

เชียงใหม่ทันตแพทยสาร ปีที่ 40 ฉบับที่ 1 มกราคม-เมษายน 2562

Chiang Mai Dental Journal Vol.40 No.1 January-April 2019

ราคาทีส่งผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มทีมีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบของเด็กมัธยมศึกษา

Price Points That Effect on Purchase of Sugar-Sweetened Beverages in Secondary School Students

อารีรัตน์ นิรันดร์สิทริชต์^{1,2}, ดนุพงษ์ ชัยอริยะกุล³, สิทธิไชยวัฒน์ พันธุ์กุล⁴, ณัฐเสฏฐ์ ตงกิจเจริญ⁵,
ชำนาญวิทย์ ศุภกาลาป⁶, กิรติ วิริยางกูร⁷, ธนพล วิจิตรตระการกุล⁸, ปิ่นปิ่นท์ วณิชชัยทอง^{1,2}

¹ภาควิชาทันตกรรมครอบครัวและชุมชน คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

²ศูนย์ความเป็นเลิศด้านทันตสาธารณสุข มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

³โรงพยาบาลทันตกรรม คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

⁴โรงพยาบาลลานนา จังหวัดเชียงใหม่

⁵โรงพยาบาลบึงกาฬ จังหวัดบึงกาฬ

⁶โรงพยาบาลเบญจลักษณ์เฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา จังหวัดศรีสะเกษ

⁷คลินิกเอกชน จังหวัดนครราชสีมา

⁸นักศึกษาทันตแพทย์ชั้นปีที่ 5 คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Areerat Nirunsittirat^{1,2}, Danupong Chairiyakul³, Thirachaiwat Pantkul⁴, Nathaset Tongkitcharoen⁵,
Chamnanvit Supagalap⁶, Keerati Wiriyangkura⁷, Thanapon Wichittrakankul⁸, Pinpinut Wanichsaihong^{1,2}

¹Department of Family and Community Dentistry, Faculty of Dentistry, Chiang Mai University

²Center of Excellence in Dental Public Health, Chiang Mai University

³Dental Hospital, Faculty of Dentistry, Chiang Mai University

⁴Lanna Hospital, Chiang Mai

⁵Buengkan Hospital, Buengkan

⁶Benchalak Chaloe Phakiat 80 Phansa Hospital, Sisaket

⁷Private Practice, Nakhon Ratchasima

⁸The 5th year dental student at the Faculty of Dentistry, Chiang Mai University

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการสำรวจความเห็นและการตัดสินใจต่อราคาขายสูงสุดที่จะไม่เลือกซื้อเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ (sugar-sweetened beverages: SSBs) เพื่อหาส่วนต่างของราคาขายปลีกในท้องตลาดกับราคาสูงสุดที่ผู้บริโภคยอมจ่ายเพื่อซื้อ SSBs ทำการศึกษาในนักเรียนมัธยมศึกษา อ.เมือง จ.เชียงใหม่ เลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 680 คน จากนักเรียน 32,806 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิจำแนกตามชนิดและขนาดโรงเรียน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามร่วมกับจัดแสดงเครื่องดื่มเพื่อให้ผู้ตอบได้พิจารณาชนิด ขนาดและบรรจุภัณฑ์ได้ถูกต้องมากขึ้นได้รับแบบสอบถามคืนจากนักเรียน 648 คน (ร้อยละ 95.3) อายุเฉลี่ย 14.80 ± 1.52 ปี ร้อยละ 60.4 ของนักเรียนได้รับเงินจากผู้ปกครองอย่างน้อย 500 บาทต่อสัปดาห์ ใช้ซื้อ SSBs 112 บาท (เฉลี่ย 15.11 บาท/วัน) ร้อยละ 34.6 บริโภค SSBs 5 ครั้ง/สัปดาห์หรือมากกว่า และร้อยละ 17.6 บริโภคทุกวัน จากการเก็บข้อมูล SSBs 104 ชนิด พบว่านักเรียนตัดสินใจไม่ซื้อ SSBs เมื่อราคาเครื่องดื่มเพิ่มขึ้น 1.18–3.29 บาท และในส่วนใหญ่ของสินค้าที่สำรวจ ส่วนต่างราคาที่ส่งผลต่อการไม่ซื้อ SSBs คือมากกว่า 3 บาทขึ้นไป ราคาขายปลีกในท้องตลาดเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจ

คำสำคัญ: เครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ นักเรียนมัธยมศึกษา ราคา ภาษี

Abstract

This study aimed to survey opinion and decision making for the price point that effect on purchase of sugar-sweetened beverages in secondary school students. The price difference was calculated from the difference between maximum affordable price and current retail market price. The study was conducted in secondary school students in Muang, Chiang Mai. From 32,608 students, 680 were recruited in this study using stratified random sampling by school type and school size. Structured questionnaire was administered. To increase validity, SSBs were also displayed to show their brand, size and packaging. Results yielded a 95.3% response rate, with 648 students. The mean age was 14.80+1.52 years. In one week, 60.4% were paid at least 500 bahts for expenses from guardian, 112 bahts (15.11 bahts/day) was spent on SSBs. The 34.6% of students consumed SSBs 5 times/week or more and 17.6% consumed SSBs everyday. From all 104 displayed SSBs, the students decided not to buy SSBs when the price increased in range from 1.18–3.29 baht. In all SSBs including in this study, the price points that effect on purchase of SSB is over 3 bahts. Retail price is a key factor for the decision making.

Keywords: sugar-sweetened beverages, secondary school student, price, taxes