิ

- ขนมที่ใช้เป็นของขวัญ การส่งมอบขนมเป็นของขวัญให้แก่ผู้ที่ได้รับการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง เลื่อนยศบรรดาศักดิ์ เพื่อสื่อความหมายต่างๆกันไป ซึ่งล้วนแต่เป็นมงคลทั้งสิ้น การยกย่องกันที่สุด เห็นจะได้แก่ การมอบขนมจ่ามงกุฎ หมายถึงหัวหน้าที่เป็นใหญ่ ขนมชั้น นับแสดงถึง ความเจริญ เป็นชั้นที่สูงขึ้นๆ ขนมถ้วยฟู หมายถึง ความเจริญเฟื่องฟู ขนมตาล หมายถึง ชีวิตที่หวานราบเรียบ ขนมทองเอก หมายถึง ชีวิตที่เป็นหนึ่งตลอด ขนมลูกชุบ หมายถึง น่ารัก น่าเอ็นดู ซึ่งมักจะเป็นผู้ใหญ่ให้ผู้น้อย ขนมมะพร้าว หรือ ข้าวเหนียวแก้ว ที่สื่อถึงแก้วอันประเสริฐ ขนมเสน่ห์จันทร์ หมายถึง ความมีเสน่ห์ดึงดูดดวงจันทร์วันเพ็ญ ที่เป็นเช่นนี้ อันเนื่องมาจากความเชื่อที่สืบทอดต่อกันมาว่า ขนมหวานเป็นอาหารพิเศษสำหรับผู้มีบุญ ความหวานช่วยสร้างสรีระมิตรภาพและความรัก

ดังที่กล่าวมา จึงสรุปได้ว่า สำหรับสังคมไทย ขนมหวานจะมีความหมายเกี่ยวข้องกับบุญกุศล ความรัก ความสุข และความสามัคคี

3.4 การจำแนกขนมไทย

ขนมไทยมีหลายประเภท แต่ละประเภทขึ้นอยู่กับวิธีการทำ ดังตาราง 4

ตาราง 4 ขนมไทยประเภทต่างๆ

ขนมประเภทไข่	ฝอยทอง ทองหยิบ ทองหยอด สังขยา ฯลฯ
ขนมประเภทหนึ่ง	ขนมชั้น ขนมสาเล่ ขนมน้ำตาลไม้ ขนมทราย ขนมปุยฝ้าย ขนมถั่วฟู ขนมไส้ไส้ ขนมตาล ขนมกล้วย ขนมถั่ว ฯลฯ
ขนมประเภทต้น	ขนมต้มแดง ขนมต้มขาว มันต้มน้ำตาล ข้าวต้มน้ำวุ้น ฯลฯ
ขนมประเภทกวน	ขนมเปียกปูน ชำหรับ ขนมตะโก้ กะละแม ข้าวเหนียวแก้ว ลูกชุบ ผลไม้กวนชนิดต่างๆ
ขนมประเภทอบและผิง	ขนมหม้อแกง ขนมผิง ขนมดอกเกตุขาว ขนมบ้าบิ่น ขนมหน้านวล ฯลฯ
ขนมประเภททอด	ขนมมันฝรั่ง กล้วยแขก ขนมทองพลุ ขนมดอกจอก ขนมกง ขนมฝักบัว ขนมสามเกลอ ฯลฯ
ขนมประเภทปิ้งและย่าง	ข้าวเหนียวปิ้ง ขนมจาก ขนมทองม้วน ขนมทองพับ ฯลฯ
ขนมประเภทเชื่อม	กล้วยเชื่อม มันสำปะหลังเชื่อม ลูกตาลเชื่อม สาเกเชื่อม ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง เม็ดขนุน ฯลฯ
ขนมประเภทฉาบ	เผือกฉาบ กล้วยฉาบ มันฉาบ ฯลฯ
ขนมประเภทน้ำกะทิ	เผือกน้ำกะทิ ลอดช่องน้ำกะทิ ฯลฯ
ขนมประเภทน้ำเชื่อม	ผลไม้ลอยตัว วุ้นน้ำเชื่อม ฯลฯ
ขนมประเภทบวด	กล้วยบวดชี แกงบวดเผือก
ขนมประเภทแช่อิ่ม	มะม่วงแช่อิ่ม มะเขือเทศแช่อิ่ม กะท้อนแช่อิ่ม ฯลฯ

ที่มา : กองโภชนาการ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (ม.ป.ป.). คุณค่าทางโภชนาการทางอาหารไทย. วารสารฉลาดซื้อ. 11(61):27.

3.5 ประโยชน์ของอาหารในขนมไทย

ขนมเป็นของคู่เด็ก แต่ทำอย่างไรถึงจะให้เด็กกินขนมได้อย่างมีความสุขและรับประทานได้อย่างถูกวิธี ก็จะไม่ทำให้ขนมที่รับประทานนั้นทำลายสุขภาพ สิ่งเหล่านี้จะต้องฝึกตั้งแต่เด็ก ซึ่งขนมไทยของเราก็มีข้อดีกว่าขนมถุง ขนมโรงงานที่ขายอยู่ทั่วไปหลายประการ ดังนี้

3.5.1 สารอาหารที่ได้รับจากขนมไทย

จากการสำรวจคุณค่าทางโภชนาการของขนมไทย ของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข พบว่า ขนมไทยส่วนใหญ่นอกจากจะมีคุณค่าในสารอาหารหลักๆ อย่าง คาร์โบไฮเดรต โปรตีน ไขมันแล้ว ยังมีแร่ธาตุและวิตามินที่สำคัญต่อร่างกายรวมอีกด้วย อาทิเช่น แคลเซียม ฟอสฟอรัส เหล็ก วิตามินเอ เรตินอล แคโรทีน เป็นต้น

3.5.2 ประโยชน์ของใยอาหารในขนมไทย

- ใยอาหารหรือ Fiber ใยอาหารที่แท้จริงแล้ว คือ คาร์โบไฮเดรตเชิงซ้อนที่ไม่ใช่แป้ง ซึ่งเป็นส่วนประกอบหลักของพืชผัก ใยอาหารช่วยกระตุ้นการทำงานของลำไส้ ทำให้ระบบขับถ่ายปกติ ช่วยดูดซับสารต่อมะเร็ง ช่วยลดการดูดซึมไขมันและโคเลสเตอรอล เพื่อสุขภาพควรบริโภคอาหารที่มีใยอาหารในประมาณ 25-30 กรัม ซึ่งในขนมไทยต่างมีใยอาหารอยู่ทั้งสิ้น

- เบต้าแคโรทีน เป็นองค์ประกอบหลักของสารสีส้มแดง สีเหลืองในพืชผัก ผลไม้ เป็นแหล่งของวิตามินเอ เพราะร่างกายสามารถเปลี่ยนเบต้าแคโรทีนไปเป็นวิตามินเอได้ ซึ่งวิตามินเอนี้เป็นชนิดไม่ละลายน้ำมีหน้าที่เกี่ยวกับการมองเห็น การเจริญเติบโตเป็นสารต้านอนุมูลอิสระของไขมันแบบผนังเซลล์ทำให้ระบบต่างๆ ของร่างกายทำงานได้ดี แคลเซียมเป็นธาตุอาหารที่เป็นโครงสร้างของกระดูกและฟัน ช่วยหดตัวของกล้ามเนื้อ และการเต้นของหัวใจ ช่วยกระตุ้นการทำงานของเอนไซม์

3.5.3 ขนมไทยมีความหลากหลาย

ในอดีตขนมครกกับขนมกล้วย เป็นขนมยอดนิยมของคนไทยยุคก่อน เพราะส่วนผสมและเครื่องปรุงหาง่าย ซึ่งปัจจุบันขนมครกยังจัดเป็นอาหารเข้าแบบเบาๆ สำหรับคนทำงาน ขนมน้ำ เช่น ขนมแกงบวดต่างๆ เช่น พักทองแกงบวด มันบวด กล้วยบวดชี นอกจากนั้นยังมีขนมเชื่อม ขนมกวน และผลไม้ดอง ผลไม้แช่อิ่ม ทำให้สามารถเลือกรับประทานได้อย่างเหมาะสม

3.5.4 ขนมไทยสอนให้รู้จักการกินแบบไทยๆ

การกินน้อย กินพอประมาณ จะช่วยให้ร่างกายสามารถจัดสิ่งที่ล้นเกินความต้องการได้อย่างเป็นระบบมีประสิทธิภาพ หวานพอดี เค็มพอดี มันพอดี ไม่เป็นการทำร้ายรับอวัยวะขับถ่ายของร่างกายเสื่อมทรุดไปอย่างรวดเร็ว

3.5.5 เด็กได้มีโอกาสได้ร่วมกิจกรรมในการทำขนม

เพราะขนมไทยเป็นขนมที่มีวิธีการทำ เป็นการสอนเรื่องความหมายที่มาที่ไป เป็นการสร้างทักษะความรักความอบอุ่นสานสายใยครอบครัว และทำให้เด็กห่างไกลภัยจากขนมขบเคี้ยวต่างๆ ได้อย่างหนึ่ง สำหรับขนมไทยมีเคล็ดลับการรับประทาน เพราะด้วยวัตถุดิบที่หลากหลาย ทำให้ขนมไทยมีความพอดีอยู่ในตัว คือ ไม่หวานไม่มันจนกินพอดี แต่อย่างไรก็ดีขนมไทยก็ยังเป็นของหวานที่มีส่วนประกอบของน้ำหรือขนม น้ำดีกว่าเชื่อมหรือแห้ง เพราะน้ำที่เป็นส่วนประกอบในขนมจะทำให้มีสัดส่วนของแห้งและน้ำตาลน้อย เช่น เผือกน้ำกะทิ ลดช่องน้ำกะทิ ผลไม้ลอยแก้ว ซึ่งสามารถเติมน้ำแข็งใส่เพิ่มเข้าไปได้

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า ขนมไทยเป็นขนมที่มีความหลากหลาย สามารถเลือกรับประทานได้อย่างเหมาะสมมีคุณค่าของสารอาหารต่างๆที่จำเป็นต่อร่างกายช่วยสร้างความรักความสามัคคีและความอบอุ่นในครอบครัว

3.6 ความหมายของขนมขนมขบเคี้ยว

ภัทธานี เลิศพัฒนามคม (2544: 3) ได้ให้ความหมายของขนมขบเคี้ยว หมายถึงอาหารที่ใช้รับประทานเล่นระหว่างมื้อหลัก ลักษณะเด่นของขนมขบเคี้ยว ในปัจจุบัน คือ น้ำหนักน้อย เก็บรักษาง่าย นำติดตัวไปในที่ต่างๆ

ปิยะดา ประเสริฐสม (2547: 18) ได้ให้ความหมายขนมของเด็กในยุคปัจจุบันว่าขนมพันธุ์ใหม่ ซึ่งเป็นของขนมที่มีรูปลักษณะสีสันชวนหยิบ ชวนกิน มีหน้าตา และรสชาติหลากหลายรูปแบบ

3.7 ลักษณะของขนมขบเคี้ยว

ปัจจุบันเทคโนโลยีการผลิตขนมขบเคี้ยว หรือขนมอบกรอบได้พัฒนาเอาเครื่องกลไก ที่เรียกว่า เครื่องเอ็กสตรูเดอร์ (Eatruders หรือ Extrusion Process) มาเป็นตัวจักรสำคัญในการผลิต ซึ่งทำให้รูปแบบของการผลิตขนมขบเคี้ยวมีความหลากหลายแตกต่างกันไปมากมาย ซึ่งสามารถแบ่งรุ่นหรือระดับการผลิตได้ 3 ลักษณะ คือ

ลักษณะที่ 1 อาหารขบเคี้ยวที่ผลิตและนิยมรับประทานกันมาก ได้แก่ พวกมันฝรั่งทอด ข้าวโพดคั่ว และพวกขนมปังกรอบแข็งที่เรียกว่า แครกเกอร์ (Crackers)

ลักษณะที่ 2 เป็นการนำวัตถุดิบเข้าสู่กระบวนการอัดพอง ทำให้ขึ้นและสุก อัดเป็นรูปร่างๆ ต่างๆ แล้วอบให้แห้ง จากนั้นจึงนำไปปรุงแต่งกลิ่นรส เช่น พวกขนมอบกรอบอย่างทวิสตี หรือ คอรันพัพ เป็นต้น

ลักษณะที่ 3 อันนี้จะขึ้นตอนมากขึ้นไปอีก เพราะหลังจากทำให้สุก (อัดแต่ยังไม่พอง)จะต้องผ่านกระบวนการขึ้นรูป เครื่องอัดขนมให้เกิดเป็นรูปทรงที่แปลกๆ แล้วจึงนำไปทอดอีกที จากนั้นจึงปรุงแต่งกลิ่นรสต่อไป ผลิตภัณฑ์ที่คุ้นตา ได้แก่ ขนมขบเคี้ยวที่มีรูปร่างเป็นเกลียวสามเหลี่ยมพองๆ พวกโปเต้ คอนเน้ เป็นต้น (นานาสารัตตะด้านสุขภาพ. 2548: ออนไลน์) ซึ่งสอดคล้องกับ ภัทธานี เลิศพัฒนามคม (2544: 3) ที่กล่าวถึงวิธีการผลิตขนมขบเคี้ยว ผลิตได้เป็น 4 ชนิด คือ

1. Deep fat fried เป็นการแบ่งทอดในน้ำมันจะใช้เวลาในการทอดลักษณะของผลิตภัณฑ์มีทั้งแบบแผ่น แ่ง วงแหวน และรูปแบบอื่นๆ

2. Quick fried ใช้เวลาในการทอดรวดเร็ว ใช้อุณหภูมิประมาณ 200 องศาเซลเซียส ในระยะเวลาสั้น 10-15 วินาที ผลิตภัณฑ์จะมีลักษณะเป็นแผ่นบาง

3. Extrusion cooked ใช้วิธีพืซทั้งเมล็ด หรือใช้แป้งมันฝรั่งผสมน้ำวนจนเกิดโด (Dough) ทำให้สุก ภายใต้อุณหภูมิสูง และอุณหภูมิสูง ทำให้แห้งแล้วนำเข้าเครื่องเอ็กสตรูเดอร์ ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีรูปร่างเป็นแผ่นบางสามารถปรับขนาดตามความต้องการได้

4. Roasted เป็นการอบ นิยมใช้กับผลิตภัณฑ์ประเภทถั่ว

จากที่กล่าวมาสรุปได้ลักษณะของขนมขบเคี้ยว จะมีความกรอบ ความพองและความเบา

3.8 การโฆษณาขนมขบเคี้ยว

มีผู้ให้ความหมายของการโฆษณา ไว้ดังนี้

ลักษณะ สตะเวทิน (2542: 16-17) กล่าวถึงนักวิชาการ นักวิชาชีพ และสมาคมวิชาชีพทางการโฆษณา ได้ให้ความหมายการโฆษณา ตามความคิดเห็นของบุคคลต่างๆ ไว้ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2525 ได้ให้ความหมายไว้ว่า “โฆษณา” หมายถึง การเผยแพร่หนังสือออกไปยังสาธารณชน การเป่าร้อง การป่าวประกาศ เช่น โฆษณาสินค้า

ความหมายของการโฆษณาตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ได้ให้ความหมายว่า “การโฆษณา” เป็นการทำให้ข้อความปรากฏแก่ประชาชน เช่น ลงพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ หรือเอกสารเผยแพร่ติดต่อกับสิ่งก่อสร้างหรือสิ่งอื่นที่ประชาชนมองเห็นได้ ติดอยู่กับเรือ รถยนต์ พาหนะอื่นที่เป็นสาธารณะ ตลอดจนการแพร่เสียงทางวิทยุ โทรทัศน์ การแสดงด้วยประการใดๆ ซึ่งประชาชนสามารถมองเห็นหรือทราบได้ (พิบูล ที่ปะปาล. 2530: 313)

แมนเดลล์ (Mandell) ศาสตราจารย์แห่ง Bowling Green State University สหรัฐอเมริกา กล่าวว่า การโฆษณา หมายถึง รูปแบบการส่งเสริมโดยผ่านสื่อโฆษณา และต้องเสียค่าใช้จ่ายโดยผู้อุปถัมภ์

ดุนน์ และ บาร์บาน (Dunn & Barban.) กล่าวว่า การโฆษณาเป็นการสื่อสารโดยองค์การธุรกิจ องค์การสาธารณกุศล หรือ บุคคล เพื่อมุ่งหวังที่จะแจ้งข่าวสารหรือชักชวนไปยังกลุ่มผู้รับสารโดยผ่านสื่อโฆษณาด้วยการจ่ายค่าตอบแทนและมีผู้อุปถัมภ์

ไรท์ และ วอร์เนอร์ (Wright & Warner.) กล่าวว่า การโฆษณา คือการชักชวนโดยระบุชื่อผู้โฆษณาและควบคุมได้ โดยผ่านสื่อมวลชน

โฆษณาที่บัญญัติโดย สมาคมการตลาดอเมริกัน (American Marketing Association) หมายถึงการจ่ายเงินเพื่อการเสนอขายใดๆ ที่ไม่ต้องอาศัยบุคคล และเพื่อส่งเสริมความคิดเกี่ยวกับสินค้าและบริการโดยสปอนเซอร์ที่ระบุแน่ชัด ฉะนั้นการโฆษณาของผู้ค้าปลีกก็คือ การส่งเสริมสินค้าและบริการต่างๆ ที่เขามีอยู่ในร้านค้าของเขา เพื่อให้คนสนใจในขณะที่เข้าไปในร้าน เป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าสนองความต้องการของเขาด้วยสินค้าในร้าน และเพื่อสร้างค่ารสนิยมให้กับร้านค้าของเขาหรืออาจกล่าวได้อีกอย่างหนึ่งว่า เป็นการพยายามของผู้ค้าปลีกที่จะสร้างภาพพจน์(Image) ที่ดีให้เกิดขึ้นกับร้านค้า

สรุปความหมายของการโฆษณาตามลักษณะ สตะเวทิน (2542:16 -17) นำเสนอคือ การชักชวน เพื่อส่งเสริมการขายโดยผ่านสื่อโฆษณาด้วยการจ่ายค่าตอบแทน

เสรี วังษ์มณฑา (2540: 2) การโฆษณา (Advertising) เป็นกระบวนการทางด้านสื่อสารมวลชนประเภทหนึ่งที่เกิดขึ้น เพื่อจูงใจให้คนมีความต้องการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ โดยอาศัยเหตุผลจริง หรือเหตุผลสมมติจูงใจให้เกิดความชื่นชอบในสินค้าหรือบริการ โดยมีการซื้อสื่อซื้อเวลา ซื้อพื้นที่ เพื่อการเผยแพร่ และระบุโฆษณาอย่างชัดเจน

สุดาตวง เรืองรุจิระ (2541: 275) การโฆษณา เป็นการสื่อสารถึงกลุ่มผู้บริโภคจำนวนมากที่อยู่กระจัดกระจายได้ในระยะเวลาที่รวดเร็ว โดยผ่านสื่อมวลชนต่างๆเป็นการจูงใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้เกิดความต้องการในสินค้าหรือบริการ หรือแนวคิดอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นปัจจุบันหรืออนาคต การโฆษณาอาจจัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนการเสนอขายของพนักงานขาย เพื่อสร้างความรู้จักให้เกิดขึ้นก่อนการเสนอขายจริง ช่วยให้ร้านค้าคนกลางที่รับสินค้าไปจำหน่ายเกิดความมั่นใจในการสนับสนุนการขายของเจ้าของสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาด โฆษณาช่วยขยายการใช้ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น

สรุปได้ว่า การโฆษณาเป็นกระบวนการที่ผู้ผลิตต้องการสื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์

3.9 อิทธิพลการโฆษณา

กรณีการ พรหมเสาร์ (2547: 46-48) กล่าวถึงเด็กกับโฆษณาว่า ทำอย่างไรเด็กไทยถึงจะรู้ถึงการแยกแยะระหว่างข้อเท็จจริงกับโฆษณาเวลาดูโทรทัศน์ ยังมีเด็กอีกเป็นจำนวนมากที่ไม่รู้ว่าโฆษณาไม่ใช่ข้อเท็จจริง มีตัวเลขของบริษัทออดิเอ็ม ไดเร็กซ์ (ประเทศไทย) จำกัด อ้างในมติชนสุดสัปดาห์ว่า เงินค่าโฆษณาปี 2546 สูงถึง 21,806,486 พันล้านบาท ขณะที่เพียงสี่เดือนแรกของปี 2547 ตัวเลขพุ่งไปถึง 26,867,095 พันล้านบาทของโฆษณาขนมเด็ก เราจำเป็นต้องแยกแยะให้ได้ว่า อะไรเป็นโฆษณาที่ดี และอะไรเป็นโฆษณาที่เลว ดีเลวที่นี้ไม่ใช่ผลของการโฆษณา แต่เป็นในแง่จริยธรรม ซึ่งแยกออกเป็นโฆษณาที่เหมาะสมกับไม่เหมาะสม โฆษณาที่เหมาะสมจะต้องให้ข้อมูลตรงไปตรงมา เกี่ยวข้องกับตัวสินค้า และเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจซื้อ เช่น คุณภาพของสินค้า ราคา ขณะที่โฆษณาที่ไม่เหมาะสมมักเน้นอารมณ์คนเป็นหลัก สร้างความอยากโน้มน้าวให้เชื่อถือสิ่งนั้น โฆษณากับบริโภคนิยมเป็นของคู่กัน นักเขียนสองคน คือ Jonathan Bond กับ Richard Kirshenbaum กล่าวไว้ในหนังสือของเขาที่ชื่อว่า “Under the Radar-Talking to Today ‘s Cynical Consumer” ว่าผู้บริโภคก็เหมือนแมลงสาบ เราพ่นยาฆ่าแมลงใส่มันทุกวัน มันจะค่อยๆพัฒนาความต้านทานขึ้นมาเอง ผู้บริโภคก็เหมือนกัน ถ้าถูกน้ำยาการตลาดพ่นใส่ทุกวัน เดี่ยวก็จะค่อยๆพัฒนาความภักดีต่อยี่ห้อสินค้าขึ้นมาเอง ซึ่งสอดคล้องกับ สิริมา เตชะไกรศรี (2544: 79-80) ที่ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่องปัจจัยและส่วนประกอบการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อขนมขบเคี้ยวประเภทมันฝรั่งทอดกรอบของผู้ซื้อในกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ซื้อตัดสินใจด้วยตนเอง โดยสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ที่สามารถจูงใจในการซื้อได้มากที่สุด จากงานวิจัยของจิรพรรณ นิสสกา (2541) พบว่าเด็กใช้โทรทัศน์ 26.62 ชั่วโมง/สัปดาห์ และจากข้อมูลสมุดปกแดง เด็กไทยรู้ทัน รายงาน

การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์เฉพาะช่วงเวลา 07.00-10.30 น. ของวันเสาร์ที่ 14 กุมภาพันธ์ 2547 พบว่า เด็กได้พบโฆษณาตรงของ 69 ผลิตภัณฑ์ด้วยความถี่ 132 ครั้ง โฆษณาแฝง 27 ผลิตภัณฑ์ความถี่ 355 ครั้ง ร้อยละ 88 เป็นการโฆษณาอาหาร ในจำนวนนี้ 44 ผลิตภัณฑ์เป็นโฆษณาสินค้าขนมกรอบๆและลูกอม ตาวาว (2547: 149) นอกจากนี้สำนักวิจัยเอแบคโพลล์ 2546 พบว่า เด็กอายุ 3-12 ปี ส่วนใหญ่ดูโทรทัศน์เฉลี่ย 3-5 ชั่วโมงต่อวัน สิ่งที่แอบแฝงคู่กันมาคือ เด็กบริโภคโฆษณาสินค้า ซึ่งเด็กอยากกินสิ่งที่เห็นในโทรทัศน์ อยากลองขนมขบเคี้ยวที่มีเสียงกรอบๆกรอบๆ ในปากทุกทีที่เคี้ยว หรืออยากลองลูกอมที่เด็กๆวัยเดียวกัน วังตามกันอย่างในโฆษณา ซึ่งการโฆษณาเป็นกลยุทธ์ของการตลาดที่สำคัญ โดยเฉพาะเด็ก ๆ ที่ถือเป็นกลุ่มบริโภคที่สำคัญแม้ไม่มีกำลังซื้อเอง แต่มีพลังอำนาจเหนือผู้ที่มีพลังอำนาจอย่างแท้จริง อย่างพ่อ แม่ ผู้ปกครอง และเด็กยังมีความอ่อนไหวถูกโน้มน้าวได้ง่าย (อัปสร เสถียรทิพย์ และ ลักษมี คงลาภ. 2547: 54) เราจึงควรให้ความสนใจและเอาใจใส่เด็กในการเลือกชมสื่อโดยเฉพาะกับสื่อโทรทัศน์ ซึ่งจิรพรรณ นิสสกา (2541) ได้มีข้อเสนอแนะว่า เด็กควรได้รับคำแนะนำจากผู้ปกครอง ถึงการใช้เวลาดูโทรทัศน์อย่างฉลาด ควรเลือกสาระรายการดีสำหรับเด็ก สอดคล้องกับการศึกษาจากมหาวิทยาลัยแอสตันฟอร์ด พบว่า เด็กๆเป็นผู้ได้รับอิทธิพลจากการโฆษณาง่ายที่สุด โฆษณา 30 วินาที สามารถเข้ามามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของเด็กอายุตั้งแต่ 2 ขวบขึ้นไป เด็กที่มีอายุน้อยมากๆไม่สามารถแยกแยะระหว่างการโฆษณาและรายการโทรทัศน์ได้ และไม่อาจทราบได้ว่าการโฆษณาเป็นเพียงการจูงใจให้คนซื้อของเท่านั้น (ชูซาน ลินน์ และไดแอน อี เลวิน. 2547: 39) ซึ่งลักษมี คงลาภ (2547: 46) กล่าวถึง Bulmer (200) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของเด็กอายุ 5-8 ขวบ ในประเทศนิวซีแลนด์ ผลการศึกษาพบว่า เด็กกลุ่มที่ซบซ้นมากที่สุด คือ เด็กวัย 8 ขวบ ซึ่งสามารถเข้าใจกลยุทธ์ต่างๆที่ใช้ในการขายสินค้า และเชื่อว่าสิ่งที่โฆษณาต้องการมากที่สุด คือ ผลกำไร เด็กวัยดังกล่าวเข้าใจว่าการโฆษณา เป็นการโน้มน้าวใจให้เกิดพฤติกรรมซื้อสินค้า ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าเด็กแต่ละช่วงอายุจะมีความเข้าใจเนื้อหาโฆษณาแตกต่างกัน การที่เด็กสามารถเข้าใจเนื้อหาโฆษณาทางโทรทัศน์ต่างกัน เป็นเพราะเด็กที่มีอายุน้อยมีความสามารถในการประมวลผลข้อมูล การจัดเก็บข้อมูล และการนำข้อมูลออกมาใช้อย่างจำกัด ซึ่งความสามารถนี้จะเปลี่ยนไปตามช่วงอายุ

สรุปได้ว่าเด็กแต่ละช่วงอายุจะมีความเข้าใจเนื้อหาโฆษณาแตกต่างกัน เด็กอายุน้อยมีการประมวลผลข้อมูล การจัดเก็บข้อมูลและการนำข้อมูลออกมาใช้น้อย ดังนั้นพ่อแม่ ผู้ปกครอง ควรมีการให้ความรู้ในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ที่มีประโยชน์และสาระที่เอื้อต่อการเรียนรู้

การควบคุมโฆษณา

การควบคุมโฆษณาทางโทรทัศน์สำหรับผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเด็กและเยาวชน ผลการศึกษาวิจัย พบว่า เด็กและเยาวชนดูรายการโฆษณาทางโทรทัศน์ ในลักษณะที่ไม่แตกต่างจากการดูโทรทัศน์รายการบันเทิงอื่นๆ ดังนั้น จึงมีโอกาที่จะรับและเชื่อข่าวสาร หรือตกอยู่ในอิทธิพล และการโฆษณาในหลายประเภทได้มีการวางหลักเกณฑ์ หรือมาตรการทางกฎหมายในเรื่องการ

โฆษณาในรายการเด็ก เพื่อคุ้มครองมิให้เด็กและเยาวชนได้รับอิทธิพลและผลกระทบโดยตรง ซึ่ง อับลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2547: 57) ได้กล่าวถึงประเทศออสเตรเลีย ห้ามเสนอโฆษณาในรายการสำหรับเด็กเล็กหรือรายการสำหรับเด็กก่อนวัยเรียนอายุ 3-5 ปี

ประเทศสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ทศวรรษ 1970 สภาคองเกรสผ่านร่างกฎหมายคุ้มครองเด็กในเรื่องผลกระทบจากโฆษณา รายการที่ออกอากาศ เสาร์-อาทิตย์ ให้มีการโฆษณาได้ไม่เกินชั่วโมงละ 10 นาที ครึ่ง วันจันทร์-ศุกร์ ให้มีการโฆษณาได้ไม่เกินชั่วโมงละ 12 นาที ซึ่งสอดคล้องกับสรุปผล คงลาภ (2547: 62) ระบุว่าพบว่ามีในประเทศอังกฤษ มีองค์กรชื่อ ITC (The Independent Television Commission) มีหน้าที่ออกใบอนุญาตแพร่ภาพเสียงในระบบอนาล็อก หรือระบบดิจิตอลและกำหนดมาตรฐานเนื้อหารายการโฆษณา การอุปถัมภ์รายการและคุณภาพทางเทคนิค ส่วนการคุ้มครองเด็ก มีข้อกำหนดหลายประการ เช่น การโฆษณาต้องไม่อาศัยประโยชน์จากการขาดประสบการณ์ของเด็ก เพราะเด็กมักจะซื้อสินค้าที่มีการโฆษณาในวงกว้าง เช่น การโฆษณาขนมขบเคี้ยว คำพูดหรือภาพที่คลุมเครือไม่ชัดเจน) ซึ่งอาจทำให้เด็กเข้าใจผิด ส่วนสโลแกน หรือ ความเห็น คำโอ้อวดเกินจริง หรือคำเย้ยหยันเหน็บแนมจะต้องใช้ความระมัดระวัง เป็นต้น

จากการเปรียบเทียบหลักเกณฑ์กับประเทศอื่นๆ พบว่า ประเทศไทย อนุญาตให้มีเวลาโฆษณาในรายการสูงกว่าประเทศอื่นๆ สื่อโฆษณาของไทยยังใช้เด็กเป็นผู้ขายสินค้าและบริการ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าเกี่ยวกับเด็ก หรือสินค้าสำหรับผู้ใหญ่ ซึ่งแตกต่างจากหลายประเทศที่มีข้อกำหนด ห้ามใช้เด็กโฆษณา การเสริมสร้างภูมิคุ้มกันแก่ผู้บริโภคตามแนวสือมวลชน ทำให้ผู้บริโภค เด็กมีโอกาสโอกาสพิจารณาไตร่ตรอง และความรู้ในการวินิจฉัยคุณค่าของสิ่งที่บริโภค ซึ่งปัจจุบันการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับคุณภาพสินค้าและการบริการอย่างรู้ทัน มีอยู่น้อยมาก เช่น วารสารฉลาดซื้อ เป็นวารสารที่จัดทำขึ้นโดยมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ซึ่งเสนอข่าวสารอีกด้านหนึ่งแก่ผู้บริโภคเพื่อสามารถสร้างคุณภาพของข้อมูลข่าวสารก่อนตัดสินใจซื้อ วารสารนี้จะนำสินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ ไปวิเคราะห์คุณสมบัติต้องประสงค์ประกอบที่สำคัญ และนำมาเผยแพร่แก่ผู้อ่าน เช่น สินค้าประเภทขนมกรุบกรอบที่เด็กๆ นิยมรับประทาน

จากที่กล่าวมาแล้วสรุปได้ว่า การควบคุมโฆษณาทางโทรทัศน์สำหรับต่างประเทศมีการควบคุมภายในกฎหมายอย่างชัดเจน และมีบทลงโทษเด็ดขาด

3.10 ปัญหาจากขนมขบเคี้ยวทางโภชนาการ

ในฐานะความเป็นอาหาร ขนมถูกจัดให้เป็นเพียงของว่างที่ทำให้กินหลังอาหารมื้อหลักแต่ทุกวันนี้ ขนมขบเคี้ยว หรือขนมกรอบ หรือที่เรียกว่า สแน็ก (Snack food) กลับมีบทบาทในแทบทุกลมหายใจของเด็กๆ และวัยรุ่นไทย แต่เมื่อตรวจสอบแล้วกลับพบว่าสามารถแบ่งประเภทตามองค์ประกอบทางอาหารได้ 4 ประเภท

1. คาร์โบไฮเดรตล้วนๆ
2. คาร์โบไฮเดรตกับไขมัน
3. โปรตีนกับคาร์โบไฮเดรต
4. คาร์โบไฮเดรต โปรตีน และไขมัน

ปริญญา กิจพูนลาภ (2547: 103-106) กล่าวถึงความคิดเห็นของนักโภชนาการและผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพ ระบุว่าเด็กไทยได้รับพลังงานจากขนมมากถึง 1 ใน 4 และแนวโน้มสูงขึ้นเป็น 1 ใน 3 ทำให้เกิดปัญหาด้านโภชนาการ

1. อ้วน เพราะมีการเติมน้ำตาลในอาหารและขนมหรือเครื่องดื่มต่างๆ มากเกินไปบวกกับสภาพสังคมที่มีเทคโนโลยีช่วยเพิ่มความสะดวกสบายทำให้ไม่มีการออกกำลังกายหรือเคลื่อนไหวร่างกาย จนองค์การอนามัยโลก เตือนว่า จะเกิดโรคระบาดใหม่ ใน ค.ศ. 2000 เป็นต้นไปเป็น EPIDEMIC OF OBESITY

2. ขาดสารอาหาร แป้ง เกล็ด และน้ำตาลที่กินเข้าไปมากๆ นอกจากจะทำให้อ้วนแล้วยังต้องดื่มน้ำมากๆ เมื่อถึงเวลาอาหาร จะไม่รู้สึกลึกหิว เบื่ออาหารกินได้น้อยลง ขาดสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกาย ร่างกายจะอ่อนแอ ผอมหรือไม่เจริญเติบโต

3. ฟันผุ โดยเฉพาะในช่วงอายุ 0-3 ปี พบโรคฟันผุมากขึ้นกว่าในอดีต เพราะการผลิตที่ผ่านกระบวนการย่อยสลายหลายขั้นตอน และมีสารเคมีสังเคราะห์หลายชนิด ซึ่งย่อยสลายได้ทันทีในปากจึงทำให้เกิดกรดและทำให้ฟันผุได้ง่าย

4. ท้องผูก ลักษณะของขนมไม่มีส่วนประกอบใดที่เป็นกากใย อีกทั้งเด็กที่เคยชินกับการกินขนมมักไม่ชื่นชอบการกินผัก ซึ่งถ้ากินมากและเป็นประจำ จะมีอาการท้องผูกสม่ำเสมอ

5. สติปัญญาลดลง เพราะการกินอาหารที่มีแต่น้ำตาล เซลล์ของร่างกายจะขาดวิตามินเพื่อใช้เผาผลาญน้ำตาล ทำให้เกิดพลังงานและไปแย่งวิตามินจากระบบประสาท จะทำให้สมองทำงานไม่เต็มที่เกิดอาการต่างๆ ส่งผลต่อการเรียนรู้ของเด็กและการพัฒนาสติปัญญาของเด็กได้

นอกจากนี้ ศิริพร โกสุม (2548: 71-72) กล่าวว่า การกินขนมขบเคี้ยวโดยไม่มีกฎเกณฑ์อาจสร้างปัญหาให้กับสุขภาพ เพราะคุณค่าทางโภชนาการของขนมเหล่านี้ จะให้คาร์โบไฮเดรตเป็นหลัก มีความหวาน มัน เค็ม มากเกินไป ถ้ากินเข้าไปมากๆ จะทำให้เด็กอ้วน กินข้าวไม่ลงรสน้ำตาลทำให้เด็กติดหวาน เกิดปัญหาโรคต่างๆ ขนมประเภทแป้งทอดกรอบที่มีการใส่เกล็ด กินเข้าไปรู้สึกกระหาย แต่ทำให้กินไม่หยุด ซึ่งจะมีผลเสียต่อไต โดยทั่วไปปริมาณโซเดียมในร่างกายควรได้รับประมาณ 2,400 มิลลิกรัม แต่พบว่าโซเดียมในขนมขบเคี้ยวบรรจุชนิดต่างๆ พบว่า มีโซเดียมอยู่ระหว่าง 22.44-1,171.5 มิลลิกรัมต่อ 100 กรัม นั้นหมายความว่ากินขนมขบเคี้ยว 2 ห่อ ก็อาจเป็นอันตรายต่อร่างกายได้แล้ว

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า ขนมขบเคี้ยวจะมีคาร์โบไฮเดรตเป็นส่วนประกอบหลักมีความหวาน มัน เค็ม เมื่อรับประทานเข้าไปมากเกินไป จะก่อให้เกิดโทษมากกว่าประโยชน์ต่อร่างกาย เมื่อไม่สามารถจะรับประทานได้ จึงควรรับประทานแต่พอเหมาะกับความต้องการของร่างกาย

3.11 ปัจจัยส่งเสริมให้เด็กบริโภคขนมขบเคี้ยว

อุไรพร จิตต์แจ้งและคณะ (2547: 6) กล่าวถึงรายงานการศึกษาพฤติกรรมบริโภคขนมและอาหารว่างของเด็ก 3-15 ปี หัวข้อปัจจัยในการเลือกขนมของเด็กว่า เด็กอายุ 3-5 ปี ส่วนมากซื้อขนมเองร้อยละ 45.8 โดยปัจจัย 3 อันดับ ในการเลือกขนมของเด็กเล็กในการถามจากผู้ปกครอง คือ ขนมอร่อย มีประโยชน์ มีของแถม นอกจากนี้ ตาวาว (2547: 149) กล่าวถึง สาเหตุทำให้เด็กติดใจขนม เพราะ

- คุณพ่อ คุณแม่ใช้ขนมเป็นรางวัลเพื่อให้ลูกทำหรือไม่ทำพฤติกรรมตามที่ต้องการ
- ขาดมาตรการบังคับให้ผู้ผลิตขนมระบุปริมาณสารอาหารที่ซองบรรจุ จึงขาดข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ
- หาซื้อง่ายและราคาขายไม่สูง ถ้าเทียบราคาต่อถุง แล้วกลับแพงอย่างคาดไม่ถึง เช่น ขนมถุงที่มีราคาขาย 6 บาทต่อปริมาณ 18 กรัม คิดเป็นกิโลกรัมละ 3,000 บาท
- รูปลักษณ์และการโฆษณา สีสน ของแถม เนื้อหาและวิธีโฆษณา ล้วนมุ่งกระตุ้นความต้องการของเด็กอยากซื้ออยากกิน และถ้าได้รับการกระตุ้นบ่อยๆก็ยิ่งเกิดความต้องการยิ่งขึ้น
- เด็กติดรสหวานมาตั้งแต่เด็กๆ มีแนวโน้มที่จะชอบกินรสหวานจึงทำให้เด็กชอบขนมประเภทนี้

4. การค้าปลีก (Retailing)

4.1 ความหมายของการค้าปลีก(Retailing)

สุดาตวง เรืองรุจิระ (2541: 222) การค้าปลีก หมายถึง การขายสินค้าให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย โดยการซื้อสินค้าไปเพื่อบริโภคของตนเองและครอบครัว ผู้ค้าปลีกจะซื้อสินค้าจากใครก็ได้ แต่ต้องขายสินค้าให้กับผู้บริโภคคนสุดท้ายเท่านั้น

สุมนา อยู่โพธิ์ (2544: 3) กล่าวถึงคำจำกัดความของการค้าปลีก หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้า หรือบริการโดยตรงแก่ผู้บริโภคคนสุดท้าย เพื่อการใช้ส่วนตัว ไม่ใช่เพื่อธุรกิจ

นุชรีนาถ เจนผาสุก (2547: 28) ให้ความหมายของการค้าปลีก คือ สถาบันทางการตลาดที่ทำหน้าที่เป็นหน่วยกระจายสินค้าจากผู้ผลิต พ่อค้าส่ง ไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย (Ultimate consumer) การค้าปลีกจึงปฏิบัติในรูปลักษณะที่แตกต่าง ตั้งแต่ คนเดินเท้า หายเร่ แผงลอย ร้านค้าขนาดเล็ก ร้านค้าขนาดใหญ่ มียอดขายเป็นล้านบาทต่อวัน ขณะเดียวกันสถาบันการค้าปลีกเหล่านี้ มีสินค้ามูลค่าราคาต่างๆกันไว้อำนาจ ตั้งแต่ราคาต่ำถึงราคาแพง คุณภาพของสินค้าก็ต่างกันไป ดังนั้น ความสำเร็จส่วนหนึ่งของผู้ผลิต พ่อค้าส่ง จึงขึ้นอยู่กับความสำเร็จของการค้าปลีก เช่นกัน

4.2 ความหมายของร้านค้าปลีก (Retail Store)

ญานินี จาตุรงคกุล (2546: 40) ให้ความหมายร้านค้าปลีก หมายถึง องค์การธุรกิจที่มีจุดมุ่งหมายที่จะขายสินค้าและบริการให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย มิได้มุ่งหวังที่จะเอาสินค้าที่ซื้อไปประกอบธุรกิจอีกต่อไป เช่น ร้านจัดโต๊ะพี ชายยาสีฟันให้กับลูกค้า และลูกค้านำไปจำหน่ายต่ออย่างนี้ เรียกว่า การค้าส่ง ร้านค้าปลีกบางแห่งขายทั้งปลีกและส่ง อาจจำแนกว่าร้านใดยอดขายปลีกมากกว่าขายส่ง ก็จัดอยู่ในร้านค้าปลีก

การค้าปลีกใน คอตเลอร์ (Kotler. 1994: 558-564) หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าและบริการไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย เพื่อการใช้ประโยชน์ส่วนตัวและมิได้นำไปเพื่อธุรกิจอย่างอื่น

นุชรีนาถ เชนผาสุก (2547: 30) ให้ความหมายร้านค้าปลีก หมายถึง ร้านค้าที่ขายสินค้าให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย (Ultimate Consumer) ซึ่งซื้อไปใช้เอง หรือใช้ในครอบครัว ไม่ใช่ซื้อไปเพื่อจำหน่ายต่อ หรือเพื่อกำไรต่อแต่อย่างใด ร้านค้าปลีกเปรียบเสมือนตัวแทนของผู้ผลิตในการขายสินค้าให้กับลูกค้า มีส่วนช่วยสร้างความสำเร็จในการขายสินค้าให้แก่ผู้ผลิต เพราะร้านค้าปลีกมีความใกล้ชิดกับลูกค้ามากกว่าและรู้ถึงความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่า เมื่อกล่าวถึงร้านค้าปลีก จะหมายถึง ร้านค้าปลีกทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นขนาดเล็ก หรือขนาดใหญ่ เป็นร้านค้าที่มียอดขายต่อวันเพียงเล็กน้อย จนกระทั่งร้านค้าที่มียอดขายต่อวันสูง ร้านค้าดังกล่าว ได้แก่ ร้านแผงลอย ร้านขายของชำ ร้านขายสินค้าเบ็ดเตล็ด ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่าง ห้างสรรพสินค้า ฯลฯ

สรุปได้ว่า การค้าในร้านค้าปลีก เป็นการขายสินค้าให้กับผู้ซื้อคนสุดท้าย เพื่อการบริโภคของตนเองและครอบครัวเท่านั้น

4.3 ประวัติความเป็นมาของการค้าปลีกในประเทศไทย

ญานินี จาตุรงคกุล (2546: 41-42) กล่าวถึง ประวัติความเป็นมาของการค้าปลีกในประเทศไทยว่า กิจการการค้าปลีกในประเทศไทย ในอดีตมีหลักฐานประวัติความเป็นมาไม่เด่นชัด ส่วนใหญ่จะกล่าวรวมถึงการค้าระหว่างประเทศ เช่น สมัยอาณาจักรทวารวดี ติดต่อค้าขายกับประเทศอินเดีย จีน อาหรับ โดยการเดินเรือสำเภาเป็นส่วนใหญ่ ส่วนการค้าปลีกภายในประเทศได้พบศิลาจารึกในสมัยพ่อขุนรามคำแหงมหาราช กษัตริย์แห่งกรุงสุโขทัย ได้กล่าวว่า "...เมืองสุโขทัยนี้ดี ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว เจ้าเมืองบ่เอาจกอบในไพร่ลู่ทาง เพื่อนจูงวัวไปค้าขี่ม้าไปขาย ใครจักใคร่ค้าช้างค้า ใครจักใคร่ค้าม้าค้า ใครจักใคร่ค้าเงินค้าทอง..." จากการวิเคราะห์ข้อความในศิลาจารึกแสดงให้เห็นว่ากิจการการค้าปลีกได้เริ่มขึ้นโดยพ่อค้านำสินค้าไปเร่ขายและแลกเปลี่ยนก่อน เช่น "เพื่อนจูงวัวไปค้า ขี่ม้าไปขาย" ต่อมาชุมชนได้เพิ่มสมาชิกมากขึ้น ความต้องการสินค้ามีเพิ่มขึ้น ชุมชนในท้องถิ่นนั้นก็นำสินค้ามาซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน เมื่อถึงระยะเวลาก็แยกย้ายกันกลับไปประกอบอาชีพ พอรุ่งเช้าก็นำสินค้ามาติดตลาดใหม่ กระทำวนเวียนเช่นนี้นานเท่าอนัน จนกระทั่งชุมชนได้ขยายตัวใหญ่ขึ้น ความต้องการมากขึ้นตามลำดับ จึงเกิดร้านขายปลีกตามแหล่งชุมชน มีลักษณะเป็นห้องหรือร้านเป็นแถวติดต่อกัน สำหรับติดต่อซื้อขาย

แลกเปลี่ยนสินค้า เพื่อสนองความต้องการเท่านั้น มิได้ดำเนินการเป็นแบบแผน เรียกว่า “ตลาดปสาน” (Bazaar) เป็นแหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าตามย่านชุมชน ในสมัยนั้นได้มีการแบ่งตลาดเป็น 3 ชนิด คือ

1. ตลาดในเมือง ลักษณะเป็นตลาดใหญ่มีโรงค้าขายติดต่อกับชาวต่างประเทศ
2. ตลาดในชนบทที่มีคนชุมชนกันอยู่มาก ลักษณะตลาดจะมีชุมชนตลาดเล็กๆ มีร้านขายรับซื้อของป่า และของบ้านตามชนบทส่งไปขายให้กับร้านใหญ่ในเมืองอีกทีหนึ่ง
3. ตลาดนัด ลักษณะเป็นตลาดที่อยู่ตามตำบลต่างๆ เป็นส่วนมาก ตลาดชนิดนี้ไม่ได้ซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าอยู่ทุกวัน อาจจะจัดในวันข้างขึ้นและข้างแรม หรือสัปดาห์หนึ่งจัดให้มี 1 ครั้ง เช่น ตลาดนัดสนามหลวง

ปัจจุบันการค้าปลีกในประเทศไทย ก็ต้องยึดถือแบบเก่า เช่น การจัดตลาดนัด 4 มุมเมือง การขายแบบหาบเร่ รถเข็น การนำสินค้าไปขายทางเรือ ตลาดลอยน้ำที่อำเภอดำเนินสะดวก ตลาดลอยน้ำวัดไทร จนสังคมไทยได้เจริญขึ้น เกิดร้านขายปลีกตามแนวถนนคู่หาเดียวเป็นสอง สามคู่หา จนกระทั่งขยายใหญ่โตเป็นห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า มีสินค้านับแสนชนิดให้เลือกมีศิลปะการจูงใจการเสนอบริการต่อผู้บริโภคได้ดีกว่าเก่า

4.4 รูปแบบการค้าปลีก

รูปแบบการค้าอาจแบ่งๆ ได้เป็น 2 รูปแบบ คือ รูปแบบการค้าแบบดั้งเดิม (Tradition trade) และรูปแบบการค้าสมัยใหม่ (Modern trade) และแต่ละรูปแบบการค้ายังสามารถจำแนกประเภทร้านค้าได้ ดังนี้

1. รูปแบบการค้าแบบดั้งเดิม

รูปแบบการค้าแบบดั้งเดิมเป็นร้านค้าที่มีมาตั้งแต่ยุคแรกของกิจการค้าส่ง ค้าปลีกมีลักษณะเป็นร้านค้าห้องแถว พื้นี่ร้านค้าคับแคบ ไม่มีการตกแต่งหน้าร้าน หรือจัดวางสินค้าอย่างเป็นหมวดหมู่ สินค้าจะวางอยู่ทั่วไปตามสะดวกในการหยิบฉวยของเจ้าของร้าน การดำเนินธุรกิจอาจเป็นกิจการที่ดำเนินโดยเจ้าของเพียงคนเดียว หรือร่วมกันจัดตั้งเป็นห้างหุ้นส่วนหรือบริษัทแต่ยังเป็นลักษณะธุรกิจครอบครัว การบริการเป็นแบบง่าย ๆ ไม่มีหลักเกณฑ์แน่นอน ไม่ซับซ้อนยังไม่มีการนำระบบคอมพิวเตอร์ออนไลน์ หรือเทคโนโลยีขั้นสูงเข้ามาช่วยในการดำเนินธุรกิจกิจการร้านค้าในรูปแบบนี้ยังไม่มีการเน้นเจาะกลุ่มลูกค้าอย่างเฉพาะเจาะจงมากนัก การแบ่งกลุ่มลูกค้ายังไม่ชัดเจน ร้านค้าที่จัดอยู่ในรูปแบบการค้าแบบนี้ ได้แก่

1.1 ร้านค้าส่ง เป็นร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าคราวละมากๆ ขนาดกิจการไม่ใหญ่มากนัก สินค้าที่จำหน่ายเป็นเฉพาะสายผลิตภัณฑ์ เช่น สินค้าอุปโภค เครื่องเขียน เสื้อผ้า เครื่องใช้ในบ้าน เป็นต้น แหล่งรวมร้านค้าส่งแหล่งใหญ่ยังคงอยู่ที่ตลาดย่านสำเพ็ง ส่วนแหล่งอื่นๆ ที่สำคัญ เช่น ประตูน้ำ พารุทธ์ เป็นต้น

1.2 ร้านค้าปลีกทั่วไป (General store) เป็นร้านค้าที่มีขนาดเล็กไม่ใหญ่โต สินค้าที่จำหน่ายมีจำนวนไม่มากแต่หลากหลายประเภท เช่น หนังสือ เครื่องเขียน ของใช้

ประจำวัน อาหาร อุปกรณ์เย็บปักถักร้อย เสื้อผ้า ของชำ เป็นต้น ราคาสินค้าไม่แพง คุณภาพปานกลาง ร้านค้าประเภทนี้ส่วนมากตั้งอยู่ในชนบท หรือเมืองเล็กๆ ที่ยังมีคนอยู่ไม่มาก เป็นร้านค้าที่เก่าแก่ และมีจำนวนมากที่สุดในกิจการค้าปลีก ร้านขายของชำก็จัดเป็นร้านค้าประเภทขายปลีกทั่วไปได้ แต่นับวันร้านค้าประเภทนี้ก็จะมีความลดน้อยลงเรื่อยๆ เนื่องจากเมื่อมีคนอยู่กันมาก ร้านค้านี้มักจะขายสินค้าเป็นบางอย่าง ไม่ทั่วไปเหมือนระยะแรก

1.3 ร้านขายของชำ เป็นร้านค้าที่มีอยู่ทั่วไปทุกหนทุกแห่งไม่ว่าจะเป็นหมู่บ้านเล็กๆ ที่ค่อนข้างเงียบ หรือเมืองใหญ่ แต่ร้านขายของชำในแต่ละท้องถิ่นจะมีความแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อม เช่น ร้านที่ตั้งอยู่ในชุมชนจะมีของขายน้อยกว่าร้านที่อยู่ในหมู่บ้านชนบทหรือหมู่บ้านที่มีร้านค้าน้อย ซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ร้านขายของชำครบเครื่องและแบบไม่ครบเครื่อง สินค้าที่ขายส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ เช่น ข้าวสาร น้ำตาล น้ำปลา กะทิ สบู่ ยาสิฟัน ผงซักฟอก น้ำแข็ง น้ำอัดลม ปากกา ฯลฯ ถ้าเป็นร้านที่ครบเครื่องก็จะมีของสดขายด้วย เช่น ผักสด เนื้อสัตว์ เป็นต้น และอาจมีอาหารขายประเภทข้าวราดแกง ก๋วยเตี๋ยว ไอศกรีม รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าบางอย่าง เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ เป็นต้น ร้านขายของชำถือว่าเป็นแหล่งระบายสินค้าที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจส่วนรวมไม่น้อย เนื่องจากเป็นตลาดที่อยู่ใกล้ผู้บริโภคมากที่สุด และจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ

2. รูปแบบการค้าสมัยใหม่

ร้านค้าในรูปแบบสมัยใหม่มีทั้งที่เป็นร้านค้าขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ รูปแบบของร้านค้ามีการออกแบบและการจัดวางสินค้าอย่างเป็นหมวดหมู่เพื่อความสวยงามและเป็นระเบียบ การดำเนินธุรกิจ มีทั้งลักษณะเป็นธุรกิจครอบครัว และธุรกิจแบบมืออาชีพ คือระบบการบริการการจัดการมีหลักเกณฑ์แน่นอน และซับซ้อน ลักษณะสำคัญของร้านค้าสมัยใหม่คือ การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการดำเนินงาน ทั้งเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า และเพื่อการบริหารจัดการร้าน รูปแบบร้านค้ามีหลายประเภท เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าอย่างเฉพาะเจาะจงมากขึ้น ทำให้จัดแบ่งกลุ่มลูกค้าอย่างเฉพาะเจาะจงมากขึ้นทำให้จัดแบ่งกลุ่มลูกค้าได้อย่างชัดเจนร้านค้าในลักษณะนี้ ได้แก่

2.1 ร้านค้าส่งแบบเงินสด และบริการตนเอง (Cash and carry) จำหน่ายสินค้าในลักษณะค้าส่ง คือ จำหน่ายสินค้าคราวละจำนวนมาก ในราคาที่ถูกลงกว่าร้านค้าปลีก แต่ไม่ต่ำกว่าราคาขายส่งสินค้าที่จำหน่ายเป็นสินค้าที่คุณภาพดี แต่ไม่เน้นยี่ห้อ ผู้ซื้อต้องบริการตนเองในการหยิบซื้อสินค้า พนักงานของร้านมีหน้าที่ดูแลเพิ่มเติมสินค้าในรายการที่หมดเป็นหลัก และให้ข้อมูลสินค้าบ้างหากลูกค้าต้องการ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือ ผู้ค้าปลีกขนาดเล็กและกลางที่ซื้อสินค้าไปจำหน่ายต่อ ผู้ประกอบการธุรกิจภัตตาคาร-ร้านอาหาร ลูกค้าสำนักงาน ตัวอย่างร้านค้าส่งประเภทนี้ในประเทศไทย เช่น แม็คโคร และเซฟโก

2.2 ร้านสรรพอาหาร (Supermarket) หรือนิยมเรียกว่า ซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นร้านค้าปลีกที่มีลักษณะให้ผู้ซื้อบริการตัวเอง เพื่อลดค่าใช้จ่าย ไม่มีพนักงานของร้านเอาใจใส่ต่อผู้ซื้อ โดยร้านค้าจะนำอุปกรณ์การขายประเภทไม่ใช้แรงงานคนมาช่วยขาย เช่น ตะกร้า

รถเข็น จัดตกแต่งร้านค้าในลักษณะชั้นเปิด ไม่มีกระจกกั้น การจำหน่ายสินค้านั้นมีกำไรน้อย แต่มีอัตราการหมุนเวียนสินค้าเร็วเพื่อลดต้นทุน ซูเปอร์มาร์เก็ตในต่างประเทศเน้นขายอาหารสดเป็นสินค้าหลัก เช่น ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ ฯลฯ สำหรับประเทศไทยจะมีสินค้าอุปโภค บริโภค เครื่องมือเครื่องใช้คละกันไป ซูเปอร์มาร์เก็ตในต่างประเทศจะเปิดจำหน่ายร้านโดยลำพัง ส่วนในประเทศไทยจะมีทั้งลักษณะที่เปิดเป็นร้านโดยลำพัง และตั้งเป็นแผนกหนึ่งของห้างสรรพสินค้า ตัวอย่างซูเปอร์มาร์เก็ตในประเทศไทย ได้แก่ ฟู้ดแลนด์ ท็อปส์ พลัส-วัน เป็นต้น

2.3 ห้างสรรพสินค้า (Department store) เป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ จำหน่ายสินค้าจำนวนมากหลากหลายประเภท มีการจัดวางสินค้าแยกเป็นแผนกตามประเภทของสินค้า มีพนักงานของร้านแนะนำสินค้าและบริการลูกค้า เน้นการตกแต่งร้านให้สวยงามเพื่อดึงดูดลูกค้า สินค้ามีราคาแพง และมีคุณภาพตามความนิยมของผู้บริโภค หากแบ่งตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอาจแบ่งได้เป็น 2 ระดับ คือ ห้างสรรพสินค้าระดับบน เน้นลูกค้าที่มีรายได้สูง และห้างสรรพสินค้าระดับกลาง เน้นลูกค้าที่มีรายได้ปานกลาง การบริหารงานค่อนข้างซับซ้อน ขนาดห้างสรรพสินค้าในประเทศไทย แบ่งได้ 3 ขนาด คือ ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ เช่น เซลทรัล โรบินสัน เป็นต้น ห้างสรรพสินค้าขนาดกลาง เช่น ห้างอิมพีเรียล ห้างตั้งฮั่วเส็ง เป็นต้น ห้างสรรพสินค้าขนาดเล็ก เช่น ห้างสรรพสินค้าในต่างจังหวัด เป็นต้น ท่าเลที่ตั้งของห้างสรรพสินค้า จะอยู่ในย่านการค้าของเมืองใหญ่ๆซึ่งมีคนพลุกพล่าน

2.4 ร้านสะดวกซื้อ (Convenience store) เป็นร้านค้าปลีกขนาดเล็ก จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่สำคัญต่อชีวิตประจำวัน รวมทั้งอาหาร และเครื่องดื่มประเภทฟาสต์ฟู้ดบางชนิดมีสินค้าหลายชนิด แต่ไม่หลากหลายยี่ห้อ และมีจำนวนไม่มาก เน้นการอำนวยความสะดวกตั้งแต่ทำเลที่ตั้ง และเวลาในการให้บริการตั้งอยู่ตามแหล่งที่อยู่อาศัยของชุมชนเพื่อบริการลูกค้าที่พักอาศัยในบริเวณใกล้เคียง ปัจจุบันมีการเปิดปั๊มน้ำมันต่างๆด้วย เปิดบริการเป็นเวลานาน เช่น 07.00-22.00 น. หรือเปิดตลอด 24 ชั่วโมง

2.5 ร้านค้าปลีกแบบเน้นสินค้าราคาถูก (Discount store) เป็นร้านค้าปลีกที่นำเอาหลักการของร้านค้าซูเปอร์มาร์เก็ตมาใช้ คือ ไม่มีพนักงานขายดูแล หรือบริการลูกค้า ผู้ซื้อต้องบริการตนเอง โดยร้านค้าจะมีอุปกรณ์ช่วยขาย ได้แก่ ตะกร้า รถเข็น จัดเตรียมไว้ให้สินค้าที่จำหน่ายเป็นสินค้าทั่วไป ไม่จำเป็นต้องเป็นสินค้าที่ต้องการขายเร็วเป็นหลัก หรือเป็นสินค้าที่สร้างผลกำไรได้มาก เน้นขายสินค้าราคาถูก คุณภาพปานกลาง ไม่มียี่ห้อดังๆ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นผู้ที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงต่ำ ปัจจุบันดิสเคาเตอร์ในประเทศไทย มี 2 รูปแบบ คือ

2.5.1 ซูเปอร์เซ็นเตอร์ (Supercenter) เป็นร้านค้าตามแนวความคิดการค้าของสหรัฐอเมริกา เน้นจำหน่ายสินค้าประเภทเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่มเป็นหลัก รวมทั้งเครื่องใช้ไม้สอยต่างๆ และนำอาหารมาจำหน่ายเพิ่มเติมเป็นสินค้าเสริม ตัวอย่าง เช่น บิ๊กซี โลตัส บิ๊กคิงส์ และ ซูเปอร์ที เป็นต้น

2.5.2 ไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hypermarket) เป็นร้านค้าประเภทเดียวกับซูเปอร์เซ็นเตอร์ ต่มาจากแนวคิดการค้าของยุโรป ข้อแตกต่างที่เล็กน้อย คือ เน้นจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารเสริมเป็นสินค้าหลัก มีอาหารให้เลือกมากมายเป็นพิเศษ และจำหน่ายสินค้าประเภทเสื้อผ้าเสริมเล็กน้อย ตัวอย่างเช่น คาร์ฟูร์ และโอซอน เป็นต้น

2.6 แคตทิกร์คิลเลอร์ (Category killer) เป็นร้านค้าปลีกที่จำหน่ายสินค้าเฉพาะสายผลิตภัณฑ์เดียว แต่มีหลากหลายยี่ห้อ คุณภาพ ขนาด และสีให้เลือกได้มาก จำหน่ายในราคาที่ถูกลงกว่าคู่แข่งรายอื่น คือ ผู้บริโภคที่สนใจสินค้าเฉพาะด้าน ตัวอย่างร้านค้าประเภทนี้ในประเทศไทย เช่น เพาเวอร์บาย ออฟดีโป และซูเปอร์สปอร์ต เป็นต้น

2.7 ร้านค้าเฉพาะอย่าง (Specialty store) เป็นร้านค้าปลีกที่จำหน่ายสินค้าจำนวนจำกัดไม่กี่ประเภท อาจจะจำหน่ายเฉพาะสินค้าที่มีลักษณะพิเศษจริงๆ หรือจำหน่ายสินค้าเพียงส่วนหนึ่งของร้านค้าปลีกที่จำหน่ายสินค้าประเภทเดียว เนื่องจากสินค้าที่จำหน่ายมีไม่กี่อย่างจึงสามารถจัดหาสินค้าแบบแปลกๆมาจำหน่าย อาจเป็นร้านค้าจำหน่ายสินค้านำสมัย สินค้าตามแบบนิยม ตัวอย่างร้านค้าประเภทนี้ในประเทศไทย เช่น Mark & Spencer และ Watson's เป็นต้น (นุชรินทร์ เจนผาสุก. 2547: 47-50)

สรุปได้ว่า วิวัฒนาการการดำเนินการของร้านค้าปลีกได้เปลี่ยนรูปร่างอยู่เสมอ และคาดว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตลอด ในรูปแบบใหม่ที่มีข้อเสนอดีกว่า ตลอดจนนิสัยในการซื้อสินค้าผู้บริโภคจะเปลี่ยนไปเช่นกันตามสถานการณ์และสิ่งแวดล้อม

4.5 การให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคของรัฐ

4.5.1 ความหมายของการคุ้มครองผู้บริโภค

ภัทธา แนวมาลี และคณะ (2532: 10-11) ได้ให้ความหมายของการคุ้มครองผู้บริโภคว่า หมายถึง การดำเนินการแนะนำเผยแพร่ความรู้แก่ผู้บริโภค คอยปกป้องคุ้มครองสิทธิต่างๆของประชาชนผู้บริโภค เพื่อที่จะส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีความเป็นอยู่ดี มีความสุขปลอดภัยจากสิ่งเป็นพิษเป็นภัยต่างๆ รวมทั้งได้รับความเป็นธรรมและเกิดความประหยัดจากการเลือกซื้อสินค้าและบริการ

จากความหมายข้างต้น จะเห็นได้ว่ามีองค์ประกอบในการที่จะคุ้มครองผู้บริโภค ดังนี้

1. มีความเสียหาย อันตราย เกิดให้แก่ผู้บริโภคจากการซื้อสินค้าและบริการ เช่น อันตรายจากการบริโภคสินค้าที่มีพิษ จากการสั่งปลอมปนสิ่งที่ก่ออันตรายในการบริโภค เช่น สีส้มอาหาร อาหารที่ผลิตไม่สะอาดเพียงพอ ไม่ถูกสุขอนามัย ส่วนประกอบไม่เหมาะสม หรืออันตรายจากการใช้สินค้า เช่น น้ำยาล้างห้องน้ำที่แรงแต่ไม่มีคำเตือน ของเล่นเด็กที่ผลิตด้วยวัสดุที่อาจมีพิษ สำหรับผิวหนังเมื่อเด็กนำเข้าปาก ตลอดจนความเสียหายที่เกิดแก่ผู้บริโภคเนื่องจากซื้อสินค้าที่มีคุณภาพต่ำ ต้องจ่ายค่าสินค้าสูงกว่าที่ควรจะเป็น พ่อค้าักตุนสินค้า ตลอดจนฉวยโอกาสความไม่รู้ หลอกขายสินค้าคุณภาพต่ำในราคาสูง ทำให้ต้องจ่ายค่าใช้จ่ายสูงขึ้นและต้องจกซื้อใหม่บ่อยครั้ง

2. รัฐควรให้ความคุ้มครองเพื่อให้ผู้บริโภคพ้นจากความเสียหาย หรืออันตรายดังกล่าว โดยการให้ความรู้ และการปกป้องผลประโยชน์ของผู้บริโภคด้วยมาตรการทางกฎหมาย การออกข้อกำหนดในลักษณะต่างๆ เป็นการห้ามปราม และลงโทษผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าและบริการที่ไม่ให้เป็นธรรมแก่ผู้บริโภค ซึ่งจัดทำได้โดยการให้ความรู้ แนะนำเผยแพร่ถึงอันตรายหรือความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าและบริการ โดยเผยแพร่ทางสื่อมวลชนต่างๆ การจัดนิทรรศการ การจัดรณรงค์ และการปกป้องผลประโยชน์ของผู้บริโภคด้วยมาตรฐานทางกฎหมายการออกข้อกำหนดระเบียบหรือกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในลักษณะต่างๆ เป็นการห้ามปราม และลงโทษผู้ผลิต และจำหน่ายสินค้าให้หยุดยั้งการกระทำต่างๆ ที่ก่อให้เกิดความเสียหาย หรืออันตรายแก่ผู้บริโภค

4.5.2 หน่วยงานที่ทำหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภค

เดือนเด่น นิคมบริรักษ์ และ สุธีร์ ศุภนิตย (2541: 11) ได้กล่าวถึงหน่วยงานที่ทำหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคที่สร้างขึ้น เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรมในการอุปโภค บริโภคและบริการซึ่งประกอบด้วย

1. หน่วยงานรัฐ เป็นหน่วยงานที่มีความสำคัญที่สุด ในการคุ้มครองสิทธิของผลประโยชน์ เพราะมีอำนาจและบทบาทในการดูแล ทุกๆฝ่าย ทั้งผู้บริโภค ผู้ผลิตหรือฝ่ายอื่นๆ แต่จะมีหน่วยงานที่มีหน้าที่โดยตรงสอดคล้องกับทวิวิธมี ธนาคม และคณะ (2542: 156-157) ที่ได้กล่าวถึงหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคของรัฐ ดังนี้

1.1 สำนักคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักนายกรัฐมนตรี ทำเนียบรัฐบาล เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ดูแลฉลาก ด้านโฆษณา และด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

1.2 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สังกัดกระทรวงสาธารณสุข ดูแลความปลอดภัยของสินค้าอาหารและยา

1.3 สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม เป็นผู้กำหนดมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรมอื่นๆ นอกเหนือความรับผิดชอบคณะกรรมการอาหารและยา

1.4 กอง ชั่ง ตวง กรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิชย์ มีหน้าที่ดูแลด้านปริมาณ ตาม พ.ร.บ. ชั่ง ตวง วัด พ.ศ. 2466

1.5 กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ กำหนดราคาสินค้าและป้องกันการผูกขาด พ.ศ. 2522 ในการกำกับดูแลด้านราคา

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นว่า มีหลายหน่วยงานของรัฐที่ดูแลแต่กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค มีจุดอ่อนสำคัญ คือ สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค จะไม่สามารถเข้าคุ้มครองผู้บริโภคได้ โดยตรง ในกรณีที่ปัญหาของผู้บริโภคอยู่ใต้กฎหมาย ซึ่งเป็นความดูแลของหน่วยราชการอื่น ซึ่งสามารถรับได้อยู่เสมอ แม้กระทั่งปัจจุบันที่มีการประกาศปรับราคาน้ำมัน ทำให้สินค้า มีการปรับกลยุทธ์ ลดปริมาณของสินค้า แต่ขายในราคาปกติ ถึงแม้จะมีเสียงปรามจากหน่วยงานต่างๆก็ตาม ซึ่งผู้ผลิตได้แอบกระทำไปล่วงหน้าก่อนการขอร้องจากรัฐบาลในการพยุงราคาสินค้าก็ตาม เพราะผู้ผลิตเห็นว่ากฎหมายที่มีอยู่ไม่สามารถปฏิบัติอย่างจริงจัง

2. หน่วยงานเอกชน สำหรับหน่วยงานเอกชนนั้น เดือนเด่น นิคมบริรักษ์ และสุธีร์ ศุภมิตร (2541: 13-15) ได้กล่าวถึงหน่วยงานเอกชนที่ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวกับคุ้มครองผู้บริโภค 12 แห่ง และสื่อมวลชนที่มีข้อความเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างน้อย 4 ราย ดังตาราง 6

ตาราง 5 รายชื่อองค์กรเอกชนที่ทำหน้าที่ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

องค์กรทำงานคุ้มครองผู้บริโภค	หนังสือพิมพ์หรือส่วนมวลชน
1. มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค	1. Consumer Outlook บางกอกโพสต์
2. สมาคมพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค	2. หน้าเสียงผู้บริโภค บางกอกโพสต์
3. สมาคมพลังผู้บริโภคแห่งประเทศไทย	3. Consumer Watch เดอะเนชั่น
4. สมาคมพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคแห่งประเทศไทย	4. คุ้มครองผู้บริโภคไทยโพสต์
5. ชมรมผู้บริโภคสยาม	
6. โครงการคุ้มครองผู้บริโภค สภาสตรีแห่งชาติ	
7. กลุ่มกรีนเน็ต	
8. กลุ่มอาสาสมัครเพื่อผู้บริโภค	
9. เครือข่ายเกษตรกรรมทางเลือก	
10. สภาทนายความ	
11. สมาคมนักข่าวแห่งประเทศไทย	
12. กลุ่มบางกอกแฟชั่น	

ที่มา: เดือนเด่น นิคมบริรักษ์ และสุธีร์ ศุภมิตร. (2541: 13-15)

ลักษณะงานของการคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานเอกชน แบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. การคุ้มครอง ผู้บริโภคตามสิทธิอันพึงมีพึงได้ของผู้บริโภค
2. การส่งเสริม การศึกษาและการวิจัยด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
3. การสนับสนุน และส่งเสริมนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภค

แต่หน่วยงานเอกชนเหล่านี้มีงบประมาณจำกัด จึงเน้นเรื่องที่มีความสำคัญต่อผู้บริโภคในวงกว้าง และในสินค้าที่มีความจำเป็น เช่น ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม อาหาร และยา ส่วนงานที่สำคัญ จะเน้นเนื้อหาสาระของข่าวสาร บทวิเคราะห์เชิงวิชาการ บทวิจารณ์ และการอ้างอิง ถึงผู้ประกอบการที่ได้ทำการละเมิดสิทธิเอาเปรียบผู้บริโภค ซึ่งจะเป็นการสร้างแรงกดดันทางสังคมต่อผู้ประกอบการที่ประพฤติมิชอบ

3. กลุ่มผู้บริโภครวมกลุ่มของผู้บริโภคนั้น ปัจจุบันได้รวมกลุ่มอย่างเข้มแข็ง ในการจัดตั้งสภาผู้บริโภคนั้น ปัจจุบันได้รวมกลุ่มอย่างเข้มแข็งในการจัดตั้งสภาผู้บริโภค (บทบรรณาธิการฉลาดซื้อ. 2548) ซึ่งในการออกมาแสดงเจตจำนงของผู้บริโภคในการแก้ไขปัญหาของตนเองและสะท้อนความทุกข์จากการถูกละเมิดสิทธิ เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2548 ซึ่งข้อเสนอของสภาผู้บริโภคที่สำคัญ คือ การเร่งดำเนินการผลักดันองค์การอิสระผู้บริโภค การปฏิรูประบบและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การ(ร่าง)กฎหมายของรัฐบาลต้องการให้องค์การอิสระผู้บริโภค กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ปี พ.ศ. 2522 โดยมีสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เป็นสำนักงานเลขานุการ ส่วนกลุ่มที่ไม่เห็นด้วยให้เหตุผลว่า สคบ. ไม่ดำเนินการใดๆ จะมีเพียงการส่งจดหมาย หากผู้บริโภคถูกละเมิดสิทธิจากหน่วยงานของรัฐ เช่น กรณีคุณรัตนา ที่ทำบ้านสีดำ แม้แต่ความทุกข์จากโรงพยาบาลของคุณดลพร ล้อเสริมวัฒนา ที่ใช้เวลาต่อสู้เพื่อลูกมายาวนานถึง 15 ปี ซึ่งบุคคลทั้งหลายที่เกี่ยวข้องกับเรื่องจะมีส่วนช่วยให้เกิดการผลักดันองค์การอิสระเพื่อประโยชน์ของผู้บริโภคอย่างแท้จริง

4. สื่อมวลชน มีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค และรับฟังเรื่องราวร้องทุกข์ของผู้บริโภค ซึ่งการนำเรื่องราวร้องทุกข์ผ่านสื่อมวลชนมักมีผลในการกระตุ้นผู้ประกอบการต้นตอที่จะต้องตรงกับผู้บริโภค เพื่อเป็นการรักษาชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของกิจการ

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า การคุ้มครองผู้บริโภคเป็นการดำเนินงานของ 4 หน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อการแนะนำเผยแพร่ความรู้ การปกป้อง คุ้มครองของสิทธิต่างๆของผู้บริโภค

4.5.3 กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

รัฐให้ความคุ้มครองผู้บริโภคโดยดำเนินการออกกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ดังนี้ (พูนสวัสดิ์ อภิสิทธิ์. 2531: 209-210)

4.5.3.1 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

4.5.3.2 พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522

4.5.3.3 พระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511

4.5.3.4 พระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2484

4.5.3.5 กฎกระทรวง และประกาศที่ออกตามความในพระราชบัญญัติดังกล่าวข้างต้น

4.5.3.6 กฎหมายอื่นๆ เช่น กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กฎหมายอาญา กฎหมายเครื่องชั่ง ตวง วัด กฎหมายควบคุมการค้ากำไรเกินควร และประกาศคณะปฏิวัติ เป็นต้น

4.5.3.7 เทศบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับอาหาร

กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคข้างต้น ที่มีความสำคัญ คือพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 มีรายละเอียด ดังนี้

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้กำหนดสิทธิของผู้บริโภค 4 ประการ คือ

1. สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณานภาพที่ถูกต้อง และเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าและบริการได้แก่ สิทธิที่จะได้รับการโฆษณา หรือการแสดงฉลากสินค้าและบริการตามความเป็นจริง และปราศจากพิษภัยแก่ผู้บริโภค รวมตลอดถึงสิทธิที่จะได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการอย่างถูกต้องและเพียงพอที่จะไม่หลงผิดในการซื้อสินค้า หรือรับบริการ
2. สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าและบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะเลือกซื้อสินค้าหรือรับบริการโดยปราศจากการผูกขาดทางการค้าและปราศจากการชักจูงใจโดยทุจริต หรือเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค หรือส่งสินค้าโดยมิได้สั่งซื้อหรือตกลงใจซื้อ
3. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สิทธิหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับสินค้าและบริการที่ปลอดภัย มีสภาพและมีคุณภาพได้มาตรฐานเหมาะสมแก่การใช้ ไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่ชีวิต ร่างกาย หรือทรัพย์สิน ในกรณีที่ใช้ตามคำแนะนำหรือใช้ความระมัดระวังตามสภาพของสินค้า หรือบริการนั้นแล้ว
4. สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับความคุ้มครองและชดเชยค่าเสียหาย เมื่อมีการละเมิดกฎหมาย หรือมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคตามพระราชบัญญัตินี้

พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522

กฎหมายฉบับนี้ผลบังคับตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2522 เป็นต้นมา มีหน่วยงาน คือ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ทำหน้าที่ควบคุมให้เป็นไปตามกฎกระทรวง ประกาศกระทรวงสาธารณสุข และข้อกำหนดที่มีในพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ดังนี้

1. กำหนดอาหารควบคุมเฉพาะ
2. ข้อกำหนดเกี่ยวกับคุณภาพหรือมาตรฐาน ส่วนประกอบ กรรมวิธีการผลิต การแสดงฉลาก และการโฆษณาเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่ผู้บริโภค
3. ข้อกำหนดเกี่ยวกับความปลอดภัยของอาหาร ในเรื่องต่างๆ ดังนี้
 - 3.1 ปริมาณสารปนเปื้อนต่างๆ เช่น โลหะหนัก สารพิษ ที่อาจติดมาจากวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต หรือปนเปื้อนในระหว่างการผลิต หรือปนเปื้อนมาจากภาชนะที่ใช้บรรจุอาหาร
 - 3.2 ปริมาณและชนิดของวัตถุเจือปนอาหาร ที่ยอมให้ใช้โดยปลอดภัย และพัฒนาตามความเหมาะสมกับชนิดของอาหารนั้นๆ
 - 3.3 ชนิดของวัตถุที่ห้ามใช้ในอาหาร หรือห้ามเจือปนในอาหาร
 - 3.4 ชนิดของอาหารที่ห้ามผลิต นำเข้า หรือจำหน่าย
 - 3.5 คุณภาพหรือมาตรฐานของภาชนะบรรจุ และชนิดของวัตถุที่ห้ามใช้เป็นภาชนะบรรจุอาหาร

3.6 ห้ามจำหน่ายอาหารที่เป็นอาหารไม่บริสุทธิ์ อาหารปลอม อาหารผิดมาตรฐาน และอาหารที่รัฐมนตรีกำหนด

4. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการแสดงฉลาก ซึ่งกำหนดให้มีรายละเอียดต่างๆที่ผู้บริโภคควรทราบ เพื่อพิจารณาเลือกซื้อได้ตามความประสงค์ เช่น

- 4.1 ชื่ออาหาร หรือชนิด หรือประเภทของอาหาร
- 4.2 สูตรหรือส่วนประกอบที่สำคัญ
- 4.3 ปริมาณสุทธิ
- 4.4 ชื่อและที่ตั้งของสถานที่ผลิตหรือของผู้แบ่งบรรจุ
- 4.5 วิธีการปรุงเพื่อรับประทานสำหรับอาหารชนิดที่จำเป็นต้องมี
- 4.6 คำเตือนหรือข้อแนะนำหรือข้อควรระวังต่างๆ

ข้อความที่แสดงบนฉลากจะต้องมีขนาดและสีของตัวอักษร หรือรูปแบบตามที่กำหนดไว้ตามความเหมาะสม ฉลากของอาหารที่จำหน่ายในประเทศต้องมีข้อความที่บังคับเป็นภาษาไทย หากมีภาษาต่างประเทศด้วยจะต้องมีความหมายเช่นเดียวกับภาษาไทย ส่วนฉลากของอาหารที่ส่งไปจำหน่ายต่างประเทศจะเป็นภาษาใดก็ได้ นอกจากนี้รายละเอียดที่แสดงบนฉลากจะต้องไม่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด หรือเป็นเท็จ หรือเป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร

5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการโฆษณา กฎหมายกำหนดให้ผู้ที่ประสงค์จะโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือมาตรฐานของอาหารทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สไลด์ ภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์ หรือสิ่งพิมพ์อื่น ด้วยวิธีอื่นใด เพื่อประโยชน์ทางการค้า ต้องนำเสียงภาพ ภาพยนตร์ หรือข้อความที่จะโฆษณาดังกล่าวไปตรวจก่อน เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจึงจะทำการโฆษณาได้ และถ้าพบว่าอาหารดังกล่าวไม่มีคุณประโยชน์ คุณภาพหรือสรรพคุณตามที่โฆษณาก็จะสั่งให้ระงับการโฆษณาอาหารนั้น

6. ข้อกำหนดเกี่ยวกับลักษณะอาหารที่ไม่เหมาะสมในการบริโภค ได้แก่ อาหาร ไม่บริสุทธิ์ อาหารปลอม หรืออาหารผิดมาตรฐาน หรืออาหารที่รัฐมนตรีกำหนด ซึ่งอาหารทั้งหมดนี้ เป็นอาหารที่ห้ามผลิต ห้ามนำเข้า หรือห้ามจำหน่าย

6.1 อาหารที่มีลักษณะดังต่อไปนี้ให้ถือว่าเป็นอาหารไม่บริสุทธิ์

(1) อาหารที่มีสิ่งที่จะทำให้เป็นอันตรายต่อสุขภาพเจ็บป่วย
(2) อาหารที่มีสารหรือวัตถุเจือปนอยู่ในอันตรายที่อาจเป็นเหตุให้คุณภาพของอาหารนั้นลดลง เว้นแต่การเจือปนนั้นเป็นการจำเป็นต่อกรรมวิธีการผลิต และได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานแล้ว

(3) อาหารที่ได้ผลิต บรรจุ หรือเก็บรักษาไว้โดยไม่ถูกสุขลักษณะ

(4) อาหารที่ผลิตจากสัตว์ที่เป็นโรคอันอาจติดต่อถึงคนได้

(5) อาหารที่มีภาชนะบรรจุประกอบด้วยวัตถุที่น่าจะเป็นอันตรายต่อสุขภาพ

6.2 อาหารที่มีลักษณะต่อไปนี้ ถือว่าเป็นอาหารปลอม

(1) อาหารที่ได้สับเปลี่ยนใช้วัตถุอื่นแทน บางส่วน หรือคัดแยกวัตถุที่มีคุณค่าออกเสียทั้งหมด หรือบางส่วน และจำหน่ายเป็นอาหารเห่ออย่างนั้น หรือใช้ชื่ออาหารแท้นั้น

(2) วัตถุดิบหรืออาหารที่ผลิตขึ้นเทียมอาหารอย่างใดอย่างหนึ่ง และจำหน่ายเป็นอาหารแท้อย่างนั้น

(3) อาหารที่ได้ผสมหรือปรุงแต่งด้วยวิธีใดๆ โดยประสงค์จะปกปิดซ่อนเร้นความชำรุดบกพร่อง หรือความด้อยคุณภาพของอาหารนั้น

(4) อาหารที่มีฉลากเพื่อลวงหรือพยายามลวงผู้ซื้อให้เข้าใจผิดในเรื่องคุณภาพ ปริมาณ ประโยชน์ หรือลักษณะพิเศษอย่างอื่น หรือในเรื่องสถานที่และประเทศที่ผลิต

(5) อาหารที่ผลิตขึ้นไม่ถูกต้องตามคุณภาพหรือมาตรฐาน ที่รัฐมนตรีกำหนด ตามมาตรา 6(2) หรือ (3) ถึงขนาดผลการวิเคราะห์ ปรากฏว่าส่วนประกอบที่มีคุณค่าทางอาหารขาด หรือเกินร้อยละสามสิบจากเกณฑ์ต่ำสุดหรือสูงสุด หรือแตกต่างจากคุณภาพหรือมาตรฐานที่ระบุไว้จนทำให้เกิดโทษหรืออันตราย

6.3 อาหารผิดมาตรฐาน ได้แก่ อาหารที่ไม่ถูกต้องตามคุณภาพหรือมาตรฐานที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดตามมาตรา 6(2) หรือ (3) แต่ไม่ถึงขนาดดังที่กำหนดไว้ใน (5) ของข้อ 6.2

6.4 อาหารที่มีลักษณะดังต่อไปนี้ให้ถือเป็นอาหารอื่นที่รัฐมนตรีกำหนด

(1) ไม่ปลอดภัยในการบริโภค หรือ

(2) มีสรรพคุณไม่เป็นที่เชื่อถือ

(3) มีคุณค่า หรือประโยชน์ต่อร่างกายในระดับที่ไม่เหมาะสม

7. ข้อกำหนดเกี่ยวกับบทลงโทษ หากมีผู้ฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดก็จะต้องถูกลงโทษ ซึ่งมีการปรับ จำคุก หรือทั้งปรับทั้งจำ หรือการพักใบอนุญาต หรือการเพิกถอนใบอนุญาต ขึ้นอยู่กับความผิดนั้นๆ สำหรับผู้ผลิต นำเข้าเพื่อจำหน่ายหรือผู้จำหน่ายที่ฝ่าฝืนมีโทษตามลักษณะอาหาร ดังนี้คือ

7.1 อาหารไม่บริสุทธิ์ ต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่หกเดือนถึงสิบปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาทถึงหนึ่งแสนบาท

7.2 อาหารปลอม ต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่หกเดือนถึงสิบปี และปรับตั้งแต่ห้าพันบาทถึงหนึ่งแสนบาท

7.3 อาหารผิดมาตรฐาน ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท

7.4 อาหารอื่นที่รัฐมนตรีกำหนด ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปี หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

7.5 ผู้ใดนำเข้าอาหารโดยมิได้รับอนุญาต ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ

7.6 ผู้ใดจำหน่ายอาหารควบคุมเฉพาะที่ไม่ขึ้นทะเบียน ต้องระวางโทษปรับตั้งแต่หนึ่งพันบาทหรือหนึ่งหมื่นบาท

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า รัฐมีการตรากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับ การคุ้มครองตามสิทธิอันชอบธรรม

4.5.4 การเผยแพร่ความรู้และข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้บริโภค

เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องในการเลือกซื้อและบริโภคอาหารที่เหมาะสมและปลอดภัย โดยการเสนอข่าวสารที่ถูกต้องและทันต่อเหตุการณ์ เพื่อมิให้ผู้บริโภคหลงเชื่อกับการโฆษณาชวนเชื่อที่ไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริงของผู้ผลิต

การเผยแพร่ความรู้และข้อมูลข่าวสารอาจทำได้โดยใช้สื่อมวลชนทุกรูปแบบ เช่น วิทยุ กระจายเสียง โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ ซึ่งผู้บริโภคสามารถหาอ่านข่าวสารได้จากวารสารต่างๆ เช่น

สคบ. สาร ของ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

วารสารสุขภาพ ของ แพทยสมาคมแห่งประเทศไทยฯ และแพทยสภา

วารสารกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ ของ กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์

วารสารอาหารและยา ของ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

โภชนาการสาร ของ สมาคมโภชนาการแห่งประเทศไทย

วารสารคหเศรษฐศาสตร์ ของ สมาคมคหเศรษฐศาสตร์แห่งประเทศไทย

วารสารอาหาร ของสถาบันค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วารสารฉลาดบริโภค ของ สภาสตรีแห่งชาติในพระบรมราชินูปถัมภ์

วารสารรามาริบัติ ของ มูลนิธิรามาริบัติ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

วารสารอนามัย ของ สมาคมอนามัยแห่งประเทศไทย

4.6 ฉลากโภชนาการและกลุ่มอาหารที่จะต้องกำหนดให้แสดงฉลากโภชนาการ

ฉลากโภชนาการ นฤมล โกมลเสวิน (2545: 34-42) ได้อ้างถึงมาตราที่ 57 แห่งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 ได้กล่าวถึงสิทธิของบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภค ย่อมได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายและกล่าวถึงสิทธิ 5 ประการ ในจำนวนสิทธิ 5 ประการนั้น ข้อที่ 1 กล่าวถึงสิทธิจะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้อง และเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่กล่าวมา เพื่อเน้นให้เห็นสิทธิของบุคคลทุกคนได้ใช้สิทธิหรือใช้แล้ว แต่ยังขาดความรู้ ความเข้าใจอย่างถูกต้องแท้จริงในคำพรรณนาการให้ข้อมูลบนฉลากอาหารแก่ผู้บริโภค ปัจจุบันกำหนดให้มีการแสดงฉลากโภชนาการไว้ตั้งแต่ 8 ธันวาคม 2542 เพราะประโยชน์ที่พึงจะ

ได้รับมีทั้งฝ่ายผู้ประกอบการ และผู้บริโภค ซึ่งการแสดงฉลากโภชนาการ คือ การแสดงข้อมูลทางโภชนาการ โดยแสดงในรูปของชนิด และปริมาณสารอาหารอยู่ภายในกรอบที่ เรียกว่า กรอบข้อมูลโภชนาการ นอกจากนั้น ความหมายฉลากโภชนาการยังรวมถึงการใช้ข้อความกล่าวอ้างทางโภชนาการต่างๆ เช่น บำรุงร่างกาย เพื่อสุขภาพ โปรตีนสูง ปราศจากโคเลสเตอรอลเสริมวิตามินซี ไขมันต่ำ เพราะการกล่าวอ้างทางโภชนาการต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ หรือเงื่อนไขที่ตอนนั้นๆ มีคุณสมบัติหรือมีคุณค่าที่จะกล่าวอ้างได้จริง เช่นการกล่าวอ้างว่าโปรตีนสูง หรือ อุดมด้วยโปรตีนได้ต่อเมื่ออาหารนั้นมีโปรตีนปริมาณตั้งแต่ร้อยละ 20% ของค่า Thai RDI (Thai Recommended Daily Intakes) หมายถึง สารอาหารที่แนะนำให้บริโภคประจำวัน สำหรับคนไทยอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป ต่อปริมาณการกิน 1 ครั้ง หรือหนึ่งหน่วยบริโภค ซึ่งฉลากโภชนาการยังเป็นสาระสำคัญในการตัดสินใจในการเปรียบเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกัน เพื่อการคัดเลือก ยังเพิ่มประโยชน์ให้กับผู้ที่ต้องการหลีกเลี่ยงสารอาหารบางชนิดที่ไม่เหมาะสมกับสุขภาพของตนเองฉลากโภชนาการจะเป็นเหมือนใบเบิกทางในการสร้างมาตรฐานคุณภาพและความเป็นอยู่ของชีวิตให้ดีขึ้น

ประเภทของกลุ่มอาหารที่จะต้องมีการกำหนดให้แสดงฉลากโภชนาการ

หลักเกณฑ์การเลือกกลุ่มอาหารที่จะมีการกำหนดให้แสดงฉลากโภชนาการที่สำคัญ

คือ

1. ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการอยู่แล้ว
 2. ผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้คุณค่าทางโภชนาการเป็นจุดขาย
 3. ผลิตภัณฑ์อาหารที่เด็กบริโภคมาก หรือผลิตภัณฑ์ที่มีการโฆษณาสู่กลุ่มเด็ก
- ประเภทของกลุ่มอาหาร มีดังนี้

1. นมและผลิตภัณฑ์นม (Milk and milk products)
2. เครื่องดื่ม (พร้อมดื่ม) (Beverages)
3. อาหารขบเคี้ยวและขนมหวาน (Snack food and dessert)
4. อาหารกึ่งสำเร็จรูป (Semi-processed food)
5. ผลิตภัณฑ์ขนมอบ (Bakery products)
6. ธัญพืชและผลิตภัณฑ์ (Cereals and grain products)
7. ผลิตภัณฑ์อื่นๆ (Miscellaneous)

4.7 ข้อมูลที่ต้องแสดงในกรอบข้อมูลโภชนาการบนฉลากอาหาร

การกำหนดข้อมูลโภชนาการบนฉลากของอาหารให้เป็นไปในทางเดียวกัน ช่วยอำนวยความสะดวกต่อทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค ซึ่งมีมาตรฐานหรือรูปแบบตามกฎหมายกำหนดไว้ มีหลายรูปแบบ แต่เนื้อหาและข้อมูลที่ให้ผู้บริโภคต้องถูกต้องและเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดให้แสดงเป็นสารอาหารที่มีความสำคัญของคนไทยจำนวน 15 ชนิด โดยคำนึงสารอาหารที่มีคุณประโยชน์และความจำเป็นสำหรับคนไทย มีทั้งสารอาหารที่คนไทยมักมีปัญหาการขาด เช่น วิตามินเอ วิตามินบี 1 วิตามินบี 2 ธาตุเหล็ก โปรตีน หรือมีปัญหาการกิน เช่น โคเลสเตอรอล ไขมัน ตาม

หลักโภชนาการ ต้องเป็นรูปแบบที่ว้าแบบเต็ม แต่เนื่องจากอาหารมีหลากหลายในเรื่องชนิด และ ปริมาณสารอาหาร อาหารที่สามารถเลือกแสดงแบบย่อได้ในปริมาณอาหารหนึ่งหน่วยบริโภคของ อาหารนั้นมีสารอาหารบังคับตามแบบเต็ม 8 รายการ ขึ้นไปจาก 15 รายการ เช่น เครื่องดื่ม น้ำอัดลม ซึ่งอาหารดังกล่าวส่วนประกอบหลัก คือ น้ำตาลและน้ำ ส่วนสารอื่นจะไม่มีซึ่งหากต้อง แสดงฉลากโภชนาการแบบเต็มจะต้องแสดงตัวเลขเป็นศูนย์ จึงสามารถเลือกแสดงแบบย่อได้ ส่วน ต่างๆและชนิดของสารอาหารที่ต้องแสดงจะน้อยลงการแสดงข้อมูลโภชนาการบนฉลากแบบเต็มและ ข้อมูลโภชนาการบนฉลากแบบย่อทั้งสองรูปแบบ กรอบข้อมูลโภชนาการแบ่งเป็น 3 ส่วน ตาม สารสำคัญ

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณการบริโภค และจำนวนการบริโภคอาหารที่ บรรจุในภาชนะ หนึ่งหน่วยบริโภค หมายความว่า กินครั้งละ เป็นปริมาณอาหารที่ผู้ผลิตแนะนำซึ่ง เมื่อกินแล้ว จะได้รับสารอาหารตามชนิด และปริมาณที่ระบุในส่วนที่ 2 ซึ่งหนึ่งหน่วยบริโภคจะ บอกปริมาณ ขึ้น ถ้วย แผ่นกระป๋อง กล่อง เช่น 1 ช้อน (35 กรัม) 1 กล่อง (220 มิลลิกรัม) จำนวนหน่วยบริโภคต่อ หมายถึง อาหารในภาชนะบรรจุนี้กินได้กี่ครั้ง เช่น จำนวนหน่วยบริโภค ต่อกล่อง : 5 แสดงว่ากินได้ 5 ครั้ง แต่ถ้าผู้บริโภคกินหมดทั้งกล่องภายในครั้งเดียว ปริมาณ สารอาหารที่ได้รับจะเป็น 5 เท่าของปริมาณที่แสดงไว้ในส่วนที่ 2

ส่วนที่ 2 คือ การแสดงส่วนสำคัญหรือคุณค่าทางโภชนาการของอาหารนั้นๆ แบ่งเป็น 3 ช่วง

ช่วงที่ 1 คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค เช่น กล่าวว่า สิ่งที่จะแสดง ต่อไปนี้เป็นสารอาหารหรือพลังงานที่ได้รับจากการบริโภคอาหารนั้น 1 ครั้ง

ช่วงที่ 2 เป็นการแสดงชนิดและปริมาณสารอาหารที่ถูกกำหนดให้แสดง รวมทั้ง โซเดียมซึ่งเป็นสารอาหารที่ต้องระวังไม่ให้กินมากเกินไป และแสดงสารอาหาร ร้อยละของปริมาณ ที่แนะนำต่อวัน เป็นการบอกให้รู้ว่าถ้ากินอาหารนี้ 1 ครั้ง จะได้สารอาหารเป็นร้อยละเท่าใดของ ปริมาณที่แนะนำให้บริโภคต่อวัน เช่น อาหารนี้ให้ใยอาหารน้อยกว่า 1 กรัม คิดเป็น 3 % ของ ปริมาณที่แนะนำต่อวัน แสดงว่ายังต้องการอีก 97% จากอาหารอื่น จึงได้ใยอาหารตามปริมาณที่ แนะนำให้บริโภคต่อวัน หรือปริมาณอาหารนี้ที่กิน 1 ครั้งให้ไขมันทั้งหมด 9% ของปริมาณที่ แนะนำต่อวัน นั้นแสดงว่ายังสามารถรับไขมันจากอาหารอื่นได้อีก

ช่วงที่ 3 เป็นการแสดงปริมาณของวิตามินและเกลือแร่ที่สำคัญ ได้แก่ วิตามิน เอ วิตามินบี 1 วิตามินบี 2 แคลเซียม และเหล็ก

ส่วนที่ 3 เป็นส่วนท้ายของกรอบข้อมูลโภชนาการ เป็นการให้ข้อมูลที่ควรรู้ สำหรับสารอาหารบางตัวที่คนต้องการ พลังงาน 2000 กิโลแคลอรี เช่น โคลเลสเตอรอลน้อยกว่า 300 มิลลิกรัม ใยอาหาร 25 กรัม โดยส่วนนี้ คำนวณจากความต้องการพลังงาน 2000 กิโล แคลอรีต่อวัน ถ้าต้องการมากหรือน้อยกว่าก็สามารถคำนวณได้จากข้อมูลส่วนที่ 3 เพราะความ ต้องการพลังงานแต่ละคนแตกต่างกัน ดังภาพประกอบ

ส่วนที่ 1	ข้อมูลโภชนาการ หนึ่งหน่วยบริโภค : ½ ชอง (31 กรัม) จำนวนหน่วยที่บริโภคต่อ 2 ชอง
ส่วนที่ 2	คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค
ช่วงที่ 1	พลังงานทั้งหมด 177 กิโลแคลอรี(พลังงานจากไขมัน 103 กิโลแคลอรี)
ช่วงที่ 2	% ปริมาณที่แนะนำให้รับประทาน* ไขมันทั้งหมด.....11.....ก. 18....% ไขมันอิ่มตัว..... 5.....ก. 26....% โคเลสเตอรอล..... 0.....ก. 0.....% โปรตีน..... 1.2.....ก. คาร์โบไฮเดรต.....18.....ก. 6.....% ใยอาหาร.....0.4.....ก. น้ำตาล.....1.5.....ก. โซเดียม.....164.....มก. 7.....%
ช่วงที่ 3	วิตามินเอ.....0.....% วิตามินบี 1.....0.....% วิตามินบี 2 0.....% แคลเซียม.....0.....% เหล็ก.....0.....%
	*ร้อยละของปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้บริโภคต่อวัน (Thai RDI) คิดจากความต้องการพลังงานวันละ 2,000 กิโลแคลอรี
	ความต้องการพลังงานของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน ผู้ที่ต้องการพลังงานวันละ 2,000 กิโลแคลอรี ควรได้รับสารอาหารต่างๆ ดังนี้
ส่วนที่ 3	ไขมันทั้งหมด น้อยกว่า 65 ก. ไขมันอิ่มตัว น้อยกว่า 20 ก. โคเลสเตอรอล น้อยกว่า 20 ก. คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด 300 ก. ใยอาหาร 25 ก. โซเดียม น้อยกว่า 2,400 ก.
	พลังงาน(กิโลแคลอรี)ต่อกรัม : ไขมัน 9 : โปรตีน 4 : คาร์โบไฮเดรต 4

ภาพประกอบ 2 แสดงข้อมูลโภชนาการบนฉลากแบบเต็มข้าวโพดอบกรอบตราคอนเน

ที่มา : บนซองบรรจุภัณฑ์ข้าวโพดอบกรอบตราคอนเน

ข้อมูลโภชนาการ		
หนึ่งหน่วยบริโภค : 1 กระป๋อง (325 มล.)		
จำนวนหน่วยที่บริโภคต่อกระป๋อง : 1		
คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค		
พลังงานทั้งหมด 190 กิโลแคลอรี		
% ปริมาณที่แนะนำให้ทาน*		
ไขมันทั้งหมด	0 ก.	0%
โปรตีน	0 ก.	0%
คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด	48 ก.	16%
น้ำตาล	39 ก.	0%
โซเดียม	10 มก.	1%
*ร้อยละของปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้บริโภคต่อวัน สำหรับคนไทย อายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป (Thai RDI) โดยคิดจากความต้องการพลังงานวัน ละ 2,000 กิโลแคลอรี		

ภาพประกอบ 3 แสดงข้อมูลโภชนาการบนฉลากแบบย่อของสไปรท์ไอซ์ (เครื่องดื่มเลียน)

ที่มา : บนกระป๋องของสไปรท์ไอซ์ (เครื่องดื่มเลียน)

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า ฉลากโภชนาการ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ตามสาระสำคัญเป็น การให้ข้อมูลเกี่ยวกับชนิด ปริมาณสารอาหารที่สำคัญสำหรับคนไทย

5. การรับรู้

5.1 ความหมายของการรับรู้

นักการศึกษาและนักจิตวิทยาได้ให้ความหมายของการรับรู้ไว้หลายท่านดังนี้

รัจรี นพเกตุ (2540: 1) กล่าวว่า การรับรู้ คือกระบวนการประมวลและตีความ ข้อมูลต่างๆที่อยู่รอบๆตัวเรา โดยผ่านอวัยวะรับความรู้สึก สิ่งที่มีชีวิตทุกชนิดจะมีความรู้สึกตอบโต้ ต่อสิ่งที่มากระตุ้น

กันยา สุวรรณแสง (2544: 127) กล่าวว่า การรับรู้ คือ การใช้ประสบการณ์ เดิมแปลความหมาย สิ่งเร้าที่ผ่านประสาทสัมผัสแล้วเกิดความรู้สึก ระลึกรู้ความหมายว่าเป็นอะไร

สุชา จันทน์เอม (2544: 132) กล่าวว่า การรับรู้ คือ ขบวนการที่คนเรามี ประสบการณ์กับวัตถุหรือเหตุการณ์ต่างๆ โดยอาศัยอวัยวะรับสัมผัส

เดิมศักดิ์ คทวณิช (2546: 127) กล่าวว่า การรับรู้ คือ ขบวนการในการแปลความหมายที่เกิดขึ้นภายหลังร่างกายเกิดการสัมผัสผัสจากสิ่งเร้าทั้งหลาย ในการแปลความหมายของสมองจะต้องถูกต้อง ละเอียต และชัดเจนมากน้อยเพียงใด จะขึ้นอยู่กับประสบการณ์เดิม ความรู้ที่สะสมไว้ความจำ ความเชื่อ ทักษะและค่านิยมซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล

ถวิล ธาราโกชน (2547: 74) กล่าวว่า การการที่ผ่านการตีความจากการจัดระเบียบข้อมูลต่างๆ

จากความหมายดังกล่าวสรุปได้ว่า การรับรู้จะเกิดขึ้นได้จะต้องมีประสบการณ์เดิม ความรู้ที่เกิดขึ้นและความคิดเห็นของผู้ค้าปลีกที่เกิดจากการได้รับข้อมูล

5.2 ลักษณะการรับรู้

ลักษณะที่สำคัญของการรับรู้มี 6 ประการ (ถวิล ธาราโกชน. 2543: 51)

1. ต้องมีพื้นฐานข้อมูลหรือความรู้ในเรื่องนั้นมาก่อน (Knowledge Based) หรือถ้าไม่มีความรู้ อย่างน้อยต้องมีประสบการณ์เดิมในเรื่องนั้นอยู่บ้าง

2. จะต้องประกอบด้วยข้อวินิจฉัย (Inferential) ในขั้นตอนของกระบวนการรับรู้ ทั้งนี้เพราะในการรับรู้เรื่องใดเรื่องหนึ่ง มนุษย์ไม่สามารถรับข้อมูลทุกชนิดในเรื่องนั้นพร้อมกันได้ ดังนั้นจึงต้องอาศัยวิธีการวินิจฉัย โดยการตั้งสมมติฐานหรือปะติดปะต่อเรื่องต่างๆ เข้าด้วยกันเพื่อให้การรับรู้ในสิ่งนั้นเกิดขึ้นสมบูรณ์มากที่สุด

3. จะต้องมีความสามารถในการแยกแยะ (Categorical) ลักษณะหรือคุณสมบัติที่สำคัญของข้อมูลนั้นได้อย่างถูกต้องซึ่งในลักษณะนี้จะต้องอาศัยความจำจากประสบการณ์เดิมมาใช้

4. ลักษณะของการรับรู้จะต้องมีความสัมพันธ์เชื่อมโยง (Relational) ของข้อมูลต่างๆ หลายประการ

5. กระบวนการของการรับรู้จะต้องอาศัยการดัดแปลง (Adaptive) ข้อมูลจากประสบการณ์เดิมมาใช้ให้เหมาะกับแต่ละเรื่องที่กำลังรับรู้อยู่ในขณะนั้น

6. กระบวนการของการรับรู้มักจะเป็นไปโดยอัตโนมัติ ซึ่งจะเป็นการทำงานของสมองในการรับรู้ข้อมูลต่างๆ

การรับรู้เป็นคุณลักษณะอย่างหนึ่งที่บุคคลมีอยู่ มันจะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องจากการรู้สึกรับรู้เป็นกระบวนการที่มีขั้นตอน ซึ่งมีการเลือก (Selection) เป็นกระบวนการแรกสุดของการรับรู้โดยที่การเลือกจะเกิดขึ้นจากการใส่ใจ (Attention) ของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น นักจิตวิทยาจึงเรียกลักษณะนี้ว่าการใส่ใจที่จะเลือก (Selection attention) หรือการเลือกที่จะรับรู้ (Selective perception)

5.3 องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้

สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ อาจกล่าวได้ดังต่อไปนี้ (ถวิล ธาราโกชน. 2547: 75-77)

1. การใส่ใจ เป็นองค์ประกอบสำคัญที่มอร์แกน และคิง (Morgan and King. 1971: 256) ได้กล่าวว่า การใส่ใจเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของการรับรู้ ถ้าสิ่งใดได้รับการใส่ใจมาก จะมีความเด่นชัดต่อการรับรู้ จะขึ้นอยู่กับองค์ประกอบสำคัญ 2 ประการ คือ ภาวะของผู้รับรู้ และคุณลักษณะของสิ่งเร้า

1.1 ภาวะของผู้รับรู้ หมายถึง สภาพของตัวบุคคลที่เป็นผู้รับรู้ เพราะบุคคลแต่ละคนเกิดมาในสังคมที่ต่างกัน ย่อมทำให้มีความนึกคิดแตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างกันในด้านความต้องการ แรงจูงใจ และการคาดหวัง

1.2 คุณลักษณะของสิ่งเร้า เป็นสิ่งที่บุคคลได้พบ ได้รู้สึก และจะทำให้บุคคลเกิดการใส่ใจมากน้อย ในเรื่อง

1.2.1 ความเข้ม เป็นระดับความหนัก เบา ของสิ่งเร้า เช่น การใช้แสงที่จ้า สีที่เข้ม จู๊ดจ๊าดและเสียงที่ดัง

1.2.2 ขนาด สิ่งเร้าที่มีขนาดใหญ่ จะสร้างความสนใจได้ดีกว่าสิ่งเร้าที่มีขนาดเล็ก

1.2.3 การทำตรงข้ามหรือแปลกออกไป การทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้ผิดแผกไปจากเดิมจะทำให้เกิดการใส่ใจสิ่งนั้นมากขึ้น

1.2.4 การทำซ้ำ มีความหมายว่าทำในสิ่งนั้นบ่อยๆหรือหลายๆครั้ง เช่น การโฆษณา

1.2.5 การเคลื่อนไหว เป็นการทำให้สิ่งเร้าเคลื่อนที่หรือเปลี่ยนแปลงไปมา การโฆษณาที่ใช้ภาพเคลื่อนไหว จะดึงดูดความสนใจได้ดีกว่าภาพนิ่ง

2. ประสบการณ์เดิม จะทำให้การตีความจากความรู้สึกแจ่มชัดขึ้นย่อมทำให้การรับรู้ได้มีความหมายมากยิ่งขึ้น

3. การเตรียมความคิดและสถานการณ์ห้อมล้อม ประสบการณ์ต่างๆทำให้บุคคลเกิดความคาดหวังในเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้น การอยู่ในสังคม สิ่งแวดล้อมต่างๆย่อมจะต้องมีการวิเคราะห์พิจารณาไตร่ตรอง อันเป็นการเตรียมความคิดที่จะรับรู้ต่อสิ่งเร้าต่างๆอย่างเหมาะสม

จึงอาจสรุปได้ว่า องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ ได้แก่ การใส่ใจ ประสบการณ์เดิม การเตรียมความคิดและสถานการณ์ห้อมล้อม

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในต่างประเทศ

ซิงเลตัน (Singleton. 1992:online) ได้ศึกษาทฤษฎีของอาหารและโภชนาการในด้านสุขภาพของเด็ก ศึกษาเด็กที่มีสุขภาพดี จำนวน 60 คน ที่มีอายุระหว่าง 4-7 ปี โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ เพื่อประเมินค่าความคิดทั่วไปเกี่ยวกับสุขภาพ และเพื่อตัดสินระดับพฤติกรรมการบริโภคอาหารและความคิดของพวกเขา การสัมภาษณ์เด็กเป็นรายบุคคลโดยใช้คำถามปลายเปิดและปลายปิด แผนความคิดถูกนำมาวิเคราะห์ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการสัมภาษณ์ รูปแบบการทดสอบก่อนและหลัง ถูกกำหนดขึ้นโดยการสุ่มเด็กจากกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ผลการศึกษาพบว่าเด็กรู้ถึงความสำคัญของสารอาหารที่สัมพันธ์กับสุขภาพของพวกเขาจากแบบทดสอบก่อน แต่หลังจากการเข้าร่วมโปรแกรมเด็กมีความรู้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ว่าสุขภาพและอาหารมีความสัมพันธ์กัน การศึกษายังพบอีกว่า เด็กมีทัศนคติทางบวกพร้อมที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร สารอาหาร และสุขภาพมากกว่าความคิดก่อนหน้านี้ แต่คำถามแบบปลายปิดอาจจะไม่มีการกระตุ้นที่เพียงพอที่จะประเมินค่าการเรียนรู้ของพวกเขาในระดับอายุช่วงนี้

เมอร์ฟี และคณะ (Murphy, et al.: 1995: online) ได้ศึกษาความเข้าใจของนักเรียนอนุบาลในเรื่องความคิดและคำแนะนำในการควบคุมอาหารสำหรับชาวอเมริกัน เพื่อที่จะตัดสินว่านักเรียนอนุบาลสามารถระบุแหล่งของอาหารที่มีไขมัน เกลือ และน้ำตาลได้ และเพื่อที่จะค้นหาวิธีการที่จะทำให้พวกเขาเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมอาหาร การออกกำลังกาย ความอ้วน และสุขภาพได้อย่างดี นอกจากนี้ เพื่อที่จะให้ความรู้แก่เด็กในการควบคุมอาหาร โดยการเปรียบเทียบกับทางเลือกอาหาร รูปแบบและวิธีการทดลอง จะเน้นไปที่การสัมภาษณ์กลุ่มซึ่งนำมาจากโรงเรียน 2 แห่ง ประกอบด้วย 12 กลุ่ม กลุ่มละ 5 คน เลือกมา 4 ห้องเรียน จากความเต็มใจของครูที่จะให้เด็กเข้าร่วมในการทดลอง ซึ่งไม่ใช่เป็นการสุ่มตัวอย่าง ผลการทดลอง พบว่า ความเข้าใจของนักเรียนในเรื่องความสัมพันธ์ทั่วไประหว่างการเลือกอาหาร การออกกำลังกาย ความอ้วนและสุขภาพ พวกเขาสามารถระบุอาหารที่มีเกลือ ไขมัน และน้ำตาลเป็นส่วนผสมอยู่มาก และมีความคิดว่าควรจำกัดการบริโภคอาหารที่มีเกลือ และน้ำตาลมาก อย่างไรก็ตามความชอบอาหารของพวกเขาไม่ได้นำมาแนะนำในการให้ความรู้ในการควบคุมอาหารเพื่อที่จะลดอาหารเหล่านั้นลง ผู้ให้การศึกษาควรตระหนักว่าเด็กอาจจะไม่เข้าใจแหล่งของอาหารประเภทเนื้อสัตว์ และความหลากหลาย นักเรียนจะรู้ว่าอะไรที่กินได้แต่ในทางปฏิบัติแล้วไม่ได้มีความรู้ที่แท้จริง การให้ข้อมูลยังไม่เพียงพอ ครูจำเป็นต้องสอนพวกเขาให้สามารถนำความรู้ในการควบคุมอาหารมาปรับใช้ในทางปฏิบัติด้วย

สเนลเลอร์ (Sneller. 1997: online) ได้ศึกษาเรื่องความตระหนักของโรงเรียนในการดูแลเรื่องการให้บริการจัดเตรียมโภชนาการสำหรับเด็กวัยเรียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินความแตกต่างในเรื่องความรู้ด้านโภชนาการ แหล่งของข้อมูลโภชนาการ และการตระหนักถึงการให้ความรู้เรื่องโภชนาการระหว่างชนบทและในเมืองของผู้ดูแล ในโรงเรียนในรัฐเทกซัส การศึกษามีการเปรียบเทียบระหว่างโรงเรียนทั้งในเมืองและชนบท โดยใช้แบบทดสอบ วิเคราะห์ข้อมูลโดย

ใช้ t-test และ ไค-สแควร์ จากการศึกษพบว่า ผู้ดูแลเด็กในเมืองมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากกว่าในชนบท และผู้ดูแลเด็กในชนบทรายงานว่าได้รับการฝึกในระหว่างศึกษาในเรื่องโภชนาการสำหรับเด็กและวัยรุ่น การจำกัดอาหารสำหรับโรคไต โรคหัวใจ การแพ้อาหาร การให้อาหารทางท่อ และภูมิแพ้ รายงานส่วนใหญ่จะได้รับการพูดถึงจากกลุ่มที่ไม่มีผลประโยชน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ และหนังสือเกี่ยวกับสุขภาพและข้อมูลโภชนาการส่วนบุคคลสำหรับผู้ดูแลอื่นๆ

เบิร์กแมน (Bergman. 2000: online) ได้ศึกษาความรู้ทางโภชนาการที่มีอิทธิพลต่อนักเรียนเกรดสามชาวอเมริกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวัดความรู้เรื่องโภชนาการที่มีอิทธิพลต่อนักเรียนเกรดสามชาวอเมริกัน และความรู้หลังจากการให้ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการแล้ว 30 นาที ศึกษาในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 34 คน ในโรงเรียนประถมศึกษาทางภาคตะวันตกของนิวยอร์ก การทดสอบก่อนและหลัง ขึ้นอยู่กับกลุ่ม บริบท และปริมาณของอาหารแต่ละมื้อ ในแต่ละวันที่แนะนำจากปริมาณอาหารซึ่งนำมาใช้วัดค่าความรู้ คะแนนก่อนการทดสอบเป็น 46.75% และหลังการทดสอบเป็น 53.95% ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เด็กเหล่านี้มีความรู้ในเรื่องปริมาณของอาหารในแต่ละมื้อ สำหรับอาหารกลุ่มน้อยกว่าการทดแทนอาหารที่เหมาะสม ผลการศึกษาครั้งนี้ระบุว่าเด็กเหล่านี้อาจจะได้รับประโยชน์จากการศึกษาเรื่องโภชนาการจากช่วงอายุต้นๆ เพื่อที่จะทำให้พวกเขามั่นใจในการที่จะควบคุมลักษณะนิสัยการควบคุมอาหารเพื่อสุขภาพที่ดีต่อไปในอนาคต

งานวิจัยในประเทศ

กุศล สุนทรธาดา และคณะ (2541) ได้กล่าวถึงบทสรุปสำหรับผู้บริหารสถานการณ์และองค์ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงดูเด็กในประเทศไทยเพื่อสำรวจ ประมวลผลและสังเคราะห์องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการอบรมเลี้ยงดูเด็กที่อยู่ในรูปแบบต่างๆ โดยเน้นเด็กอายุ 0-5 ปี ผลการสังเคราะห์ พบว่า การที่ขนาดครัวเรือนเล็กลงหรือเปลี่ยนจากครอบครัวขยายเป็นครอบครัวเดี่ยว การอพยพย้ายถิ่น สตรีมีโอกาสร่วมในตลาดแรงงาน เป็นสาเหตุหลักทำให้สถาบันครอบครัวลดบทบาทการอบรมเลี้ยงดู เด็กจำนวนมากไม่ได้รับการเลี้ยงดูให้มีพัฒนาการทุกด้านอย่างเหมาะสมตามวัย สถานเลี้ยงเด็กมีปัญหาด้านคุณภาพของบุคลากรที่มีประสบการณ์ในการเตรียมความพร้อมแก่เด็กวัยก่อนเรียน และการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองและชุมชน นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างรวดเร็ว และการกระจายสื่อต่างๆซึ่งส่งผลกระทบต่อพัฒนาบุคลิกภาพของเด็กทั้งด้านบวกและด้านลบ

ณัฐกร ชินศรีวงศ์กุล (2544) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำ ปัจจัยเอื้อ และปัจจัยเสริมกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียน และปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนที่มีภาวะโภชนาการเกินมาตรฐาน จากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่มีภาวะโภชนาการเกินมาตรฐาน จำนวน 397 คน ในโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จำนวน 58 โรงเรียน ผลการศึกษาพบว่า 1) นักเรียนที่มีภาวะโภชนาการเกินมาตรฐานส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง เป็นบุตรคนที่ 1 ในจำนวน

พี่น้อง 2 คน ร้อยละ 83.6 ของนักเรียนมีบิดามารดาที่มีรูปร่างอ้วน นักเรียนมีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้ สำหรับทัศนคติด้านลบต่อภาวะโภชนาการเกินมาตรฐานพบว่า ร้อยละ 93.9 เห็นด้วยกับทัศนคติที่ว่าคนอ้วน คือคนที่อยู่ดีกินดี และร้อยละ 70.5 เห็นด้วยว่าคนอ้วนคือคนที่มีสง่าราศี ในด้านพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารพบว่าร้อยละ 68.8 รับประทานอาหารปริมาณมากที่สุดในมื้อเย็นพบว่าร้อยละ 87.9 รับประทานอาหารหลังเวลา 18.00 น

2) ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า ปัจจัยนำ ได้แก่ ความเชื่อเกี่ยวกับการบริโภคอาหาร ทัศนคติต่อภาวะโภชนาการเกินมาตรฐาน อายุของนักเรียน ศาสนาและสมาชิกในครอบครัวที่มีรูปร่างอ้วน ปัจจัยเอื้อ ได้แก่ แหล่งขายอาหาร ปัจจัยเสริม ได้แก่ พฤติกรรมของผู้ปกครอง ครูและเพื่อน ระดับการศึกษาของบิดาและอาชีพของมารดา 3) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนที่มีภาวะโภชนาการเกินมาตรฐานพบว่า ปัจจัยนำ ได้แก่ ความเชื่อเกี่ยวกับการบริโภคอาหาร ศาสนา และสมาชิกในครอบครัวที่มีรูปร่างอ้วน ปัจจัยเอื้อ ได้แก่ แหล่งขายอาหาร รายได้ของนักเรียน และรายได้ของครอบครัว ปัจจัยเสริม ได้แก่ พฤติกรรมของผู้ปกครอง ครูและเพื่อน การศึกษาของบิดาและการรับรู้สื่อโฆษณา

ปานฤทัย ปานวิจิตร (2545) ได้ศึกษาปริมาณคาเฟอีนจากขนมและลูกอมในเด็กแต่ละวันของเด็ก 2 กลุ่ม คือ เด็กอายุ 7-11 ปี เด็กอายุ 12-17 ปี ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถาม พบว่าเด็กอายุ 7 ปี มีการบริโภคขนมและลูกอมสูงสุด 392.8 กรัมต่อวัน ได้รับคาเฟอีนสูงสุด 60.8 มิลลิกรัมต่อวัน ชนิดของขนมและลูกอมที่นิยมบริโภคมากที่สุด คือ เวเฟอร์ จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าปัจจุบันพฤติกรรมกรรมการบริโภคของเด็กไทยเปลี่ยนไปมาก และอาจจะได้รับคาเฟอีนจากแหล่งอื่น เช่น นมรสช็อกโกแลต นมรสกาแฟ น้ำอัดลม ทำให้ปริมาณคาเฟอีนที่ได้รับในแต่ละวันเพิ่มขึ้นอีก ซึ่งจะทำให้เกิดผลกระทบต่อภาวะทางโภชนาการและพัฒนาการของเด็ก ดังนั้นเพื่อความปลอดภัยของเด็ก ผู้ปกครองควรดูแลเอาใจใส่เกี่ยวกับการเลือกบริโภคชนิดขนมและลูกอม และปริมาณในการบริโภคในแต่ละวัน

ประนอม ใจสะอาด และคณะ (2546) ได้กล่าวถึงการพัฒนาการศักยภาพชุมชนเพื่อส่งเสริมภาวะโภชนาการเด็กต่ำกว่า 6 ปี ใน 2 หมู่บ้าน คือ บ้านโคกสำราญ และบ้านขามเปี้ย กิ่งอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม พบว่า สามารถลดปัญหาสุขภาพบ้านโคกสำราญ และบ้านขามเปี้ยลงจากก่อนดำเนินการ คือ บ้านโคกสำราญ ภาวะขาดสารอาหารระดับ 1 ร้อยละ 39.2 เหลือร้อยละ 20.1 ระดับ 2 ร้อยละ 0.35 หมดไปโรคฟันผุร้อยละ 32.0 เหลือร้อยละ 4.3 โรคอุจจาระร่วง ร้อยละ 21.1 เหลือร้อยละ 15.2 และบ้านขามเปี้ย ภาวะขาดสารอาหารระดับ ร้อยละ 42.8 เหลือร้อยละ 14.1 โรคฟันผุร้อยละ 43.7 เหลือร้อยละ 2.2 ไข้หวัด/หลอดลมอักเสบ ร้อยละ 11.0 เหลือร้อยละ 2.2 โรคอุจจาระร่วง ร้อยละ 37.5 เหลือร้อยละ 25.6 นอกจากนี้ ชุมชนเกิดความตระหนักในการดูแลและส่งเสริมโภชนาการและพัฒนาการเด็กสรุปได้ว่าชุมชนมีความพร้อมที่จะรับการพัฒนาศักยภาพ แต่ขาดการกระตุ้น ขาดความรู้ความเข้าใจที่แท้จริง ถ้าให้รู้ได้เข้าใจที่ถูกต้องแล้ว ชุมชนจะสามารถรวมพลังแก้ไขปัญหาและส่งเสริมสุขภาพของเด็กในชุมชนได้

อุไรพร จิตต์แจ้ง และคณะ (2547) ได้ศึกษา พฤติกรรมการบริโภคขนมและอาหารว่างของเด็กอายุ 3-15 ปี จำนวน 1,589 คน ใน 6 พื้นที่ พบว่าเงินที่เด็กอายุ 6-15 ปี ได้รับในวันธรรมดามากกว่าวันหยุด ส่วนเงินที่เด็กใช้เป็นค่าขนมจากมากไปน้อย คือ กลุ่มเด็กที่มีอายุ 13-15 ปี กลุ่มเด็กที่มีอายุ 3-5 ปี กลุ่มเด็กที่มีอายุ 9-12 ปี และกลุ่มเด็กที่มีอายุ 6-8 ปี ตามลำดับ ปัจจัยในการเลือกขนมของเด็กที่ตอบส่วนมาก คือ ขนมอร่อย โดยเด็กมักจะเลือกทานขนมเองเป็นส่วนใหญ่ ในเรื่องของพฤติกรรมการบริโภคมีเด็กประมาณร้อยละ 0.6 ที่รับประทานอาหารมือเดียว และอีกประมาณร้อยละ 1.9 รับประทานอาหารมากกว่า 4 มือ ประมาณร้อยละ 5.1 ไม่ได้รับประทานอาหารเช้า ส่วนใหญ่เป็นเด็กกลุ่มอายุ 3-5 ปี และกลุ่มอายุ 13-15 ปี นอกจากนี้เด็กส่วนใหญ่ยังพฤติกรรมชอบรับประทานอาหารทอดหรืออาหารมันๆ อาหารรสหวาน จิ้ม น้ำจิ้ม เมื่อรับประทานอาหารทอดหรือปิ้งและชอบจิ้มน้ำตาลและเกลือเมื่อรับประทานผลไม้ ส่วนร้อยละของค่าพลังงาน ที่ได้รับจากขนมเมื่อเทียบกับปริมาณสารอาหารอ้างอิงที่ควรได้รับประจำวัน คือ ร้อยละ 16-27 ซึ่งสารอาหารที่เด็กได้รับจากขนมค่อนข้างน้อย ได้แก่ วิตามินซี จึงควรส่งเสริมให้เด็กรับประทานผลไม้เพิ่มขึ้นแทนการรับประทานขนม ส่วนปริมาณโซเดียมที่ได้รับจากขนมค่อนข้างสูง ซึ่งอาจจะทำให้เด็กเสี่ยงต่อการเกิดโรคไม่ติดต่อได้ ในส่วนของชนิดของขนมที่บริโภค กลุ่มเด็กเล็กมีการกินชนิดขนมมากกว่าเด็กโต แม้ว่าในกลุ่มเด็กโต จะกินชนิดขนมน้อยกว่า แต่ความถี่ในการดื่มน้ำอัดลมมากกว่ากลุ่มเด็กเล็ก

จากเอกสารและงานวิจัยข้างต้น สรุปได้ว่า

ร้านค้าปลีกเป็นร้านค้าที่ขายสินค้าให้กับผู้ซื้อเป็นคนสุดท้าย ร้านค้าปลีกมีอยู่ทั่วไปทุกหนทุกแห่ง และถือว่าเป็นแหล่งระบายสินค้าที่สำคัญ ผู้ขายเป็นผู้ที่ทำให้การกระจายตัวของสินค้าได้อย่างรวดเร็ว เพราะผู้ขายจะเป็นผู้ใกล้ชิดกับผู้บริโภคมากที่สุด ขนมเป็นสิ่งที่คู่กับทุกเพศทุกวัย ขนมสามารถรับประทานได้ไม่จำกัดโอกาสและเวลา ตลาดของขนมขบเคี้ยวนับวันมีแต่จะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริเกียรติ เหลียงกอบกิจ (2549: ออนไลน์) พบว่า มูลค่าการตลาดของขนมกรุบกรอบ ซ็อกโกแลตและลูกอมในปี 2548 มีมูลค่าหมื่นล้านบาท ถ้าพิจารณาถึงคุณค่าของขนมของขนมกรุบกรอบหรือขนมขบเคี้ยวแล้ว พบว่ามีส่วนประกอบหลัก คือ แป้ง น้ำตาล และน้ำมัน (ตาวาว. 2547: 149) เมื่อรับประทานเข้าไปแล้วจะอืดง่าย แป้งและน้ำตาลจะเปลี่ยนเป็นไขมัน และสะสมตามส่วนต่างๆ ของร่างกายทำให้เกิดโรคอ้วน และอาจทำให้เกิดโรคอื่นๆ หรือเป็นโรคขาดสารอาหาร (ธิติมา องค์วุฒิเวทย์. 2548: 21) สิ่งเหล่านี้ที่ผู้วิจัย เห็นว่า ผู้ค้าปลีก มีการรับรู้ถึงประโยชน์และโทษที่เกิดจากการรับประทานขนม โดยเฉพาะผู้ค้าปลีกที่มีร้านค้าอยู่ใกล้โรงเรียนที่มีเด็กปฐมวัยหรือโรงเรียนอนุบาลทำให้เด็กมีความสะดวกที่จะซื้อขนมบริโภค ซึ่งเป็นอันตรายที่สำคัญยิ่งสำหรับเด็ก

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาโดยเน้นการรับรู้ ด้านประโยชน์และโทษเรื่องขนมของผู้ค้าปลีกที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร รวมถึงวิธีการเลือกซื้อมาจัดจำหน่าย

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงโครงสร้าง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้โภชนาการของชนที่มีต่อเด็กปฐมวัยของผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ดำเนินการเป็นผู้สัมภาษณ์ตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานครที่มีร้านค้าขายของเบ็ดเตล็ดใกล้โรงเรียนอนุบาล หรือโรงเรียนประถมศึกษา ที่มีการเรียนการสอนระดับอนุบาล รัศมี 50 เมตร ในกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานครที่มีร้านค้าขายของเบ็ดเตล็ดใกล้โรงเรียนอนุบาลหรือโรงเรียนประถมศึกษาที่มีการเรียนการสอนระดับอนุบาลในกรุงเทพมหานคร ทั้ง 50 เขต สุ่มเลือก เขตละ 2 โรงเรียน โรงเรียนละ 1 ร้านค้า ได้ตัวอย่างจำนวน 100 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้าง ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ประกอบด้วยคำถาม 5 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานของผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับประเภทขนมที่นำมาจำหน่ายในร้าน เป็นแบบบันทึกข้อมูล

ตอนที่ 3 เป็นคำถามการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของนมในด้านสุขภาพ ลักษณะเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 15 ข้อ

ตอนที่ 4 เป็นคำถามการรับรู้เกี่ยวกับโทษของขนมในด้านสุขภาพ ลักษณะเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 15 ข้อ

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเป็นแบบสัมภาษณ์ปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นอื่นๆเกี่ยวกับ

5.1 หลักเกณฑ์การเลือกการขนมมาจำหน่าย

5.2 ชนิดขนมที่ทดแทนสารอาหาร

การให้คะแนนและการแปลความหมายของแบบสอบถามตอนที่ 3 และ 4 เป็นแบบสอบถามมีข้อความทางบวก กำหนดมาตราส่วนประมาณค่า ดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	หมายถึง	การรับรู้มากที่สุด	ให้ 5 คะแนน
เห็นด้วย	หมายถึง	การรับรู้มาก	ให้ 4 คะแนน
ไม่แน่ใจ	หมายถึง	การรับรู้ปานกลาง	ให้ 3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	หมายถึง	การรับรู้น้อย	ให้ 2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	หมายถึง	การรับรู้ที่น้อยที่สุด	ให้ 1 คะแนน

แบบสอบถามมีข้อความทางลบ กำหนดมาตราส่วนประมาณค่าดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	หมายถึง	การรับรู้ที่น้อยที่สุด	ให้ 5 คะแนน
เห็นด้วย	หมายถึง	การรับรู้ที่น้อย	ให้ 4 คะแนน
ไม่แน่ใจ	หมายถึง	การรับรู้ปานกลาง	ให้ 3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	หมายถึง	การรับรู้มาก	ให้ 2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	หมายถึง	การรับรู้มากที่สุด	ให้ 1 คะแนน

ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 6 ข้อคำถามที่สัมภาษณ์การรับรู้ จำแนกรายการที่เป็นทางบวก ทางลบ

การรับรู้โทษของการขนมของผู้ค้าปลีก	ทางบวก	ทางลบ
ตอนที่ 1 ประโยชน์ของขนมในด้านสุขภาพ	3,5,6,8,13	1,2,4,7,9,10,11,12,14,15
ตอนที่ 2 โทษของขนมในด้านสุขภาพ	1,3,4,9,10,11,12,14,15	2,5,6,7,8,13
รวม	14	16

การแปลความหมายคะแนน

จากข้อมูลที่เก็บได้ด้วยแบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับ ผู้วิจัยแปลความหมายดังนี้			
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	4.50 - 5.00	หมายถึง	การรับรู้ในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	3.50 - 4.49	หมายถึง	การรับรู้ในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	2.50 - 3.49	หมายถึง	การรับรู้ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.50 - 2.49	หมายถึง	การรับรู้ในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	0.50 - 1.49	หมายถึง	การรับรู้ในระดับน้อยที่สุด

การสร้างเครื่องมือและหาคุณภาพเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือ และหาคุณภาพเครื่องมือตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. สร้างแบบสอบถามฉบับร่าง มี 5 ตอน

ตอนที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานของผู้ค้าปลีก

ตอนที่ 2 ประเภทขนมที่นำมาจำหน่าย และเกณฑ์การเลือกมาจำหน่าย

ตอนที่ 3 การรับรู้โฆษณาการขนมของผู้ค้าปลีกเกี่ยวกับประโยชน์ของขนม

ตอนที่ 4 การรับรู้โฆษณาการขนมของผู้ค้าปลีกเกี่ยวกับโทษของขนม

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับขนมที่ดีสามารถทดแทนสารอาหาร

3. นำแบบสอบถามฉบับร่างไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ พิจารณาตรวจสอบข้อคำถามและตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้เชี่ยวชาญในการศึกษาที่มีประสบการณ์ จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

1. รศ.ดร. ประไพศรี ศิริจักรวาล สถาบันวิจัยโภชนาการ

มหาวิทยาลัยมหิดล

2. ผศ. บุญญาพร อุณากร

โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
(ฝ่ายประถม)

3. นางสาวนันทจิต บุญมงคล กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข

4. จากการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านได้ตรวจสอบความตรงของเนื้อหาและภาษาที่ใช้ให้ตรงตามขอบเขตของเรื่องที่จะศึกษาในงานวิจัยโดยการหาค่า IOC คัดเลือกข้อที่มีค่า $IOC \geq .50$ ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.67-1.00

5. นำแบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้างที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานครที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

6. นำคะแนนที่ได้รับจากการตอบแบบสัมภาษณ์ ในข้อ 5 ไปคำนวณหาความเชื่อมั่นโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α - coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ .87

7. นำแบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้างไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง คือผู้ค้าปลีก จำนวน 100 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยได้อธิบายขั้นตอนการใช้แบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้างให้ผู้ช่วยวิจัยได้เข้าใจตรงกับการไปเก็บข้อมูลเขตที่ผู้ช่วยวิจัยสามารถเก็บข้อมูลได้
2. การเก็บข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง พร้อมผู้ช่วยวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน
3. นำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ แล้วจึงนำไปวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติที (t-test) และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรม SPSS/PC (Statistical Package for The Social Science) เพื่อคำนวณหาค่าสถิติ

2.1 สถิติพื้นฐาน

2.1.1 ค่าร้อยละโดยใช้สูตร (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 101)

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ	P	แทน ร้อยละ
	f	แทน ความถี่
	n	แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

2.1.2 หาค่าเฉลี่ย โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์.2541: 36)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{N}$$

เมื่อ	$\bar{x}$	แทน	คะแนนเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	N	แทน	จำนวนผู้ค้ำปลักในกลุ่มตัวอย่าง

2.1.3 หาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน โดยใช้สูตร (ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. 2538: 73)

$$S.D. = \sqrt{\frac{N \sum x^2 - (\sum x)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ	$S.D.$	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	N	แทน	จำนวนผู้ค้ำปลักในกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

2.2 สถิติที่ใช้หาคุณภาพเครื่องมือ

2.2.1 สถิติที่ใช้หาคุณภาพเครื่องมือ โดยใช้สูตร(ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2538: 246-250)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ	IOC	แทน	ดัชนีความสอดคล้องระหว่างพฤติกรรมรวมกับจุดประสงค์
	$\sum R$	แทน	ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเนื้อหาทั้งหมด
	N	แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

2.2.2 หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α -Coefficient) (ลัวัน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2536: 170)

$$\alpha = \frac{N}{N-1} \left[1 - \frac{\sum s^2 i}{s^2 i} \right]$$

เมื่อ α แทน ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น
 N แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม
 $\sum s^2 i$ แทน ผลรวมทั้งหมดของคะแนนความแปรปรวนเป็นรายข้อ
 $s^2 i$ แทน คะแนนความแปรปรวนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

2.3 สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

2.3.1 สถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มใช้ t-test for independent Samples โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544: 165)

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2 + s_2^2}{N_1 + N_2}}}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่มีการแจกแจงแบบที
 $\bar{x}_1, \bar{x}_2$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2
 s_1^2, s_2^2 แทน ความแปรปรวนกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2
 N_1, N_2 แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มที่ 2

2.3.2 วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One way Analysis of variance) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไปโดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544: 236)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ F แทน ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยที่มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป
 MS_b แทน ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
 MS_w แทน ความแปรปรวนภายในกลุ่ม

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการนำเสนอและการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

N	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย(Arithmetic Mean)
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
df	แทน	ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
p	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Square)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Square)
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานของผู้ค้าปลีก
- ตอนที่ 2 ประเภทของขนมที่นำมาจำหน่าย และเกณฑ์การเลือกมาจำหน่าย
- ตอนที่ 3 ระดับการรับรู้โภชนาการขนมของผู้ค้าปลีก
- ตอนที่ 4 เปรียบเทียบการรับรู้ประโยชน์และโทษของขนมด้านโภชนาการตามการรับรู้ของผู้ค้าปลีก จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานตามอายุและระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานของผู้ค้าปลีก

ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานของผู้ค้าปลีก ได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษา

ตาราง 7 จำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยพื้นฐานของผู้ค้าปลีกที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยพื้นฐานของผู้ค้าปลีก	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 เพศหญิง	73	73.00
1.2 เพศชาย	27	27.00
2. อายุ		
2.1 ต่ำกว่า 25 ปี	10	10.00
2.2 25 – 45 ปี	43	43.00
2.3 45 ปีขึ้นไป	47	47.00
3. ระดับการศึกษา		
3.1 ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	35	35.00
3.2 มัธยมศึกษา	29	29.00
3.3 อุดมศึกษาขึ้นไป	36	36.00

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ค้าปลีกที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงร้อยละ 73.00 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป ร้อยละ 47.00 และมีระดับการศึกษามัธยมศึกษาขึ้นไปมากที่สุด ร้อยละ 36.00

ตอนที่ 2 ประเภทของขนมที่ผู้ค้าปลีกนำมาจำหน่าย

2.1 ประเภทขนม

ตาราง 8 ความถี่และร้อยละของขนมแต่ละประเภทที่ผู้ค้าปลีกนำมาจำหน่าย

ประเภทขนมที่ผู้ค้าปลีกนำมาจำหน่าย	ความถี่	ร้อยละ
1. ขนมไทย	2	0.27
2. แป้งสาลีเนื้อมูม	38	5.18
3. เวเฟอร์/คุกกี้	88	12.00
4. แป้งกรอบ	424	57.85
5. เมล็ดพืช/ปลาเส้น/ขนมทอด	48	6.55
6. ลูกอมช็อกโกแลต	133	18.15
รวม	733	100.00

จากตาราง 8 พบว่าขนมที่ผู้ค้าปลีกนำมาจำหน่ายเป็นขนมประเภทแป้งกรอบมากเป็นลำดับที่ 1 มีค่าความถี่ร้อยละ 57.85 ประเภทลูกอมช็อกโกแลตเป็นลำดับที่ 2 และประเภทเวเฟอร์/คุกกี้เป็นลำดับที่ 3 ร้อยละ 18.00 และ 12.00 ตามลำดับ

2.2 หลักเกณฑ์ที่ผู้ค้าปลีกเลือกขนมมาจำหน่าย

ตาราง 9 ความถี่และร้อยละที่แสดงหลักเกณฑ์เลือกขนมมาจำหน่ายของผู้ค้าปลีก

ลำดับ	หลักเกณฑ์ที่ผู้ค้าปลีกใช้เลือกขนมนำมาจำหน่าย	ความถี่	ร้อยละ
1	เด็กชอบ	68	68.00
2	โฆษณา	62	62.00
3	ขายดีมีคนถามหาบ่อย	47	47.00
4	มีรสชาติ	43	43.00
5	แปลกใหม่ น่าสนใจ	41	41.00
6	ของใหม่ๆ	35	35.00
7	เด็กบอกให้นำมาขาย	25	25.00
8	ดูวันที่ผลิต หมาอายุ	25	25.00

จากตาราง 9 พบว่า ผู้ค้าปลีกมีหลักเกณฑ์เลือกขนมนำมาจำหน่าย ตามเด็กชอบเป็นลำดับที่ 1 มีค่าความถี่ร้อยละ 68.00 ตามโฆษณาลำดับที่ 2 และขายดีมีคนถามหาบ่อยเป็นอันดับ 3 ร้อยละ 62.00 และ 47.00 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การรับรู้โภชนาการชนมของผู้ค้าปลีก

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้โภชนาการชนมของผู้ค้าปลีก

การรับรู้โภชนาการชนมของผู้ค้าปลีก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านประโยชน์ของชนม	3.63	0.51	มาก
ด้านโทษของชนม	4.10	0.50	มาก
รวม	3.86	0.44	มาก

จากตาราง 10 พบว่าผู้ค้าปลีกมีระดับการรับรู้โภชนาการชนมด้านประโยชน์และด้านโทษ อยู่ระดับมาก โดยเฉพาะด้านโทษมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงสุด ($\bar{X} = 3.68$)

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้โภชนาการชนมที่มีต่อเด็กปฐมวัย ของผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ จำแนกรายข้อ

การรับรู้โภชนาการชนมที่มีต่อเด็กปฐมวัยด้านประโยชน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ชนมขบเคี้ยว เช่น มันฝรั่งทอดกรอบมีคุณภาพและประโยชน์เหมือนกันไม่จำเป็นต้องเลือกมาจำหน่าย	3.31	1.38	ปานกลาง
2. การรับประทานขนมขบเคี้ยวพอเหมาะกับความต้องการของร่างกายอาจมีประโยชน์ได้บ้าง	3.16	1.50	ปานกลาง
3. ชนมที่มีอาหารโปรตีนมีผลต่อการเจริญเติบโตของเด็ก	4.20	1.04	มาก
4. สารอาหารบางอย่างในขนมขบเคี้ยว สามารถสร้างภูมิคุ้มกันโรคได้	3.96	1.16	มาก
5. ขนมขบเคี้ยวปัจจุบันมีการพัฒนาด้านคุณภาพมากขึ้น	4.09	1.06	มาก
6. การเลือกซื้อขนมขบเคี้ยวที่มีคุณค่าทางโภชนาการมารับประทานในปริมาณพอเหมาะ จะส่งผลดีต่อสุขภาพ	3.71	1.38	มาก
7. ขนมขบเคี้ยวที่มีโปรตีน เป็นส่วนประกอบหลัก สามารถรับประทานทดแทนเป็นอาหารหลักได้	3.80	1.43	มาก
8. ท่านคิดว่าผู้จำหน่ายที่มีความรู้ด้านโภชนาการ สามารถให้คำแนะนำในการเลือกซื้อขนมขบเคี้ยวต่อผู้บริโภคได้	4.12	1.24	มาก

ตาราง 11 (ต่อ)

การรับรู้โภชนาการชนมที่มีต่อเด็กปฐมวัยด้านประโยชน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
9. ชนมขบเคี้ยวเป็นส่วนประกอบหลักในการช่วยลดความเครียดและสร้างเสริมอารมณ์ที่ดีต่อเด็ก	3.18	1.34	มาก
10. ชนมขบเคี้ยวเป็นอาหารที่ให้น้ำตาลเป็นหลัก ซึ่งจำเป็นต่อร่างกาย	4.00	1.31	มาก
11. แป้ง เกลือ น้ำตาล และไขมัน เป็นสารอาหารที่จำเป็นสำหรับเด็ก	3.32	1.39	ปานกลาง
12. ชนมที่มี อย. คือชนมที่มีคุณภาพ	2.74	1.25	ปานกลาง
13. การขาดสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกาย มีผลต่อการเจริญเติบโตของเด็กทั้งร่างกายและสติปัญญา	4.44	0.98	มาก
14. ท่านคิดว่ากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค สามารถคุ้มครองผู้บริโภคด้านชนมได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.08	1.3	ปานกลาง
15. ท่านคิดว่าสายด่วนผู้บริโภค สามารถแก้ปัญหาของผู้บริโภคได้ทุกเรื่องโดยเฉพาะชนม	3.27	1.25	ปานกลาง
รวม	3.63	0.51	มาก

จากตาราง 11 พบว่า ผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร มีระดับการรับรู้โภชนาการชนมที่มีต่อเด็กปฐมวัยด้านประโยชน์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$) รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การขาดสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกายมีผลต่อการเจริญเติบโตของเด็กทั้งทางร่างกายและสติปัญญา รองลงมาเป็นชนมที่มีแหล่งอาหารโปรตีนมีผลต่อการเจริญเติบโตของเด็ก และท่านคิดว่าผู้จำหน่ายที่มีความรู้ด้านโภชนาการ สามารถให้คำแนะนำผู้บริโภคในการเลือกซื้อชนมขบเคี้ยวได้ ($\bar{X} = 4.44$, $\bar{X} = 4.20$, $\bar{X} = 4.12$) ตามลำดับ

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้โภชนาการขนมที่มีต่อเด็กปฐมวัย
ของผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร ด้านโภชนาการ จำแนกรายข้อ

การรับรู้โภชนาการขนมที่มีต่อเด็กปฐมวัยด้านโภชนาการ		$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1.	สีที่ใช้ในขนมขบเคี้ยวควรเป็นสีที่ได้รับการรับรองหรือสีจากธรรมชาติ	4.37	1.03	มาก
2.	ผงชูรสช่วยเพิ่มรสชาติให้ขนมขบเคี้ยวมีความอร่อยมากขึ้น แต่ไม่ควรรับประทาน	4.58	0.96	มากที่สุด
3.	ท่านหลีกเลี่ยงนำขนมที่อาจเป็นอันตรายมาจำหน่าย	3.31	1.47	มาก
4.	สีของขนมติดอยู่ในปากเป็นระยะเวลานาน อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ	4.05	1.38	มาก
5.	เด็กกินขนมขบเคี้ยวเป็นอาหารเสริม จะช่วยให้ร่างกายเจริญเติบโตเหมาะสมกับวัย	4.17	1.07	มาก
6.	ขนมที่ท่านนำมาจำหน่ายจะเป็นขนมที่มีแหล่งผลิตเชื่อถือได้	4.52	1.09	มากที่สุด
7.	การเติมเครื่องปรุงต่าง ๆ ในขนมเป็นการเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ	3.79	1.25	มาก
8.	ขนมที่นำมาจำหน่ายส่วนมากจะเลือกที่มีของแถมหรือมีส่วนลด	3.92	1.31	มาก
9.	การบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเล็กจึงเหมาะสำหรับการบริโภคของเด็ก	3.78	1.45	มาก
10.	ขนมที่ดีควรมีอาหารหลักอย่างน้อย 2 หมู่	3.88	1.07	มาก
11.	ควรมีการระบุสารอาหารของขนมในฉลากโภชนาการ	4.50	0.86	มากที่สุด
12.	ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกซื้อขนมมาจำหน่าย จะดูวันที่ผลิตและวันหมดอายุ	4.41	0.94	มาก
13.	ท่านมีความคิดเห็นว่าเด็กอายุต่ำกว่า 6 ขวบ สามารถเลือกซื้อขนมที่มีคุณภาพด้วยตนเองได้	4.30	1.10	มาก
14.	ขนมที่นำมาจำหน่าย ส่วนใหญ่จะเป็นขนมที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ	4.39	0.83	มาก
15.	ผู้จำหน่าย และผู้บริโภคต่างได้รับประโยชน์เรื่องขนมจากข้อกำหนดในกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภค	3.44	1.13	มาก
รวม		4.10	0.50	มาก

จากตาราง 12 พบว่า ผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร มีระดับการรับรู้โภชนาการขนมที่มีต่อเด็กปฐมวัยด้านโภชนา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ผงชูรส ช่วยเพิ่มรสชาติให้ขนมขบเคี้ยวอร่อยขึ้น แต่ไม่ควรรับประทาน รองลงมาเป็นทำนนำสินค้าใกล้หมดอายุมาจำหน่าย และควรมีการระบุสารอาหารในฉลากโภชนาการ ($\bar{X} = 4.58$, $\bar{X} = 4.52$, $\bar{X} = 4.50$) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 เปรียบเทียบการรับรู้ด้านประโยชน์และโทษของขนม จำแนกตามเพศของผู้ค้าปลีก

ตาราง 13 เปรียบเทียบการรับรู้โภชนาการขนมของผู้ค้าปลีก จำแนกตามเพศ

การรับรู้โภชนาการขนมของผู้ค้าปลีก	หญิง (N=73) ชาย (N=27)					
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	t	p
ด้านประโยชน์ของขนม	3.67	0.51	3.51	0.50	1.38	0.17
ด้านโทษของขนม	4.09	0.53	4.09	0.41	0.01	0.99
รวม	3.88	0.45	3.80	0.40	0.80	0.42

จากตาราง 13 พบว่า การรับรู้โภชนาการขนมของผู้ค้าปลีกที่มีเพศต่างกัน การรับรู้โภชนาการขนมด้านประโยชน์และด้านโทษไม่แตกต่าง

ตาราง 14 เปรียบเทียบการรับรู้โภชนาการขนมรายด้านของผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร
จำแนกตามอายุ

การรับรู้โภชนาการขนม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านประโยชน์ของขนม	ระหว่างกลุ่ม	1.873	2	0.936	3.845	0.25
	ภายในกลุ่ม	23.619	97	0.243		
	รวม	25.491	99			
ด้านโทษของขนม	ระหว่างกลุ่ม	2.390	2	1.195	5.243*	0.007
	ภายในกลุ่ม	22.109	97	0.228		
	รวม	24.499	99			

*p < .05

จากตาราง 14 พบว่า ผู้ค้าปลีกที่มีอายุต่างกันมีการรับรู้โภชนาการขนมด้านประโยชน์ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านโทษแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงนำไปทดสอบรายคู่เป็นตาราง 13

ตาราง 15 การทดสอบรายคู่ การรับรู้โภชนาการขนมของผู้ค้าปลีก จำแนกตามช่วงอายุกับการรับรู้โภชนาการขนมของผู้ค้าปลีก ด้านโทษ

อายุ		ต่ำกว่า 25 ปี	25-45 ปี	45 ปี ขึ้นไป
	$\bar{x}$	3.71	3.73	4.01
ต่ำกว่า 25 ปี	3.71	-	0.02	0.30
25-45 ปี	3.73		-	0.29*
45 ปี ขึ้นไป	4.01			-

จากตาราง 15 พบว่า ผู้ค้าปลีกที่มีอายุในช่วง 45 ปี ขึ้นไป มีการรับรู้โภชนาการขนมของผู้ค้าปลีกด้านโทษ แตกต่างจากผู้ค้าปลีกอายุ 25-45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่แตกต่าง

ตาราง 16 การรับรู้โภชนาการขนมรายด้านของผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร
จำแนกตามระดับการศึกษา

การรับรู้โภชนาการขนม ของผู้ค้าปลีก	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sip
การรับรู้ด้านประโยชน์ ของขนม	ระหว่างกลุ่ม	0.549	2	0.275	1.068	0.348
	ภายในกลุ่ม	24.942	97	0.275		
	รวม	25.491	99			
การรับรู้ด้านโทษ ของขนม	ระหว่างกลุ่ม	0.856	2	0.428	1.756	0.178
	ภายในกลุ่ม	23.643	97	0.244		
	รวม	24.499	99			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.629	2	0.315	1.693	0.189
	ภายในกลุ่ม	18.029	97	0.186		
	รวม	18.658	99			

จากตาราง 16 พบว่า ผู้ค้าปลีกที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการรับรู้โภชนาการขนม
ด้านประโยชน์และโทษไม่แตกต่าง

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการรับรู้โภชนาการขนมที่มีต่อเด็กปฐมวัยของผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาซึ่งเป็นการวิจัยเชิงโครงสร้าง โดยมีระดับขั้นตอนของการวิจัย และสรุปได้ดังนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประเภทของขนมและหลักการเลือกขนมมาจำหน่ายในร้านของผู้ค้าปลีก
2. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้โภชนาการขนมของผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับขนมด้านโภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัย
3. เพื่อเปรียบเทียบระดับการรับรู้โภชนาการขนมของผู้ค้าปลีกจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของผู้ค้าปลีก

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกันมีการรับรู้โภชนาการขนมแตกต่างกัน
2. ผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกันมีการรับรู้โภชนาการขนมแตกต่างกัน
3. ผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการรับรู้โภชนาการขนมแตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานครที่มีร้านค้าขายของเบ็ดเตล็ดใกล้โรงเรียนอนุบาล หรือ โรงเรียนประถมศึกษา ที่มีการเรียนการสอนระดับอนุบาลในรัศมี 50 เมตร

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานครที่มีร้านค้าขายของเบ็ดเตล็ดใกล้โรงเรียนอนุบาลหรือโรงเรียนประถมศึกษาที่มีการเรียนการสอนระดับอนุบาลในกรุงเทพมหานคร ทั้ง 50 เขต สุ่มเลือกเขตละ 2 โรงเรียน โรงเรียนละ 1 ร้านค้าได้ตัวอย่างจำนวน 100 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีความเชื่อมั่น .87 มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัยนำแบบทดสอบไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง โดยใช้เวลาการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม 2549

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติที (t-test) และวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA)

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้โภชนาการขนมที่มีต่อเด็กปฐมวัยของผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร สรุปผลการวิจัยดังนี้

1. ประเภทแป้งกรอบเป็นขนมที่ผู้ค้าปลีกจำหน่ายมากเป็นลำดับที่ 1 ประเภทลูกอมช็อกโกแลตเป็นลำดับที่ 2 และประเภทเวเฟอร์/คุกกี้เป็นลำดับที่ 3
2. การรับรู้ของผู้ค้าปลีกด้านประโยชน์และโทษอยู่ระดับดี
3. เพศต่างกันมีการรับรู้ด้านประโยชน์และโทษไม่แตกต่างกัน
4. อายุต่างกันมีการรับรู้ด้านประโยชน์ไม่แตกต่างกัน ส่วนการรับรู้ด้านโทษแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
5. ระดับการศึกษาต่างกันมีการรับรู้ด้านประโยชน์และโทษไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการรับรู้โภชนาการขนมที่มีต่อเด็กปฐมวัยของผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาการรับรู้ของผู้ค้าปลีก สามารถอภิปรายได้ดังนี้

1. ประเภทขนมและหลักเกณฑ์นำมาจำหน่าย
 - 1.1 ประเภทขนมที่ผู้ค้าปลีกนำมาจำหน่ายในร้านค้าของผู้ค้าปลีกมากที่สุดเป็นขนมประเภทแป้งกรอบมากที่สุด (ร้อยละ 57.85) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการส่งเสริมสินค้า การออกแบบผลิตภัณฑ์นำตัวการ์ตูนที่เด็กรู้จักมาเป็นจุดขาย มีของแถมที่เป็นของเล่นต่างๆ ราคาไม่สูงเกินไป และสะดวกที่จะนำมาจัดจำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ญานินี จาตุรงคกุล (2546: 131) ที่

กล่าวว่า การเลือกสินค้ามาจำหน่ายให้กับผู้บริโภคผู้จัดจำหน่ายคำนึงถึงราคาสินค้า รูปลักษณะและความนิยมของผู้บริโภคเป็นหลัก โดยเฉพาะขนมประเภทกรุบกรอบ เด็กชอบมาก เนื่องจากโฆษณาภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ พฤติกรรมเลียนแบบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เสรี วงษ์มณฑา (2542: 32-34) กล่าวว่า พฤติกรรมบริโภคถูกกำหนดด้วยลักษณะทางกายภาพ ลักษณะทางกายภาพถูกกำหนดด้วยสภาพจิตวิทยา โดยสภาพจิตวิทยาถูกกำหนดด้วยครอบครัว และครอบครัวถูกกำหนดด้วยสังคม สังคมถูกกำหนดด้วยวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น ตามที่ ลักษมี คงลาภ (2547: 48) กล่าวไว้ว่า เด็กหลายคนเติบโตและเรียนรู้จากโทรทัศน์ซึ่งเป็นสื่อใกล้ตัว การโฆษณาขนมให้มีความน่าสนใจ สีสันทันตาเหมือนจริง เป็นการนำพาจินตนาการของเด็กให้สวยงามตามวัย อยากเรียนอยากรู้อยากลอง เป็นความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การโฆษณาขนมกับพฤติกรรมการบริโภคของเด็กสอดคล้องกัน เสรี วงษ์มณฑา (2540: 2) กล่าวว่า การโฆษณาเป็นกระบวนการทางด้านสื่อสารมวลชนประเภทหนึ่งที่เกิดขึ้น เพื่อจูงใจให้คนมีความต้องการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ โดยอาศัยเหตุผลจริงหรือเหตุผลสมมติจูงใจให้เกิดความชื่นชอบในสินค้าสัมพันธ์กับคำกล่าวของสุทนต์ เรืองรุจิระ (2541: 275) ที่กล่าวว่า การโฆษณาเป็นการสื่อสารถึงกลุ่มผู้บริโภคจำนวนมากที่อยู่กระจัดกระจายได้ในระยะเวลาที่รวดเร็ว โดยผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ เป็นการจูงใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้เกิดความต้องการในสินค้าหรือบริการ หรือแนวคิดอื่นๆ เพื่อสร้างความรู้จักให้เกิดขึ้นก่อนการเสนอขายจริงช่วยให้ร้านค้ารับสินค้าไปจำหน่ายเกิดความมั่นใจ ในการสนับสนุนการขายของเจ้าของสินค้า ตามที่ กรรณิการ์ พรหมเสาร์ (2547: 49-48) ได้กล่าวถึง เด็กกับโฆษณาว่า ยังมีเด็กอีกเป็นจำนวนมากที่ไม่รู้ว่าโฆษณาไม่ใช่ข้อเท็จจริง เด็กเพียงแต่เห็นโฆษณาที่สร้างความอยากรู้อยากเห็นให้เชื่อถือและตัดสินใจซื้อเพราะหลงเชื่อว่าสินค้านั้นมีคุณภาพจริง ราคาถูก และมีสิ่งจูงใจอื่นๆ การโฆษณาจึงเป็นกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญ โดยเฉพาะเด็ก ๆ ที่ถือว่าเป็นกลุ่มบริโภคที่สำคัญ

1.2 หลักเกณฑ์เลือกขนมมาจำหน่ายของผู้ค้าปลีก จากการวิจัยพบว่า ผู้ค้าปลีกเลือกขนมมาจำหน่ายตามความชอบ (ร้อยละ 68.00) และโฆษณา (ร้อยละ 62.00) ซึ่งอภิปรายได้ว่า โดยธรรมชาติของการค้าขาย ผู้ค้าจะเลือกสินค้าที่มีโอกาสขายได้มากที่สุดมาจำหน่าย โดยเฉพาะสินค้าขนมประเภทกรุบกรอบที่เด็กชอบ ความชอบเป็นเหตุจูงใจสำคัญ สาเหตุจูงใจที่สำคัญคือเด็กติดรสของขนม หาทานง่าย อีกทั้งรูปลักษณ์ และการโฆษณา รวมถึงมีของแถม (ดาวาว. 2547 : 149) โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ หีบห่อ เก็บง่าย จัดแสดงง่าย ชื่อนี้มาจำหน่ายว่าเป็นกระบวนการสนับสนุนให้ผู้ค้าจัดจำหน่าย แม้ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้จำหน่ายมีการรับรู้เรื่องโทษและประโยชน์ของขนมอยู่ในระดับดีแล้วก็ตาม อีกประการหนึ่งที่ทำให้ผู้ค้านำขนมประเภทกรุบกรอบมาขายเนื่องด้วยร้านค้าย่อยเป็นประเภทขายปลีกที่อยู่ใกล้กับบริเวณมุมเล็กของเมืองคนอยู่ไม่มาก (ญาณิณี จาตุรงค์กุล. 2546 : 42) ทำให้ผู้ค้าจำเป็นต้องเลือกมาจำหน่าย

2. การรับรู้โภชนาการขนมของผู้ค้าปลีก มีการรับรู้โภชนาการขนมด้านประโยชน์และด้านโทษ อยู่ในระดับมาก $\bar{X} = 3.63$ และ $\bar{X} = 4.10$ รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ การรับรู้ว่าอาหารมีผลต่อร่างกายด้านการเจริญเติบโตของเด็กรวมถึงสติปัญญา ผงชูรสช่วยเพิ่มรสชาติให้ขนมขบเคี้ยวมีความอร่อยมากขึ้น แต่ไม่ควรรับประทาน รองลงมาคือ ควรมีการระบุสารอาหารในฉลากโภชนาการ ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่า ปัจจุบันมีหน่วยงานที่บริการเผยแพร่ความรู้ ให้คำแนะนำตลอดจนรับเรื่องราวต่าง ๆ ที่อาจจะก่อให้เกิดอันตรายแก่ผู้บริโภคได้และอาจเป็นไปได้ว่าผู้ค้าปลีกส่วนใหญ่อายุมากกว่า 47 ปี มีการใช้ประสบการณ์เดิม เป็นความรู้ที่สะสมไว้เป็นความจำและความเชื่อ ตามที่ ถวิล ธาราโภชน (2547: 75-77) กล่าวว่า การรับรู้ได้ดีต้องมีการใส่ใจ ซึ่งเป็นพื้นฐานการรับรู้ ธงชัย สันติวงษ์ (2535: 30) กล่าวว่า พฤติกรรมการรับรู้ของผู้ค้าปลีก จะได้รับสิ่งกระตุ้นทั้งภายในและภายนอก สิ่งกระตุ้นภายใน ได้แก่ ความต้องการทางร่างกายและจิตใจของผู้บริโภคในปัจจุบัน มีความต้องการ ทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง สิ่งเหล่านี้เมื่อเกิดขึ้นถึงระดับหนึ่ง แล้วกลายเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ค้าปลีกส่วนใหญ่มีความเข้าใจประโยชน์ของขนมในปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงจากอดีต ถ้าไม่ทำตามกระแสความนิยม ก็จะทำให้สินค้าขายไม่ได้ อาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจภายในครอบครัว ผู้ค้าปลีกได้ให้ข้อเสนอแนะว่าเกิดจากมีสิ่งกระตุ้นทำให้เกิดความต้องการ เมื่อมีสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความสนใจของผู้บริโภค ความรู้สึกนึกคิดต่างๆ จะได้รับอิทธิพลต่างๆ ภายในใจของ ผู้บริโภค แล้วเกิดการตอบสนองของผู้บริโภคหรือมีการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุโรจน์ คุ่มเสาร์ (2546: 13) กล่าวว่า สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นภายในร่างกายและสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ การประเมินผลการเลือกให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกที่จะซื้อสินค้า

3. การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศในการรับรู้โภชนาการขนมของผู้ค้าปลีก พบว่า ผู้ค้าปลีกที่มีเพศที่แตกต่างกันมีการรับรู้โภชนาการขนมที่ประโยชน์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วาสนา เชิดชู (2545: 100) ที่พบว่า ผู้จำหน่ายสินค้าที่มีเพศต่างกัน มีการรับรู้โภชนาการขนมที่แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีสมบัติ พรประสิทธิ์ (2536: 82) ที่พบว่า กลุ่มเพศชายและเพศหญิงมีการรับรู้โภชนาการที่ต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ปกติแล้วเพศหญิงเป็นเพศที่ช่างเจรจามากกว่าเพศชาย แต่การที่เพศชายมีการรับรู้ไม่แตกต่างจากเพศหญิงอาจมาจากประสบการณ์เดิมหรือได้รับจากข่าวสารจากสื่อต่างๆ ที่เกิดองค์ความรู้สามารถที่จะบอกความรู้ต่อผู้อื่น ข่าวสารในปัจจุบันสามารถรับรู้ได้หลากหลาย เช่น หนังสือพิมพ์ ที่เป็นตัวกระตุ้นสำคัญทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ง่าย หนังสือพิมพ์จะใกล้ชิดผู้บริโภคข่าวสารมากกว่าสิ่งพิมพ์อื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับ วิรัช ลภีรัตนกุล (2544: 305) ที่กล่าวถึง สื่อโดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเผยแพร่ เพราะเมื่อไม่เข้าใจสามารถย้อนกลับมาทบทวนใหม่ และสามารถเก็บเป็นหลักฐานอ้างอิงได้

4. การเปรียบเทียบการรับรู้โภชนาการของผู้ค้าปลีกที่มีอายุต่างกัน พบว่า การรับรู้โภชนาการขนมของผู้ค้าปลีกที่มีอายุต่างกัน มีการรับรู้ด้านประโยชน์ของขนมไม่แตกต่าง ส่วนการรับรู้ด้านโทษแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากงานวิจัยพบว่าผู้ค้าปลีกที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป มีการรับรู้โทษมากกว่าผู้ค้าปลีกที่มีอายุระหว่าง 25-45 ปี สามารถอภิปรายได้ว่า ผู้มีอายุมาก มีประสบการณ์ และข้อมูลสะสมมากกว่าผู้มีอายุน้อย ซึ่ง เดิมศักดิ์ คทวณิช (2546: 127-130) กล่าวว่า บุคคลแต่ละคนจะเกิดการรับรู้สิ่งเร้าใจแตกต่างกันไป แต่การรับรู้สิ่งเร้าใจก่อนมากหรือน้อย ถูกต้องหรือผิดพลาด ชัดเจนหรือไม่ขึ้นอยู่กับตัวบุคคล ซึ่งจะต้องประกอบกับประสบการณ์เดิม ความต้องการที่จะรับรู้ และความใส่ใจในเรื่องนั้นๆ เพราะการเอาใจใส่ เป็นองค์ประกอบพื้นฐานของการรับรู้ การเอาใจใส่มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับภาวะของผู้รับรู้ ดังที่ผู้ค้าปลีกที่มีอายุมากจะมีการรับรู้ด้านโทษเพราะมีประสบการณ์จากการขาย ซึ่งจากการสะสมจากการจำหน่ายทำให้เกิดเข้าใจในคุณค่าโภชนาการมากขึ้น

5. ระดับการศึกษาต่างกันมีการรับรู้ด้านประโยชน์และโทษไม่แตกต่างกัน จากงานวิจัยพบว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า มีการรับรู้อยู่ในระดับเดียวกันกับผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือระดับอุดมศึกษาขึ้นไป พอสรุปได้ว่า ปัจจุบันเทคโนโลยีเจริญก้าวหน้า การสื่อสารหลากหลายและรวดเร็ว ทำให้ผู้ค้าปลีกมีการรับรู้ได้จากสื่อหรือถ้าไม่มีการรับรู้อาจจะมีประสบการณ์ในเรื่องนั้นๆหรือมีความใส่ใจต่อสินค้าที่ตนเองจำหน่ายอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับ นุชรินทร์ เจนผาสุก (2545: 82) กล่าวว่า ปัจจัยทางการตลาดในด้านการค้าเรื่องการรับรู้คุณภาพของสินค้าที่มีความหลากหลาย ผู้ค้าจะต้องมีความเข้าใจคุณภาพของสินค้า มีความเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. รมรณค้ให้ควมร้เกี่ยวกับคณค่าของอาหารแก่ครุ พอ แม่ และผู้ปกครองเข้าใจถึงประโยชน์ และโทษของขนม
2. รมรณค้ให้ผู้ค้าพิจารณาคณค่าเชิงโภชนาการในการจัดจำหน่ายขนมสำหรับเด็กปฐมวัย
3. ปัญหการกินขนมของเด็กเกิดจากผู้ใหญ่และสิ่งแวดล้อม เห็นควรให้มีการรณรณค้เพื่อการพัฒนาความสนใจขนมมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเรื่องคณธรรมจริยธรรม มีความสัมพันธ์กับการค้าของผู้ผลิตและผู้ค้าปลีก
2. ควรมีการวิจัยเชิงปฏิบัติการ ผลของการปรับพฤติกรรมของเด็กปฐมวัยที่มีต่อการบริโภค
3. ควรมีการศึกษาทบทวนของผู้ปกครองที่มีต่อการให้ความรู้แก่เด็ก

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรรณิการ์ พรหมเสาร์. (2547, มิถุนายน - กรกฎาคม). “กรีนคอนซูเมอร์”, *ฉลาดซื้อ*. 11(61) : 46 - 47.
- กระตั้นคุมขนมเด็กยิ่งกินยิ่งโง่ยิ่งอ้วน. (2548, 7 มกราคม). *ไทยรัฐ*. หน้า 17.
- กวี จุติกุล. (2541). *เอกสารการสอนชุดวิชาโภชนาการกับมนุษย์*. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- กันยา สุวรรณแสง. (2544). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ : รวมสาสน์.
- กุลยา ตันติผลาชีวะ. (2541, มกราคม). “สนทนากับผู้ปกครอง : เด็กปฏิเสธอาหาร,” *วารสารการศึกษาปฐมวัย*. 2(2) : 60 - 61.
- _____. (2542). *การเลี้ยงดูเด็กก่อนวัยเรียน 3 – 5 ขวบ*. กรุงเทพฯ : สาขาการศึกษาปฐมวัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- _____. (2547). *การจัดกิจกรรมการเรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัย*. กรุงเทพฯ : เอดิสันเพรสโปรดักส์.
- _____. (2548ก). *คู่มือเลี้ยงดูวัยอนุบาลให้เก่ง ฉลาด เป็นคนดีมีคุณภาพ*. นนทบุรี: สนุกอ่าน
- _____. (2548, มกราคม). “สนทนากับผู้ปกครอง: เด็กอ้วน.” *วารสารการศึกษาปฐมวัย*. 9(1): 50 - 53.
- กุศล สุนทรธาดา และคนอื่นๆ. (2541). *สถานการณ์และองค์ความรู้เกี่ยวกับการอบรมเลี้ยงดูเด็กในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล
- ไกรสิทธิ์ ตันติศิริพันธ์ และคณะ. (2540). *อาหารและโภชนาการนำความรู้สู่การปฏิบัติ*. นครปฐม : สถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ชนม. (2548). *ชนม/ชนม* สืบค้นเมื่อ 23 กรกฎาคม 2548 จาก [http:// dental. Anamai.moph.go.th](http://dental.anamai.moph.go.th).
- ค้วน ขาวหนู. (2534). *โภชนาศาสตร์*. กรุงเทพฯ : อักษรพาพัฒนา.
- จิรพรรณ นิสสภ. (2541). *ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของผู้ปกครองและพฤติกรรมการดูแลทารกกับพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัยในเขตการศึกษา 6*. ปริญญาโท กศ.ม. (การศึกษาปฐมวัย). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ชนิกา ตูจินดา. (2548, กรกฎาคม). “คลินิกรักลูก,” *รักลูก*. 23(270) : 108 - 110.
- ชุตินา ศิริกุลชยานนท์. (2548). *อย่าปล่อยให้เด็กเป็นเหยื่อ”ชนม” 1 มิ.ย. 48 มติชน*. สืบค้นเมื่อ 9 เมษายน 2549 จาก <http://dental.anamai.moph.go.th>
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2541). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชูชาน, ลินน์และไดแอน อี เลวิน. (2547). *หยุดโฆษณาอาหารอรรยกับเด็กเสียที*. กรุงเทพฯ : มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก.

- ญาณิณี จาตุรงค์กุล. (2546). ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร. ปรินญาณินพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2548, 31 กรกฎาคม - 3 สิงหาคม). เคี้ยวมัน-มันส์ หยอดเทสโต้ชนเลย์ ฟิล์มใหม่ หลงแหล่. สืบค้นเมื่อ 18 สิงหาคม 2548 จาก <http://www.thannews.th.com>.
- ณัฐกร ชินศรีวงศ์กุล. (2544). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนที่มีภาวะโภชนาการเกินมาตรฐานในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (สุขศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ณัฐพรรณ ตริเดชา. (2547). ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อขนมหม้อแกงนมสดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเพชรบุรี. ปรินญาณินพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- เดือนเด่น นิคมบริรักษ์และสุธี สุภนิตย์. (2541). การคุ้มครองผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ฝ่ายวิจัยการเศรษฐกิจรายสาขา สถาบันเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- ดาวาว. (2547, กันยายน). “สุขภาพคุณหนู,” *รักลูก*. 2(260) : 148 - 151.
- เต็มศักดิ์ คทวนิช. (2546). จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ถวิล ธาราโกชน. (2543). พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน. กรุงเทพฯ : ทิพย์วิสุทธิ.
- _____. (2547). จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ : ทิพย์วิสุทธิ.
- ทัศนวิวรรณ ภู่อารีย์. (2537). โภชนาการมนุษย์. กรุงเทพฯ : ภาควิชาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธิดิมา องค์วุฒิเวทย์. (2548, พฤษภาคม/มิถุนายน). “ของฝากจากออย.” *จรรยา Food&Health*. 12(84) : 22.
- นฤมล โกมลเสวิน. (2545, กันยายน-ตุลาคม) “อ่านให้รู้ดูให้เป็นกับฉลากโภชนาการ,” *วารสารทางธุรกิจและเทคโนโลยี อาหาร เคมี สิ่งแวดล้อม*. 9(68) : 39 - 43.
- _____. (2545, พฤศจิกายน - ธันวาคม). “อ่านให้รู้ดูให้เป็นกับฉลากโภชนาการ (ตอนจบ),” *วารสารทางธุรกิจและเทคโนโลยี อาหาร เคมี สิ่งแวดล้อม*. 9(69) : 30 - 33.
- นานาสารัตถะด้านสุขภาพ. (2545, พฤศจิกายน). *เรื่องเค็มๆของขนมขบเคี้ยว*. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2548 จาก www.kalathai.com
- นุชรินทร์ธ เชนพาสุก. (2547). พฤติกรรมผู้บริโภคต่อธุรกิจค้าปลีก ประเภทซูเปอร์เซ็นเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2535). การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- บุปผา ไตรรัตน์. (2547, กันยายน). “สุขภาพคุณหนู,” *รักลูก*. 22(260) : 149.
- บทบรรณาธิการ. (2548, เมษายน - พฤษภาคม). องค์การอิสระผู้บริโภค. *ฉลาดซื้อ*. 11(66) : 5

- ประนอม ใจสะอาด และคณะ. (2547, มกราคม – มีนาคม). รายงานการวิจัย : การพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อส่งเสริมภาวะโภชนาการเด็กอายุต่ำกว่า 6 ปี กิ่งอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น. วารสารโภชนาการ. 39(1):48-51
- ประยงค์ จินดาวงศ์. (2541). โภชนาการและสุขภาพ. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ประสงค์ วงศาโรจน์. (2536). เอกสารประกอบการเรียนการสอนสุขศึกษา อาหารและโภชนาการ. สมุทรสาคร : วิทยาลัยพลศึกษา.
- ปานฤทัย ปานวิจิตร. (2545). ปริมาณคาเฟอีนจากขนมและลูกอมในเด็กแต่ละวัย. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (พิษวิทยาทางอาหารและโภชนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- ปาหนัน บุญ-หลง. (2532). โภชนาการ. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิยะดา ประเสริฐสม. (2547, กันยายน). “สุขภาพคุณหนู.” รักลูก. 22(260) : 148.
- ฝ่ายแผนงานและสารสนเทศทางการศึกษา. (2547). รายงานสถิติการศึกษาปี 2546 โรงเรียนสังกัด กรุงเทพมหานคร. ลำดับที่ 6/2547. กรุงเทพฯ : สำนักงานการศึกษา.
- พจน์ เทียมศักดิ์. (2535). การพัฒนาโปรแกรมส่งเสริมความรู้ด้านโภชนาการของผู้ปกครองในการเลี้ยงดูเด็กปฐมวัยที่มีน้ำหนักต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานในโครงการตามพระราชดำริสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีในโรงเรียนสังกัดสำนักงาน การประถมศึกษา จังหวัดนครนายก. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (การประถมศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- พัชรี สวนแก้ว. (2536). เอกสารประกอบการสอนวิชาจิตวิทยาพัฒนาการและการดูแลเด็กปฐมวัย. กรุงเทพฯ : ดวงกมล.
- พิบูล ทีปะปาล. (2545). การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย. กรุงเทพฯ : มิตรสัมพันธ์กราฟฟิค
- ภัทรา แนวนมาลี และคณะ. (2532). การคุ้มครองผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แม็ค.
- ภัทรานี เลิศพัฒน์คม. (2544). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวจากปลายข้าวหอมมะลิ ถั่วลิสง และปลากระตัก. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (พัฒนาผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเกษตร). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- รัชนี นพเกตุ. (2540). จิตวิทยาการรับรู้. กรุงเทพฯ : ประกายพริก.
- รัศมี คงลาภ. (2547). เด็กคือเหยื่อโฆษณาทางโทรทัศน์จริงหรือ. กรุงเทพฯ : มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก.
- ราตรี ผลพฤษา. (2546). พฤติกรรมการซื้อและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อขนมขบเคี้ยวกลุ่มปลาหมึก ตรา “สวิตตี้” ในเขตกรุงเทพมหานคร. ปริญญาโท บธ.ม. (การตลาด) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2545). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2545. กรุงเทพฯ : อักษรเจริญทัศน์.

เรื่องเค็มๆ ของขนมขบเคี้ยว. (2548). สืบค้นเมื่อ 17 กรกฎาคม 2548 จาก <http://www.kalathai.com>
 ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2538). เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 4.

กรุงเทพฯ.

ลักขณา สตะเวทิน. (2542). หลักประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : เฟื่องฟ้าพรินติ้ง.

ลักขมี คงลาภ. (2547). การสำรวจโฆษณาในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก. กรุงเทพฯ : มูลนิธิเพื่อ
 การพัฒนาเด็ก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ(สสส.)การพิมพ์.

ลำตวน นาสิริกุล. (2543). “เด็กอ้วน” แม่และเด็ก. 24(344) : 58 - 59.

วาสนา เชิดชู. (2545). ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารฟาสต์ฟู้ดส์ของบริษัทพิชชาทูเดย์
 จำกัดในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการ) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

วิรัช ลภีรัตนกุล. (2544). การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์. พิมพ์ครั้งที่ 9 กรุงเทพฯ :
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วันทนี วรวงศ์ทัต. (2538, กรกฎาคม - ธันวาคม). ขนมขบเคี้ยวและคุณค่าทางโภชนาการ.
 วารสารชมรมนักกำหนดอาหาร. 15(3 - 4) : 60 - 65.

วรวรรณ กิริติอดุลย์. (2544, กุมภาพันธ์). ร้านโชห่วยอยู่กันอย่างไรเมื่อห้าวใหญ่เปิดตัว
 วารสารส่งเสริมการลงทุน. 12(2) : 44 - 48.

ศิริเกียรติ เหลียงกอบกิจ. (2549). ขนม/ขนม สืบค้นเมื่อวันที่ 26 มิถุนายน 2549 จาก
<http://.dental.anamai.moph.go.th>.

ศิริพร โกสุม. (2548). ขนมใส่ถุง 2 ลำดับที่ 19. แม่บ้านทันสมัย: 69-72

ศิริพร สุริวงษ์. (2549). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการมีน้ำหนักเกินเกณฑ์ของเด็กปฐมวัย
 ในโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร. ปรินญาณิพนธ์ กศ.ม.
 (การศึกษาปฐมวัย). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
 ถ่ายเอกสาร.

ศิรินทร์ ปุษยไพบูลย์. (2548, 11 มกราคม). ตรวจจับเฝ้าระวังภัยขนมหวาน-ลดความฉลาดเด็ก.
 ข่าวสด. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 มกราคม 2548 จาก <http://www.consumerthai.org>

ศิริรัตน์ สาโพธิ์สิงห์. (2548, 8 มีนาคม). เดลินิวส์ว่าไรดี. เดลินิวส์. หน้า 4.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ : วิสิทธิ์พัฒนา.

_____. (2540). การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ : A.N. การพิมพ์.

ศรีสมบัติ พรประสิทธิ์. (2526) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการค้าขนบท รมช. ศึกษาเฉพาะกรณี
 จังหวัดอุดรธานี. ภาคนิพนธ์ พรม.(พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
 สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร

สบ. จัดกฎหมายพินสารมฤตยูของขนมร้านโตขายโทษหนักสั่งเก็บทั่วประเทศ.
 (2548, 16 กุมภาพันธ์). ไทยรัฐ. หน้า 14.

- สนทยา มุอำหัด. (2544). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษาในเขตดุสิต*. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. (สุขศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร สมยศ เจริญศักดิ์. (2548, เมษายน). *สธ.ชี้เด็กกรุงส่อเป็นโรคขาดสารอาหาร*. กรุงเทพธุรกิจ. สืบค้นเมื่อ 23 กรกฎาคม 2548 จาก <http://dental.anamai.moph.go.th>
- สมศักดิ์ โล่ห์เลขา. (2547, กรกฎาคม). “เก็บข่าวมาฝาก,” *หมอชาวบ้าน*. 26(303) : 6.
- สิทธิพงศ์ วงศ์ภูมิ. (2548, มีนาคม-เมษายน). “อาหารทานเล่น 10 อย่างที่ควรหลีกเลี่ยง,” *จารย์พา*. 12(83) : 53 - 54.
- สิริพันธุ์ จุลกรังคะ. (2541). *โภชนศาสตร์เบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- สิริมา เตชะไกรศรี. (2544). *ปัจจัยและส่วนผสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อขนมขบเคี้ยว ประเภทมันฝรั่งทอดกรอบของผู้ซื้อในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- สิริลักษณ์ ฉายะยันตร์. (2547, 28 กันยายน). “พ่อ – แม่รังแกลูก”. *มติชน*. หน้า 33.
- สุชา จันทน์เอม. (2544). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- สุดสาคร ธนะมิตย์. (2548, 19 สิงหาคม). “เด็กไทย ใจนโง่ พุงป่อง สมองแพบ”. *ไทยรัฐ*. หน้า 5.
- สุดาดวง เรืองรุจิระ. (2541). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ : ยงพล เทรตดิ้ง.
- สุดาดวง เรืองรุจิระ และคณะ. (ม.ป.ป.). *การคุ้มครองผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : แม็ค.
- สุดารัตน์ เกยุราพันธ์. (2548, 17 มกราคม). *สธ. รุกโรงเรียนแก้ปัญหาโภชนาการเด็ก*. *ไทยรัฐ*. สืบค้นเมื่อ 21 กรกฎาคม 2548 จาก <http://dental.anamai.moph.go.th>.
- สมนา อยู่โพธิ์. (2544). *การค้าปลีก*. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุริยเดว ทรีปาตี และคณะ. (2547). *ขนมเด็ก*. *หมอชาวบ้าน*. 26(303) : 18 - 31. สืบค้นเมื่อ 13 มกราคม 2548 จาก <http://www.consumerthai.org>.
- สุริยเดว ทรีปาตี. (2548, 7 มกราคม). *กระตุ้นคุ่มขนมเด็ก ยิ่งกินยิ่งอ้วนยิ่งโง่*. *ไทยรัฐ*. หน้า 17.
- สุวพันธ์ ชัยปัจชา. (2548). “เรื่องพิเศษ อาหารจานด่วน...กินไวตายเร็ว,” *ชีวจิต*. 7(163) : 23.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). *การโฆษณาเชิงปฏิบัติการ*. กรุงเทพฯ : A.N.การพิมพ์.
- _____. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : วีรฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด
- แสงโสม สีนะวัฒน์. (2548, 14 สิงหาคม). *เด็กรุ่นใหม่ ใจ คิว ต่ำ โง่ซอเรน*. *ไทยรัฐ*. หน้า 2.
- สำนักคุ้มครองผู้บริโภคและคณะ. (2549, 3 พฤษภาคม). *เด็กไทย คลั่งขนมวันละ 50 บ.* *ข่าวสด*. หน้า 1, 14.
- อนุโรจน์ คุ่มเสาร์. (2546). *พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี*. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

- อบเชย วงศ์ทอง. (2546). *โภชนาศาสตร์ครอบครัว*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- อรวิทย์ ไทรกี. (2537). *เรื่องต้องรู้เพื่อชีวิต อาหารกับโรค*. กรุงเทพฯ: หอรัตนชัยการพิมพ์.
- อัปสร เสถียรทิพย์ และลักษมี คงลาภ. (2547). *เด็กคือเหยื่อโฆษณาทางโทรทัศน์จริงหรือ*.
กรุงเทพฯ : มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2547). *หลักเกณฑ์การโฆษณาและการจัดระบบเรตติ้งสำหรับรายการเด็ก*.
กรุงเทพฯ : มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคนอื่นๆ. (2547). *เด็ก โทรทัศน์ โฆษณา รวบรวมบทความความเชิง
วิชาการเกี่ยวกับผลกระทบที่เด็กได้รับจากสื่อและแนวทางในการจัดการ* . กรุงเทพฯ :
มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก.
- อุมาพร สุทัศน์วรุฒิ. (2543, ตุลาคม). *เด็กอ้วน...โรคจากการเลี้ยงดูไม่ถูกวิธีปัญหาสุขภาพใน
ความน่ารัก*. *หมอชาวบ้าน*. 22(253) : 9 - 16.
- อุไรพร จิตต์แจ้ง และคณะ. (2547). *การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคขนมและอาหารว่างของเด็ก
3 - 15 ปี*. นครปฐม : สถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- อุรุวรรณ แยมบริสุทธิ์. (2548). *การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยเสี่ยงต่อการเกิดโรคอ้วนในเด็กที่มี
มารดาในภาวะโภชนาการต่างๆ*. นครปฐม : สถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- Bergman, J. M. (2000). *Nutrition Knowledge of Third Grade Children using a
Predominantly Hispanic Population*.(Online). Retrieved August 14, 2005, from
<http://www.lip.umi.com/dissertations/Fullcit/1398346>.
- Cortez, M. P. A. (1999). *Nutrition and the Cognitive Ability of Children: Evidenc
from Egypt*.(Online). Retrieved August 14, 2005,
from <http://www.lip.umi.com/dissertations/Fullcit/9924711>.
- Krejcie, R. v. & Morgan, D. W. (1970, Autumn). "Determining Sample Size for Research
Activities," *Educational and Psychological Measurement*. 30: 606-610
- Murphy, A. S., et al. (1995, February). "Kindergarten Students' Food Preferences are
not Consistent with their Knowledge of the Dietary Guidelines," *Journal of the
American Dietetic Association*. 95(2): 219-223.(Online). Retrieved August 14, 2005,
from http://www.sciencedirect.com/science?_ob=ArticleURL&_udi=B758G-48Y646-S&user=175.
- Patten, J. E. (2004). *Student and Community Characteristics Relationship to Nutrition in
the Health Perceptions of Young Children*," *Journal of the American Dietetic
Association*. 92(1): 67-70. (Online). Retrieved August 14, 2005,
from <http://www.lib.umi.com/dissertation/fullcit/1420855>.

- Singleton, J.C., Achtenberg, C.L. & Shannon, B.M. (1992, January). "Role of Food and Nutrition in the Health Perceptions of Young Children," *Journal of the American Dietetic Association*. 92(1): 67-70. (Online). Retrieved August 14, 2005, from http://www.sciencedirect.com/science?_ob=Article&_udi=B6wvb-45CP7RV-4HC&_user.
- Sneller, S. K. (1997). *Perceptions of School Nurses on Providing Nutrition Service to School- aged Children*. (Online). Retrieved August 14, 2005, from <http://www.lip.umi.com/dissertations/fullcit/1384854>.
- Suarez, I, Jr. (1991). *The Effect of Nutrition Education on the Snack Food Behavior of Public Elementary School Children in Costa Rica*. (Online). Retrieved August 14, 2005, from <http://www.lip.com/dissertation/fullcit/9208153>.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
บัญชีรายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

บัญชีรายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

1. รองศาสตราจารย์ ดร. ประไพศรี ศิริจักรวาล
สถาบันวิจัยโภชนาการ
มหาวิทยาลัยมหิดล
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญญาพร อุณากุล
โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ฝ่ายประถม)
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3. นางสาวนันทจิต บุญมงคล
นักวิชาการ 7 ว.
กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข

ภาคผนวก ข
รายชื่อโรงเรียนกลุ่มตัวอย่าง

รายชื่อโรงเรียนกลุ่มตัวอย่าง

สำนักงานเขต	รายชื่อโรงเรียน	สังกัด	หมายเหตุ
1.พระนคร	วัดราชบพิธ วัดมกุฏกษัตริยาราม	กทม. กทม.	กทม.หมายถึง โรงเรียน สังกัดกรุงเทพมหานคร
2.ป้อมปราบศัตรูพ่าย	วัดสิตาราม วัดคณิกาผล	กทม. กทม.	สช. หมายถึงโรงเรียน สังกัดสำนักงานการศึกษาเอกชน
3.สัมพันธวงศ์	วัดจักรวรรดิ วัดปทุมคงคา	กทม. กทม.	จำนวนร้านค้าที่สุ่มตัวอย่าง เขตละ 2 ร้าน
4.บางรัก	วัดหัวลำโพง วัดแก้วแจ่มฟ้า	กทม. กทม.	
5.ปทุมวัน	วัดดวงแข สีตบุตรบำรุง	กทม. สช.	
6.ดุสิต	วัดเทพราชกุญชร พันธะศึกษา	กทม. สช.	
7.พญาไท	วัดไผ่ตัน เรวดี	กทม. สช.	
8.บางซื่อ	วัดสร้อยทอง พรศรีวิทยาบงโพ	กทม. สช.	
9.ราชเทวี	วัดดิสงสาราม วัดทัศนารุณสุนทริการาม	กทม. กทม.	
10.ยานนาวา	วัดดอกไม้ วัดช่องนนทรี	กทม. กทม.	
11.ห้วยขวาง	ประชากรราษฎร์บำเพ็ญ พระราม9กาญจนภิเษก	กทม. กทม.	
12.พระโขนง	วัดธรรมมงคล ใจรักอนุบาล	กทม. สช.	
13.สาทร	วัดดอน วัดยานนาวา	กทม. กทม.	
14.บางคอแหลม	วัดราชสิงขร วัดราชบัวขาว	กทม. กทม.	
15.คลองเตย	ศูนย์รวมน้ำใจ สายน้ำทิพย์	กทม. กทม.	

รายชื่อโรงเรียนกลุ่มตัวอย่าง

สำนักงานเขต	รายชื่อโรงเรียน	สังกัด	หมายเหตุ
16.ดินแดง	พิบูลประชาสรรค์ พร้อมพรรณ	กทม. สช.	กทม.หมายถึง โรงเรียน สังกัดกรุงเทพมหานคร
17.วัฒนา	วัดธาตุทอง วัฒนาวิทยาลัย	กทม. สช.	สช. หมายถึงโรงเรียน สังกัดสำนักงานการศึกษาเอกชน
18.บางนา	วัดบางนาใน ศรีเอี่ยมอนุสรณ์	กทม. กทม.	จำนวนร้านค้าที่สุ่มตัวอย่าง เขตละ 2 ร้าน
19.บางกะปิ	วัดเทพศิลา วัดศรีบุญเรือง	กทม. กทม.	
20.บางเขน	สตรีวรรณารถ บางบัว	สช. กทม.	
21.ดอนเมือง	ชนินทร์ วัดดอนเมือง(ทหารอากาศอุทิศ)	สช. กทม.	
22.จตุจักร	วัดเสมียนนารี บ้านลาดพร้าว	กทม. กทม.	
23.ลาดพร้าว	วัดลาดปลาเค้า เพชรถนนอม(คลองเสือ่น้อย)	กทม. กทม.	
24.บึงกุ่ม	ประสาทวิทยา วัดนวลจันทร์	กทม. กทม.	
25.หลักสี่	วัดหลักสี่ ทุ่งสองห้อง	กทม. กทม.	
26.สายไหม	ฤทธิยะวรรณาลัย อนุบาลอมรินทร์	กทม. สช.	
27.วังทองหลาง	สุเหร่าลาดพร้าว วัดสามัคคีธรรม	กทม. กทม.	
28.มีนบุรี	คลองสาม วัดแสนสุข	กทม. กทม.	
29.ลาดกระบัง	วัดสุทธาโภชน์ วัดลานบุญ	กทม. กทม.	
30.หนองจอก	วัดหนองจอก(ภักดีนเรศวร)	กทม.	
	วัดใหม่เจริญราษฎร์	กทม.	

รายชื่อโรงเรียนกลุ่มตัวอย่าง

สำนักงานเขต	รายชื่อโรงเรียน	สังกัด	หมายเหตุ
31..ประเวศ	วัดตะกล้า	กทม.	กทม.หมายถึง โรงเรียน
	วัดกระทุ่มเสือปลา	กทม.	สังกัดกรุงเทพมหานคร
32.สวนหลวง	สุเหร่าใหม่	กทม.	สช. หมายถึงโรงเรียน
	วัดทองโน	กทม.	สังกัดสำนักงานการศึกษาเอกชน
33.คันนายาว	จินดาบำรุง	กทม.	จำนวนร้านค้าที่สุ่มตัวอย่าง
	คันนายาว	กทม.	เขตละ 2 ร้าน
34.สะพานสูง	วัดลาดบัวขาว	กทม.	
	สมโภชน์กรุงธนุสรณ์(200ปี) กทม.		
35.คลองสามวา	วัดแป้นทอง	กทม.	
	สุเหร่าสามวา	กทม.	
36.บางกอกใหญ่	วัดราชสิทธิาราม	กทม.	
	สัมพันธวิทยา	สช.	
37.บางกอกน้อย	วัดดงมูลเหล็ก	กทม.	
	วัดมะลิ	กทม.	
38.ตลิ่งชัน	วัดไก่อเตี้ย	กทม.	
	วัดชัยพฤกษ์มาลา	กทม.	
39.ภาษีเจริญ	วัดอ่างแก้ว(จีบ ปานข้า)กทม.		
	วัดโตนด	กทม.	
40.หนองแขม	วัดอุดมรังสี	กทม.	
	บ้านขุนประเทศ	กทม.	
41.บางพลัด	วัดฉัตรแก้วจงกลนี	กทม.	
	วัดสามัคคีสุทธาวาส	กทม.	
42.ทวีวัฒนา	คลองตันไทร	กทม.	
	คลองทวีวัฒนา	กทม.	
43.ธนบุรี	วัดประยุรวงศ์	กทม.	
	ช่างดาครูศึกษา	สช.	
44.คลองสาน	วัดเศวตฉัตร	กทม.	
	วัดสุทธาราม	กทม.	
45.บางขุนเทียน	วัดเสม็ดดำ	กทม.	
	วัดบางกระบือ	กทม.	

รายชื่อโรงเรียนกลุ่มตัวอย่าง

สำนักงานเขต	รายชื่อโรงเรียน	สังกัด	หมายเหตุ
46.ราชบุรีบูรณะ	วัดบางประกอก วัดสารอด	กทม. กทม.	กทม.หมายถึง โรงเรียน สังกัดกรุงเทพมหานคร
47.จอมทอง	วัดสีสุก วัดนาคนิมิต	กทม. กทม.	สช. หมายถึงโรงเรียน สังกัดสำนักงานการศึกษาเอกชน
48.บางแค	วัดพรหมสุวรรณสามัคคี วัดม่วง	กทม. กทม.	จำนวนร้านค้าที่สุ่มตัวอย่าง เขตละ 2 ร้าน
49.ทุ่งครุ	สามัคคีบำรุง บางมด(ตันเปาวิทยาคาร)กทม.	กทม.	
50.บางบอน	บ้านนายเหรียญ บ้านนายสี	กทม. กทม.	

ภาคผนวก ค
แบบสอบถามเชิงโครงสร้าง

แบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้าง

เรื่อง การรับรู้โภชนาการขนมที่มีต่อเด็กปฐมวัยของผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

1. ความมุ่งหมาย แบบสัมภาษณ์นี้มีความมุ่งหมายเพื่อรวบรวมข้อมูลในเรื่องการรับรู้โภชนาการขนมขบเคี้ยวที่มีต่อเด็กปฐมวัย ของผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร
2. ลักษณะของแบบสัมภาษณ์ประกอบด้วยข้อคำถามสัมภาษณ์ 5 ตอน
 - ตอนที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานของผู้ตอบ
 - ตอนที่ 2 กลุ่มของขนมที่นำมาจำหน่ายในร้าน
 - ตอนที่ 3 การรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของขนมในด้านสุขภาพ
 - ตอนที่ 4 การรับรู้เกี่ยวกับโทษของขนมในด้านสุขภาพ
 - ตอนที่ 5 ความคิดเห็นอื่น ๆ

แบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้าง

เรื่อง การรับรู้โภชนาการขนมขบเคี้ยวที่มีต่อเด็กปฐมวัยของผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานของผู้ตอบ

ร้านที่.....

☐ เจ้าของร้านเป็นผู้ให้คำตอบ ☐ ใกล้โรงเรียนรัฐบาล

☐ ☐ ใกล้โรงเรียนเอกชน

1.1 เพศ

() หญิง

() ชาย

1.2 อายุ

() ต่ำกว่า 25 ปี

() 25 ปี – 45 ปี

() 45 ปี ขึ้นไป

1.3 ระดับการศึกษา

() ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า

() มัธยมศึกษา

() อุดมศึกษาขึ้นไป

ตอนที่ 2 กลุ่มของขนมที่นำมาจำหน่ายในร้าน

คำชี้แจง โปรดใส่ชื่อของขนมที่ท่านซื้อมาจำหน่าย ลงในช่องที่ให้บันทึกของขนมแต่ละชนิด

2.1 ขนมไทย หมายถึง ขนมสด ข้าวเหนียวหน้าต่างๆ ขนมหน้ากะทิ ขนมใส่กะทิ

ขนมหวาน และขนมเชื่อม

บันทึก

2.2 ขนมที่ทำจากแป้งสาลีเนื้อนุ่ม หมายถึง เค้ก โดนัท ขนมปังสอดไส้ ซาลาเปา
โมจิ ขนมเปียะ ขนมปังทาแยม/โรยน้ำตาล

บันทึก

2.3 ขนมเวเฟอร์ คูกี้ หมายถึง เวเฟอร์สอดไส้ ขนมปังบุหรี เคลือบ/ไม่เคลือบน้ำตาล
แครกเกอร์หวาน/ไม่หวาน คูกี้ต่างๆ ขนมผิง

บันทึก

2.4 แป้งกรอบ หมายถึง แป้งกรอบกรอบ ฮานามิ คอนเน่ สแนคเจ็ค หวาน/ไม่หวาน
มันฝรั่งแผ่นทอดกรอบ :เลย์ เทสโต้ ขนมสีฉูดฉาด: สตาร์ บะหมี่กรอบกินเล่น :ซ้างน้อย

บันทึก

2.5 เมล็ดพืช ปลาเส้น ขนมทอด หมายถึง เมล็ดพืชทอด/อบ/หวาน/ไม่หวาน ปลาเส้น
ขนมทอด อาหารว่างจิ้ม/ไม่จิ้ม

บันทึก

2.6 ลูกอมช็อกโกแลต หมายถึง ช็อกโกแลต ลูกอมชนิดแข็ง ลูกอมชนิดเหนียว ทอฟฟี่
นม หมากฝรั่ง นมอัดเม็ด

บันทึก

ตอนที่ 3 การรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของนมในด้านสุขภาพ
คำชี้แจง ในการตอบแบบสอบถามโปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องใดช่องหนึ่งที่ตรงกับความคิดเห็นหรือใกล้เคียงกับความคิดเห็นมากที่สุดเพียงข้อเดียวเท่านั้น

ลำดับ ที่	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1.	นมขบเคี้ยว เช่น มันฝรั่งทอดกรอบมีคุณภาพและประโยชน์เหมือนกันไม่จำเป็นต้องเลือกมาจำหน่าย					
2.	การรับประทานนมขบเคี้ยวพอเหมาะกับความต้องการของร่างกายอาจมีประโยชน์ได้บ้าง					
3.	นมที่มีอาหารโปรตีนมีผลต่อการเจริญเติบโตของเด็ก					
4.	สารอาหารบางอย่างในนมขบเคี้ยว สามารถสร้างภูมิคุ้มกันโรคได้					
5.	นมขบเคี้ยวปัจจุบันมีการพัฒนาด้านคุณภาพมากขึ้น					
6.	การเลือกซื้อนมขบเคี้ยวที่มีคุณค่าทางโภชนาการมารับประทานในปริมาณพอเหมาะ จะส่งผลดีต่อสุขภาพ					
7.	นมขบเคี้ยวที่มีโปรตีน เป็นส่วนประกอบหลัก สามารถรับประทานทดแทนเป็นอาหารหลักได้					
8.	ท่านคิดว่าผู้จำหน่ายที่มีความรู้ด้านโภชนาการ สามารถให้คำแนะนำในการเลือกซื้อนมขบเคี้ยวต่อผู้บริโภคได้					
9.	นมขบเคี้ยวเป็นส่วนประกอบหลักในการช่วยลดความเครียดและสร้างเสริมอารมณ์ที่ดีต่อเด็ก					
10.	นมขบเคี้ยวเป็นอาหารที่ให้น้ำตาลเป็นหลัก ซึ่งจำเป็นต่อร่างกาย					
11.	แป้ง เกลือ น้ำตาล และไขมัน เป็นสารอาหารที่จำเป็นสำหรับเด็ก					
12.	นมที่มี อย. คือนมที่มีคุณภาพ					
13.	การขาดสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกาย มีผลต่อการเจริญเติบโตของเด็กทั้งร่างกายและสติปัญญา					
14.	ท่านคิดว่ากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค สามารถคุ้มครองผู้บริโภคด้านนมได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
15.	ท่านคิดว่าสายด่วนผู้บริโภค สามารถแก้ปัญหาของผู้บริโภคได้ทุกอย่างโดยเฉพาะนม					

ตอนที่ 4 การรับรู้เกี่ยวกับโทษของขนมในด้านสุขภาพ
คำชี้แจง ในการตอบแบบสอบถามโปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องใดช่องหนึ่งที่ตรงกับความคิดเห็นหรือใกล้เคียงกับความคิดเห็นมากที่สุดเพียงข้อเดียวเท่านั้น

ลำดับ ที่	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1.	สีที่ใช้ในขนมขบเคี้ยวควรเป็นสีที่ได้รับการรับรองหรือสีจากธรรมชาติ					
2.	ผงชูรสช่วยเพิ่มรสชาติให้ขนมขบเคี้ยวมีความอร่อยมากขึ้น แต่ไม่ควรรับประทาน					
3.	ท่านหลีกเลี่ยงนำขนมที่อาจเป็นอันตรายมาจำหน่าย					
4.	สีของขนมติดอยู่ในปากเป็นระยะเวลานาน อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ					
5.	เด็กกินขนมขบเคี้ยวเป็นอาหารเสริม จะช่วยให้ร่างกายเจริญเติบโตเหมาะสมกับวัย					
6.	ขนมที่ท่านนำมาจำหน่ายจะเป็นขนมที่มีแหล่งผลิตเชื่อถือได้					
7.	การเติมเครื่องปรุงต่าง ๆ ในขนมเป็นการเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ					
8.	ขนมที่นำมาจำหน่ายส่วนมากจะเลือกที่มีของแถมหรือมีส่วนลด					
9.	การบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเล็กจึงเหมาะสำหรับการบริโภคของเด็ก					
10.	ขนมที่ดีควรมีอาหารหลักอย่างน้อย 2 หมู่					
11.	ควรมีการระบุสารอาหารของขนมในฉลากโภชนาการ					
12.	ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกซื้อขนมมาจำหน่าย จะดูวันที่ผลิต และวันหมดอายุ					
13.	ท่านมีความคิดเห็นว่าเด็กอายุต่ำกว่า 6 ขวบ สามารถเลือกซื้อขนมที่มีคุณภาพด้วยตนเองได้					
14.	ขนมที่นำมาจำหน่าย ส่วนใหญ่จะเป็นขนมที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ					
15.	ผู้จำหน่าย และผู้บริโภคต่างได้รับประโยชน์เรื่องขนมจากข้อกำหนดในกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภค					

- หมายเหตุ + ถ้าตอบคำถามว่าเห็นด้วยอย่างยิ่งจะได้ 5 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งได้ 1
 - ถ้าตอบคำถามว่าเห็นด้วยอย่างยิ่งจะได้ 1 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งได้ 5
 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 4 = เห็นด้วย
 3 = ไม่มีความคิดเห็น
 2 = ไม่เห็นด้วย
 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตอนที่ 5 แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นอื่น ๆ

5.1 ขนมหที่ท่านเลือกมาจำหน่ายในร้าน ท่านมีหลักเกณฑ์ในการเลือกอย่างไรบ้าง

5.2 ท่านคิดว่าจะมีขนมอะไรที่สามารถทดแทนเป็นอาหารที่ดีต่อสุขภาพกับเด็กบ้าง

ภาคผนวก ง

ประเภทของขนมที่นำมาจำหน่ายในร้าน

ตาราง ประเภทของขนมที่นำมาจำหน่ายในร้าน

ประเภท	ลำดับ	รายการ	ความถี่	ร้อยละ (N = 100)
1. ขนมไทย	1	ข้าวเหนียวหน้าต่างๆ	2	2.00
	2	ขนมไทย	2	2.00
	3	ขนมถุ้งน้ำ	1	1.00
	4	ขนมไส้ไส้	1	1.00
	5	ขนมชั้น	1	1.00
2. ขนมที่ทำจากแป้งสาลีเนื้อนุ่ม	1	ขนมปังสด	29	29.00
	2	แซนวิช	17	17.00
	3	ขนมปังมีไส้ต่างๆ	16	16.00
	4	ขนมไข่	3	3.00
	5	ยูโรคัสตาส	3	3.00
3. ขนมเวเฟอร์ คูกี้	1	แคมป์ส	10	10.00
	2	กุลิโกะ	9	9.00
	3	โอริโอ	9	9.00
	4	ป๊อปปี้	8	8.00
	5	เวเฟอร์	8	8.00
4. แป้งกรอบ	1	เลย์	59	59.00
	2	ฮานามิ	50	50.00
	3	เทสโต้	37	37.00
	4	สแนคแจ็ค	35	35.00
	5	คอร์นเน่	30	30.00
5. เมล็ดพืช ปลาเส้น ขนมทอด	1	ทาโร่	16	16.00
	2	สาหร่ายทะเล	13	13.00
	3	ถั่วอบ	12	12.00
	4	เบนโตะ	4	4.00
	5	เมล็ดพื้กทอง	3	3.00
6. ลูกอมช็อคโกแลต	1	ท็อปปี้ลูกอมหลากชนิด	34	34.00
	2	ปีโป้	27	27.00
	3	ช็อคโกแลต	18	18.00
	4	หมากฝรั่ง	6	6.00
	5	เยลลี่	9	9.00

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล

สถานที่เกิด

สถานที่อยู่ปัจจุบัน

ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน

สถานที่ทำงานปัจจุบัน

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2514

พ.ศ. 2519

พ.ศ. 2528

พ.ศ. 2549

นางณัฐณี แจ้งขำ

อำเภอบางกอกใหญ่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

6/9 หมู่ที่ 5 ซอยพุลศรี ถนนท่าน้ำนนท์

ตำบลบางศรีเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

รหัสไปรษณีย์ 11000

ครู

โรงเรียนไกรกอบกุล เขตพระโขนง

กรุงเทพมหานคร 10260

มัธยมศึกษาปีที่ 3

จากโรงเรียนสตรีวัดระฆัง

ประกาศนียบัตรชั้นสูง

จากวิทยาลัยครูสวนดุสิต

ครุศาสตรบัณฑิต

จากวิทยาลัยครูสวนดุสิต

การศึกษามหาบัณฑิต สาขาการศึกษาปฐมวัย

จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ