

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวของนักเรียนโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้ศึกษาจะศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมการบริโภคของวัยรุ่น
2. ปัญหาโภชนาการของวัยรุ่น
3. ปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของวัยรุ่น
4. ประเภทของผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยว
5. อันตรายสารปรุงแต่งอาหารต่อร่างกาย
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พฤติกรรมการบริโภคของวัยรุ่น

อบเชย วงศ์ทอง (2541) ให้ความหมายของวัยรุ่นว่าเป็นวัยที่มีอายุระหว่าง 12-20 ปี และมีการเจริญเติบโตการเปลี่ยนแปลงทางด้านต่างๆ อย่างรวดเร็ว เช่น ด้านร่างกายมีกระดูกที่ใหญ่ขึ้น น้ำหนักและส่วนสูงเพิ่มขึ้น ต่อมต่างๆ ในร่างกายมีการเปลี่ยนแปลงมากขึ้น มีการเปลี่ยนแปลงด้านอารมณ์ที่เกิดขึ้นตามสภาพแวดล้อม และเหตุการณ์ตลอดจนการปรับตัวเข้ากับสังคมรอบข้าง เช่น บ้าน โรงเรียน กลุ่มเพื่อน เป็นต้น นอกจากนี้วัยรุ่นเป็นวัยที่มีการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ มากขึ้น จึงทำให้เกิดความไม่สมดุลของกระบวนการเผาผลาญในร่างกายเนื่องมาจากการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของอวัยวะต่าง ๆ ประกอบกับวัยรุ่นเป็นวัยที่ชอบความเป็นอิสระมีการตัดสินใจด้วยตนเอง บางครั้งมีความกดดันทางด้านอารมณ์ อันเนื่องมาจากการเรียนหรือความสัมพันธ์ในครอบครัว ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของวัยรุ่นทั้งสิ้น

พฤติกรรมการบริโภคของวัยรุ่นเป็นพฤติกรรมการเรียนรู้ทางสังคม ไม่ได้เกิดขึ้นด้วยตนเอง การเรียนรู้ทางสังคมนี้เริ่มต้นจากครอบครัว โดยเริ่มจากวัยเด็กหากมีโอกาสได้สัมผัส

รสชาติอาหารหลาย ๆ ชนิด การรับรู้เหล่านี้จะนำไปสู่การบริโภคอาหารต่างๆ และติดตัวไปจนเข้าสู่วัยรุ่นจนถึงวัยผู้ใหญ่ ดังนั้นหากมีการเรียนรู้อย่างถูกต้องเหมาะสม จะเป็นผลดีต่อสุขภาพ แต่หากการเรียนรู้ไม่ถูกต้องจะทำให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพได้เช่นกัน (สุนีมาศ โนรี และเพ็ญจิตร กาพมณี, 2540) ซึ่งเห็นได้จากพฤติกรรมการบริโภคอาหารของวัยรุ่นในปัจจุบันที่นิยมรับประทานอาหารว่างแทนอาหารมื้อหลัก หรือการรับประทานอาหารตามแพะชั่น เช่น การรับประทานอาหารประเภทอาหารขยะ (junk food) ขนมขบเคี้ยวชนิดต่าง ๆ ซึ่งอาหารเหล่านี้มีปริมาณแป้ง ไขมัน น้ำตาล เป็นส่วนประกอบหลักและมีปริมาณใยอาหารน้อย มีการปรุงแต่ง สี กลิ่น รส จึงทำให้ติดในรสชาติของอาหาร ตลอดจนรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ความสะดวกในการซื้อ และการรับประทานจึงทำให้วัยรุ่นรับประทานอาหารเหล่านี้แทนอาหารมื้อหลัก และรับประทานอาหารไม่เป็นเวลาหากปล่อยไว้เป็นเวลานาน ๆ จะทำให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคที่ไม่ถูกต้อง และคิดเป็นนิสัยได้ (อบเชย วงศ์ทอง, อ้างแล้ว)

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของวัยรุ่น

สุนีมาศ โนรี และเพ็ญจิตร กาพมณี (อ้างแล้ว) ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของวัยรุ่นด้านต่าง ๆ ไว้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้ของบุคคลหรือของครอบครัว ราคาอาหาร ซึ่งมีส่วนสำคัญอย่างมากต่อการบริโภค ครอบครัวหรือบุคคลที่มีฐานะทางการเงินดีจะสามารถซื้ออาหารที่มีคุณภาพดีได้มากกว่าครอบครัวหรือผู้ที่มีฐานะยากจน ในเวลาเดียวกันหากมีฐานะดีแต่ไม่รู้จักเลือกซื้ออาหารที่ดีมีคุณภาพ ก็อาจทำให้เกิดผลเสียต่อร่างกายได้เช่นกัน

2. ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งหมายรวมถึง ขนาดครอบครัว การศึกษา อาชีพ ศาสนา ตลอดจนความเชื่อและค่านิยมต่าง ๆ ของสังคมที่ครอบครัวอยู่รวมถึงการอบรมในเรื่องการรับประทานอาหารเช้าของครอบครัวตั้งแต่วัยเด็กซึ่งมีผลอย่างยิ่งต่อพฤติกรรมการบริโภคของสมาชิก เช่น การรับประทานอาหารเช้าไม่เป็นเวลา การรับประทานอาหารเช้าเพื่อแสดงความร่ำรวย แสดงให้เห็นถึงค่านิยมที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับการรับประทานอาหารเช้า ดังที่ จรูญ ญาณะสาร และคณะ (2537) สรุปว่ามีส่วนทำให้แต่ละบุคคลแสดงพฤติกรรมการบริโภคอาหารแตกต่างกัน

ปัจจัยที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมการบริโภคอาหาร คือ

1. ความกดดันภายใน ได้แก่ ลักษณะของการตัดสินใจของผู้รับประทานอาหารเช้า
2. ความกดดันภายนอก เป็นผลมาจากความสัมพันธ์ภายในของตัวบุคคล ได้แก่ อิทธิพลของบุคคล อิทธิพลของกลุ่ม และอิทธิพลของวัฒนธรรม

3. ความเจริญเติบโตทางร่างกายของบุคคล มีส่วนสำคัญทำให้มีอิทธิพลผลักดันให้แสดงออกถึงพฤติกรรมของแต่ละรุ่น แต่ละวัยไม่เหมือนกันจึงทำให้การเลือกรับประทานอาหารแตกต่างกัน

จรรยา ญานะสาร และคณะ (อ้างแล้ว) ให้ข้อมูลด้านองค์ประกอบและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน ได้แก่

1. กลุ่มสังคม (social group) คือ กลุ่มเพื่อนบ้าน เพื่อนในสถานศึกษา โดยเฉพาะที่เป็นวัยรุ่นมีอิทธิพลมากในการแสดงพฤติกรรม การเลือกรับประทานอาหาร
2. กลุ่มที่เป็นแบบอย่าง (identification figure) เริ่มจากพ่อ แม่ ครู หรือสื่อทางวิทยุโทรทัศน์ คารา นักร้อง ซึ่งวัยรุ่นจะเลียนแบบอย่าง โดยการแสดงพฤติกรรม เช่น การพูด การเดิน การรับประทานอาหาร เป็นต้น
3. สถานภาพ (status) เป็นสถานภาพที่สังคมกำหนดให้จึงทำให้การแสดงออกของพฤติกรรมแตกต่างกัน เช่น ครอบครัวที่มีรายได้มากจะเลือกรับประทานอาหารที่มีราคาแพง
4. ทักษะที่มีอิทธิพลต่อการแสดงออกของคน เป็นการประเมินความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้รับประทานอาหารว่าชอบหรือไม่ชอบต่ออาหารชนิดนั้น ๆ

จากองค์ประกอบเหล่านี้ทำให้พฤติกรรมการบริโภคอาหารต่างกัน อาจพิจารณาได้จาก อายุ เพศ อาชีพ ฐานะทางเศรษฐกิจ ระดับชั้นทางสังคม ความสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคล ซึ่งการบริโภคอาหารต้องให้เหมาะกับสถานภาพและบทบาททางสังคมของตน อาจได้รับประโยชน์หรือคุณค่าน้อยกว่าที่จำเป็นก็ได้ และต้องคำนึงถึงความพอใจ รสชาติ ลักษณะอาหาร ราคา โอกาส และสถานการณ์ที่มีผลต่อการบริโภคอาหารนั้น

กล่าวโดยสรุปพฤติกรรมการบริโภคของวัยรุ่นดังกล่าวมีผลต่อสุขภาพของวัยรุ่น หากวัยรุ่นรู้จักเลือกบริโภคอย่างถูกต้องเหมาะสมจะช่วยส่งเสริมให้สุขภาพดีขึ้น แต่หากไม่รู้จักเลือกบริโภคจะทำให้เกิดปัญหาด้านโภชนาการได้เช่นกัน

ปัญหาโภชนาการของวัยรุ่น

อบเชย วงศ์ทอง (อ้างแล้ว) กล่าวถึง ปัญหาด้านโภชนาการของวัยรุ่นที่พบว่า ปัญหาโภชนาการเกิน เกิดจากพฤติกรรมการบริโภคที่ไม่ถูกต้อง เช่น การรับประทานอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ด หรือขนมขบเคี้ยว ทำให้ได้รับสารอาหารประเภทคาร์โบไฮเดรต ไขมันมากเกินไปเกินความต้องการของร่างกาย หรือการรับประทานอาหารไม่เป็นเวลา พฤติกรรมการบริโภคเหล่านี้ทำให้เกิดปัญหาโภชนาการเกิน ซึ่งเป็นสาเหตุให้เกิดการมีน้ำหนักตัวมากเกินไปจนเกิดโรคอ้วนได้

การมีน้ำหนักตัวมากเกินไป คือ ภาวะที่ร่างกายมีเนื้อเยื่อและไขมันสะสมไว้ในร่างกายมากกว่าปกติ

การมีน้ำหนักตัวมากเกินไปแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

1. น้ำหนักตัวเกิน (over weight) คือ ผู้ที่มีน้ำหนักตัวมากกว่าที่ควรจะเป็น เมื่อเทียบกับน้ำหนักมาตรฐาน คือ มากกว่าร้อยละ 10 แต่ไม่เกินร้อยละ 20 ของน้ำหนักมาตรฐาน
2. โรคอ้วน (obesity) คือ ผู้ที่มีน้ำหนักตัวมากกว่าที่ควรจะเป็น เมื่อเทียบกับน้ำหนักมาตรฐาน คือ มากกว่าร้อยละ 20 ของน้ำหนักมาตรฐาน

สิริพันธ์ จุลรังคะ (2542) ได้กล่าวถึงสาเหตุที่ทำให้มีน้ำหนักตัวเกินว่ามาจาก

1. กรรมพันธุ์ เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดโรคอ้วนได้ แต่ส่วนใหญ่เกิดจากพฤติกรรมการบริโภคอาหารของแต่ละคน
2. ได้พลังงานจากอาหารมากเกินไปความต้องการของร่างกาย คือ การรับประทานอาหารที่ให้พลังงานมาก ได้แก่ อาหารประเภทแป้ง น้ำตาล และไขมัน แต่มีการใช้พลังงานน้อย จึงทำให้เกิดการสะสมไขมันในร่างกายมากขึ้น และมีโอกาสอ้วนได้ง่าย
3. ความผิดปกติในการทำงานของต่อมไร้ท่อ เกิดจากความบกพร่องในการทำงานของต่อมไร้ท่อ เช่น ต่อมไทรอยด์ทำงานน้อยกว่าปกติ ทำให้การใช้พลังงานสำหรับการทำงานของอวัยวะในร่างกายลดลง และเกิดการสะสมไว้ในรูปของไขมันมากขึ้น

หากวัยรุ่นมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่ถูกต้อง จนเกิดเป็นนิสัยติดต่อกันเป็นระยะเวลานาน ๆ อาจทำให้การทำงานของร่างกายผิดปกติและเกิดโรคต่าง ๆ ได้ในภายหน้า

การมีน้ำหนักตัวเกินหรือโรคอ้วนก่อให้เกิดผลเสียได้หลายประการ คือ

1. ทำให้เป็นโรคหลอดเลือดและโรคหัวใจ ผู้ที่มีน้ำหนักตัวเกินหรือโรคอ้วนทำให้หัวใจต้องทำงานเพิ่มขึ้น เพื่อสูบฉีดโลหิตไปเลี้ยงส่วนต่าง ๆ ของร่างกายให้เพียงพอ ทำให้มีความดันโลหิตสูงขึ้น จึงทำให้เป็นโรคความดันโลหิตสูง เมื่อความดันโลหิตสูงนานๆ ผนังหลอดเลือดจะสูงขึ้น และมีแนวโน้มที่จะมีภาวะไขมันในเลือดสูงกว่าปกติ ซึ่งเสี่ยงต่อการเกิดโรคหลอดเลือดแข็ง และโรคหัวใจสูง
2. อาการของระบบทางเดินหายใจ คือ มีอาการเรียกว่า Cushing Syndrome แสดงอาการซึม หลับง่าย เนื่องจากมีไขมันตามอวัยวะในช่องท้องมากขึ้น กระบังลมจึงถูกดันมากขึ้น ทำให้ปอดขยายตัวได้ไม่เต็มที่ หายใจลำบาก มีอาการอ่อนเพลีย ซึม และเกิดหัวใจวายได้
3. ไช้อักเสบ ผู้ที่มีน้ำหนักมากเกินไปหรือเป็นโรคอ้วนเป็นสาเหตุทำให้ไช้อักเสบจากข้อกระดูกเสื่อมได้ง่าย เนื่องจากต้องรับน้ำหนักตัวเป็นเวลานาน

4. การเคลื่อนไหวร่างกายไม่สะดวก ขาดความกระฉับกระเฉง
5. มีผลต่อจิตใจ คนอ้วนมากมักมีปมด้อย เพราะมีรูปร่างไม่ดีแต่งตัวไม่สวย

ผลเสียของการมีน้ำหนักตัวมากเกินไปเกินมาตรฐานหรือโรคอ้วนจะส่งผลเสียในระยะยาว ดังนั้นหากวัยรุ่นรู้จักวิธีการป้องกันตั้งแต่อายุน้อยจะทำให้มีน้ำหนักตัวที่เหมาะสมและมีสุขภาพที่ดีได้

อบเชย วงศ์ทอง (อ้างแล้ว) ได้สรุปวิธีป้องกันและรักษาการมีน้ำหนักตัวมากเกินไปหรือโรคอ้วนไว้ดังนี้

1. การควบคุมอาหาร สาเหตุการมีน้ำหนักตัวมากเกินไปเกินมาตรฐานและเกิดโรคอ้วนเกิดจากการรับประทานอาหารเป็นส่วนใหญ่ จึงต้องควบคุมการรับประทานอาหาร คือ การรับประทานอาหารให้เหมาะสมและถูกต้องตามหลักโภชนาการ รับประทานอาหารครบทั้ง 5 หมู่ และปริมาณเพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย ตามที่กองโภชนาการ กรมอนามัย (2532) ได้กำหนดไว้ ดังนี้คือ

- 1.1 อาหารประเภทเนื้อสัตว์ ไข่ นม และถั่วเมล็ดแห้ง ควรบริโภคร้อยละ 10 ของพลังงานทั้งหมดที่ร่างกายต้องการใน 1 วัน

- 1.2 อาหารประเภทข้าว แป้ง น้ำตาล ควรบริโภคร้อยละ 65 ของพลังงานทั้งหมดใน 1 วัน

- 1.3 อาหารประเภทผักต่าง ๆ ควรบริโภคร้อยละ 5 ของพลังงานทั้งหมดที่ร่างกายต้องการใน 1 วัน

- 1.4 อาหารประเภทผลไม้ต่างๆ ควรบริโภคร้อยละ 5 ของพลังงานทั้งหมดที่ร่างกายต้องการใน 1 วัน

2. รับประทานอาหารทุกมื้อ การรับประทานอาหารครบทั้ง 3 มื้อ ช่วยให้ร่างกายได้รับสารอาหารในปริมาณที่เพียงพอ แต่วัยรุ่นมักเกิดความรู้สึกเบื่ออาหารหรืออิ่มเร็ว ซึ่งทำให้ร่างกายขาดสารอาหาร ไม่สามารถกินทดแทนในมื้ออื่นได้ และหันไปรับประทานอาหารของว่าง เช่น ขนมขบเคี้ยวประเภทต่าง ๆ หรืออาหารจานด่วน (fast food) แทน ซึ่งอาหารเหล่านี้เป็นสาเหตุทำให้มีน้ำหนักตัวมากเกินไปจนถึงเป็นโรคอ้วนได้

3. เด็กวัยรุ่นที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก ควรรับประทานอาหารให้ครบทุกมื้อ และถูกต้องตามหลักโภชนาการ ควรจำกัดอาหารที่ให้พลังงานมาก และมีประโยชน์น้อย เช่น น้ำอัดลม ขนมหวาน ขนมขบเคี้ยวต่าง ๆ เพราะการรับประทานอาหารเหล่านี้มาก ๆ จะทำให้มีน้ำหนักตัวเพิ่มขึ้น

ปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของวัยรุ่น

กาญจนา เกียรติธรรมรัตน์ (2542) กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคว่าขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดพฤติกรรมการเลือกซื้อ
2. กระบวนการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์
3. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดพฤติกรรมการเลือกซื้อ มีดังนี้

1.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (buyer characteristics) การที่ผู้ซื้อจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่ง มีปัจจัยที่เกี่ยวกับคุณลักษณะของตัวผู้ซื้อเอง ซึ่งผู้ซื้อจะมีพฤติกรรมการเลือกซื้อแตกต่างกัน ตามเหตุผลและความต้องการในการใช้ ดังที่ สิริณี โสมใจบุญ (2537) ได้แบ่งประเภทของผู้ซื้อออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

1.1.1 กลุ่มที่ซื้อด้วยความรอบรู้ หรือนิยมการใช้เหตุผล การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้ซื้อกลุ่มนี้จะเลือกจากความจำเป็นในการใช้และคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก

1.1.2 กลุ่มผู้ซื้อที่รอบรู้เรื่องราคา ผู้ซื้อกลุ่มนี้ถือความประหยัดเป็นสำคัญในการเลือกซื้อ เช่น การซื้อผลิตภัณฑ์ที่ลดราคาหรือมีของแถม

1.1.3 กลุ่มผู้ซื้อที่ซื้อตามนิสัยที่ติดใจในยี่ห้อโดยเฉพาะ ผู้ซื้อกลุ่มนี้จะสนใจยี่ห้อของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก โดยไม่คำนึงถึงราคาว่าเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์หรือไม่

1.1.4 กลุ่มผู้ซื้อ ที่ชอบซื้อโดยปัจจุบันทันด่วน ผู้ซื้อกลุ่มนี้จะซื้อผลิตภัณฑ์ที่เห็นโดยไม่สนใจตราหรือยี่ห้อของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

1.1.5 กลุ่มผู้ซื้อที่มีปฏิกิริยาทางอารมณ์ ผู้ซื้อกลุ่มนี้จะซื้อผลิตภัณฑ์ตามลักษณะหรือสัญลักษณ์

1.2 ลักษณะของผลิตภัณฑ์ (product characteristics) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจผู้ซื้อให้ความสนใจต่อส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ เช่น รูปแบบ คุณภาพ ราคา ตรายี่ห้อ ภาชนะบรรจุ รสชาติ คุณค่าอาหาร ความน่ารับประทาน และฉลากผลิตภัณฑ์ ซึ่งลักษณะเหล่านี้สามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มผู้บริโภคได้มากที่สุด

1.3 ลักษณะของผู้ขาย (seller characteristics) ความคิดเห็นของผู้ซื้อที่มีต่อผู้ผลิตและพ่อค้าคนกลางที่จำหน่ายจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เช่น มีความเชื่อถือผู้ผลิตในฐานะที่มีชื่อเสียงในการผลิตสินค้าซึ่งมีคุณภาพเชื่อถือได้

1.4 ลักษณะด้านสถานการณ์ (situational characteristics) สถานการณ์เกี่ยวกับข้อจำกัดด้านเวลาของการมีกิจกรรมที่ต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ จึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรวมทั้งเวลาของการมีกิจกรรมที่ต้องใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ซื้อ โดยการซื้อผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตนเอง ก่อนการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละประเภานั้น ต้องผ่านกระบวนการตัดสินใจก่อนที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท

2. กระบวนการตัดสินใจการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ได้แก่

2.1 การตระหนักถึงปัญหา เป็นการตระหนักถึงความต้องการที่เกิดขึ้น และยังไม่ได้รับการตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น อาจมาจากสภาพร่างกาย เช่น ความหิว อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือการได้เห็นโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ

2.2 การค้นหาข้อมูล เมื่อความต้องการเกิดขึ้น ผู้ซื้อจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ต้องการซื้อจะมีการค้นหาข้อมูล ซึ่งขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ซื้อ การหาแหล่งข้อมูล ข่าวสารภายนอกที่ผู้ซื้อแสวงหาซึ่งแบ่งได้เป็น

2.2.1 Personal sources ได้แก่ เพื่อน ครอบครัว เพื่อนบ้าน ผู้ใกล้ชิด

2.2.2 Commercial sources ได้แก่ โฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

2.2.3 Public sources ได้แก่ สื่อสารมวลชนต่าง ๆ

2.2.4 Experiential sources ได้แก่ ผู้ที่เคยใช้สินค้า

ซึ่งแหล่งข้อมูลข่าวสารจะแตกต่างกันตามประเภทของผลิตภัณฑ์ และลักษณะส่วนตัวของผู้ซื้อโดยทั่วไปผู้ซื้อรับข้อมูลจากการดูโฆษณาทางสื่อต่างๆ โดยให้ข้อมูลในรูปของการแจ้งข่าวสาร ส่วนแหล่งข้อมูลส่วนตัว เช่น ครอบครัว กลุ่มเพื่อนจะใช้ในการประเมินผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ และมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้ออย่างมากที่สุด

2.3 การประเมินค่าข้อมูล ข้อมูลที่ผู้ซื้อได้รับนำมาใช้ประเมินค่าการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ซื้อและกลุ่มสังคม สิ่งที่เป็นพื้นฐานในการประเมินค่าข้อมูล มีดังนี้

2.3.1 ค่าใช้จ่าย ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท

2.3.2 คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์นั้นมีคุณค่าทางอาหาร

รสชาติอร่อย ปลอดภัยต่อการบริโภค

2.3.3 ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความน่ารับประทานของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท

2.3.4 ความสะดวก ได้แก่ ภาชนะบรรจุเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของทางเลือกต่าง ๆ ตามลักษณะของผลิตภัณฑ์

2.4 การตัดสินใจซื้อ จากการประเมินค่าทำให้ผู้ซื้อสามารถจัดลำดับความสำคัญของทางเลือกในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ โดยตัดสินใจจากทางเลือกที่ดีที่สุดก่อนตัดสินใจอาจมีปัจจัยอื่นเข้ามาแทรก เช่น ทัศนคติของบุคคลอื่น เป็นต้น

2.5 พฤติกรรมหลังการซื้อ หลังจากการซื้อ ผู้ซื้อจะได้รับประสบการณ์ในการรับประทานผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทซึ่งอาจพอใจหรือไม่พอใจ ถ้าเกิดความพอใจ ผู้ซื้อจะกลับไปเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทนั้นอีก แต่ถ้าไม่พอใจผู้ซื้อสามารถไม่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทนั้นได้ (กาญจนา เกียรติฉัตรรัตน์, อ้างแล้ว)

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ได้แก่

3.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม จัดเป็นแบบแผนการดำเนินชีวิต ซึ่งได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมทางสังคม ได้แก่ พฤติกรรมการยอมรับสิ่งใหม่ ๆ พื้นฐานการดำเนินชีวิต การรับรู้ความชอบ ความนิยมในกลุ่มวัยรุ่น และการเปลี่ยนแปลงสถานภาพ การเลียนแบบจากสื่อต่าง ๆ

3.2 ปัจจัยด้านจิตวิทยา เป็นพฤติกรรมการซื้อของแต่ละบุคคลได้รับอิทธิพลจากกระบวนการทางจิตวิทยา ซึ่งเกิดการรับรู้ การจูงใจ เช่น การเลือกซื้อของบุคคล อาจมีสาเหตุมาจากความหิว อยากทดลองชิมผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ สื่อโฆษณาต่าง ๆ ดังนั้น นักการตลาดหรือผู้ผลิตจึงนำแนวทางด้านจิตวิทยาเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมการขาย ด้วยการโฆษณาให้ผู้รับประทาน เกิดการรับรู้ และกระตุ้นจูงใจให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ (สุนีมาศ โนรี และเพ็ญจิตร กาพนณี, อ้างแล้ว)

ลักษณะด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทตามที่ กาญจนา เกียรติฉัตรรัตน์ (อ้างแล้ว) กล่าวไว้มีดังนี้

3.2.1 แรงจูงใจ (motivation) แรงจูงใจจะเกิดขึ้นได้จากแรงขับที่มาจากภายในจิตใจ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดพฤติกรรมของแต่ละคนให้ไปสู่เป้าหมาย ดังที่ สิริณี โสมใจบุญ (อ้างแล้ว) สรุปไว้ว่าแรงจูงใจเกิดจากเงื่อนไข 3 ประการ คือ

- 1) มนุษย์เกิดความต้องการ เป็นสิ่งบอกว่าจะต้องทำอะไรบางอย่างเพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น และความต้องการนั้น ๆ มาจากอิทธิพลของตัวเอง
- 2) มนุษย์ต้องมีพลัง เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความต้องการทำอะไรสักอย่าง หากไม่มีสิ่งกระตุ้นจะไม่เกิดแรงจูงใจ ซึ่งเป็นสิ่งกระตุ้นที่มาจากภายใน

3) มนุษย์ต้องมองเห็นจุดหมายปลายทางของการกระทำ หากทำไปแล้ว จะได้อะไรเป็นผลตอบแทน

3.2.3 การรับรู้ (perception) การรับรู้ คือ การที่บุคคลมีสิ่งเร้าต่าง ๆ ที่ได้รับจากสภาพแวดล้อม โดยผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้า เช่น การอ่านฉลากผลิตภัณฑ์ การเห็นโฆษณาตามสื่อต่างๆ การรับรู้ลักษณะทางกายภาพของสิ่งเร้าต่าง ๆ ความสัมพันธ์ของสิ่งเร้ากับสิ่งแวดล้อมในขณะนั้น และเงื่อนไขของแต่ละบุคคล ซึ่งมีความต้องการ ค่านิยม และสิ่งจูงใจที่ต่างกัน

3.2.4 การเรียนรู้ การเรียนรู้เป็นสิ่งที่มิอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้ซื้อเป็นการผสมผสานระหว่างการจูงใจ ประสบการณ์ และแนวโน้มของพฤติกรรมที่เกิดขึ้นซ้ำ ๆ ในการตอบสนองต่อสิ่งเร้า ซึ่งแบ่งสิ่งเร้าได้ 3 อย่าง คือ

- 1) สิ่งเร้าภายในร่างกายเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นภายในร่างกายที่จะกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ที่มาจากความต้องการนั้น เช่น ความหิว
- 2) สิ่งเร้าภายนอกในร่างกาย เป็นการกระตุ้นสิ่งจูงใจที่อยู่ภายในจิตใจทำให้เกิดแรงกระตุ้นโดยการแสดงออก คือ การซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ เช่น การเห็นโฆษณาของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น
- 3) ความคิดที่เกิดขึ้นทันทีทันใด คือ การนึกถึงผลิตภัณฑ์ประเภทใด ประเภทหนึ่งตลอดเวลา แม้ว่าไม่เห็นผลิตภัณฑ์ประเภทนั้นซึ่งได้รับแรงกระตุ้นให้มีการกระทำตามที่นึกคิด เช่น นึกถึงมันฝรั่งทอด ทำให้อยากรับประทาน แต่ไม่รู้สึกลึกหิว

3.3 ปัจจัยด้านสังคม เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ แต่ละประเภทซึ่งได้แก่ กลุ่มอ้างอิง เป็นกลุ่มที่มีผลต่อความคิดเห็น ค่านิยมของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง กลุ่มอ้างอิงบางกลุ่มอาจรู้จักใกล้ชิด เช่น สมาชิกในครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน หรืออาจเป็นกลุ่มที่ไม่รู้จักเป็นส่วนตัว เช่น นักร้อง ดารา นักแสดง จึงทำให้มีการเลียนแบบในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ และขณะเดียวกันกลุ่มอ้างอิงมีผลต่อบุคคลในการยอมรับพฤติกรรมใหม่ซึ่งต้องปฏิบัติเหมือนกัน จึงเข้ากลุ่มได้ และกลุ่มอ้างอิงจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับข้อมูลในแต่ละบุคคลได้รับ และประเภทของผลิตภัณฑ์ เช่น ถ้ามีข้อมูลมากหรือประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นน้อย กลุ่มอ้างอิงจะมีผลมากในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้น

3.4 ปัจจัยส่วนบุคคล คือ ลักษณะของผู้ซื้อ เป็นข้อมูลเกี่ยวกับตัวผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทนั้น ๆ ได้แก่ เพศ รายได้ การศึกษา ความต้องการ ฐานะ รสนิยม หรือกลุ่มคนในสังคม ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมการรับประทานของผู้ซื้อ

พฤติกรรม การตอบสนองของผู้ซื้อจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อได้รับการกระตุ้นทางการตลาด และปัจจัยภายในของผู้ซื้อ โดยเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อ และแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมต่าง ๆ เช่น การเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตราสินค้า การเลือกเวลาในการซื้อ และการเลือกปริมาณในการซื้อ (สุนีมาศ โนรี และเพ็ญจิตร กาพมณี, อ้างแล้ว)

การยอมรับในผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทของผู้ซื้อเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่ง เมื่อผู้ซื้อต้องตัดสินใจเกี่ยวกับแนวความคิดใหม่ หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ต้องมีการผ่านกระบวนการยอมรับของแต่ละบุคคล

กระบวนการยอมรับของแต่ละบุคคลตามที่ กาญจนา เกียรติมนิรัตน์ (อ้างแล้ว) กล่าวว่าประกอบด้วยขั้นตอนต่อไปนี้

1. การรู้จัก (awareness) ผู้ซื้อรู้จักผลิตภัณฑ์ แต่ไม่ทราบรายละเอียด และไม่สนใจที่จะหาข้อมูลเพิ่มเติม
2. มีความสนใจ (interest) การยอมรับของผู้ซื้อว่าผลิตภัณฑ์ให้ประโยชน์และมีการหาข้อมูลเพิ่มเติมในผลิตภัณฑ์ รวมถึงราคา
3. การประเมินค่า (evaluation) ผู้ซื้อจะประเมินค่าความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ตามความพอใจที่คาดว่าจะได้รับ
4. การทดลองใช้ (trial) ผู้ซื้อจะซื้อผลิตภัณฑ์มาใช้ก่อน
5. การตัดสินใจ (decision) ผู้ซื้ออาจตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธ แต่จากการทดลองใช้ที่พอใจในอดีตจะนำไปสู่การยอมรับในผลิตภัณฑ์และใช้ประจำ
6. มีความมั่นใจ (confirmation) เมื่อผู้ซื้อยอมรับแล้วจะคิดทบทวนถึงการตัดสินใจ โดยหาข้อมูลมาสนับสนุนให้เกิดความมั่นใจมากขึ้น ว่าการตัดสินใจถูกต้อง

ผู้ซื้อบางคนยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีในตลาดได้อย่างรวดเร็ว บางคนถึงเลในระยะเวลาหนึ่ง แต่บางคนอาจไม่ยอมรับเลย ซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะของบุคคลนั้นว่าเป็นคนที่ยอมรับสิ่งใหม่ได้เร็ว หรือช้าเพียงใด และลักษณะของผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการยอมรับเช่นกัน

ประเภทผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยว

ขนมขบเคี้ยวเป็นอาหารว่างประเภทหนึ่งที่มีผู้นิยมรับประทานมาก โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กและกลุ่มวัยรุ่น (เพียงฤทัย เสาร์มณี, 2535) ทำให้มีผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวออกจำหน่ายสู่ตลาดอย่างกว้างขวาง และผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายยังมีความแตกต่างกันตามความต้องการของผู้บริโภค

ผลิตภัณฑ์ขนมที่จำหน่ายในตลาดแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. ขนมที่บรรจุอยู่ในภาชนะปิดสนิท ส่วนมากจะผลิตในระดับอุตสาหกรรม โดยมีวิธีการทำขนมซึ่งผ่านกรรมวิธีในการทำลายหรือยับยั้งการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ ด้วยความร้อนก่อนการบรรจุ หรือปิดผนึก ขนมประเภทนี้มีการบรรจุใส่ภาชนะที่ปิดสนิทที่เป็นโลหะ เช่น กระป๋อง หรือวัสดุอื่น ๆ ที่สามารถป้องกันไม่ให้อากาศจากภายนอกเข้าไปภายในภาชนะบรรจุได้

2. ขนมทั่วไปที่ทำขึ้นใหม่ ๆ เป็นขนมที่ต้องรับประทานในสภาพสด ไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน เช่น ก๋วยเตี๋ยว ขนมปัง ผีง คุกกี้ เป็นต้น โดยมากขนมประเภทนี้จะใช้วิธีการห่อด้วยใบตอง หรือถุงพลาสติก คุ้มครองโดยมากทำในระดับครัวเรือน

ในที่นี้จะกล่าวเฉพาะผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวประเภทที่บรรจุอยู่ในภาชนะปิดสนิทเท่านั้น ซึ่งขนมขบเคี้ยวที่บรรจุอยู่ในภาชนะปิดสนิทนี้เป็นขนมที่มีการผลิตจากวัตถุดิบหลาย ๆ ประเภทแตกต่างกัน ดังที่ ต้องจิตร์ วัฒนามณี (2534) ได้แบ่งผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวตามวัตถุดิบในการผลิตไว้เป็น 5 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. ผลิตภัณฑ์แป้งปรุงรส เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากเครื่อง Extruded ที่สามารถพิมพ์ขนมออกมาให้มีรูปแบบต่างกัน อาจเป็นแบบแท่ง แบบเกลียว แบบแผ่น วัตถุดิบที่ใช้ในการทำขนมแตกต่างกัน เช่น ทำจากแป้งสาลี แป้งข้าวโพด มีการปรุงรสต่าง ๆ ตามความต้องการของผู้บริโภค

2. ผลิตภัณฑ์จากมันฝรั่ง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้มันฝรั่งเป็นวัตถุดิบในการผลิต โดยมีกรรมวิธีเริ่มจากการล้างทำความสะอาด การปอกเปลือก หั่นเป็นชิ้นบาง ๆ แล้วนำไปล้าง และทำให้มันฝรั่งแห้ง โดยการใส่ในลูกกลิ้งหมุนให้ลมเป่า และนำไปทอด ปรุงแต่งกลิ่น รสต่าง ๆ บรรจุใส่ภาชนะ ซึ่งขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ของผู้ผลิต และเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผู้นิยมรับประทานมากที่สุด (วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร, 2540)

3. ผลิตภัณฑ์ทำจากเนื้อปลา เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากเนื้อปลา หรือปลาหมึก มีรูปแบบของขนมแตกต่างกัน เช่น ปลาเส้น ปลาหมึกเส้น หรือปลาหมึกกรอบมีลักษณะเป็นแผ่น และมีการปรุงแต่งรสต่าง ๆ

4. ผลิตภัณฑ์ทำจากข้าวโพด เป็นผลิตภัณฑ์ได้จากข้าวโพด นำมาอบและเคลือบ น้ำตาล เพื่อให้รสหวาน

5. ผลิตภัณฑ์ทำจากถั่ว เป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังคงรูปลักษณ์ของวัตถุดิบเดิมอยู่มาก ซึ่งโดยมากจะเป็นถั่วลิสง ถั่วลิ้นเต่า เม็ดมะม่วงหิมพานต์ ถั่วอัลมอลด์ นำมาอบ คั่ว ทอด และผสมเครื่องปรุง

อันตรายสารปรุงแต่งอาหารต่อร่างกาย

ผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวที่มีจำหน่ายอยู่ในปัจจุบันมีการปรุงแต่งสี กลิ่น รส เพื่อเพิ่มรสชาติของขนมขบเคี้ยว เช่น ข้าวเกรียบกุ้งรสต้มยำ ปาร์ตี้รสกล้วยหอม เป็นต้น นอกจากนี้การปรุงแต่งสี กลิ่น และรส ผู้ผลิตบางรายมีการใช้วัตถุกันเสียในขนมเพื่อช่วยเก็บขนมไว้ได้นาน ซึ่งการรับประทานขนมที่มีสารปรุงแต่งอาหารเป็นเวลานาน อาจทำให้เกิดอันตรายต่อร่างกายได้

เพียงฤทัย เสาร์มณี (อ้างแล้ว) ได้ให้ข้อมูลเรื่องสารปรุงแต่งอาหารและวัตถุเจือปนในอาหารที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวไว้ดังนี้

1. ผงชูรส

ผงชูรสเป็นสารเพิ่มกลิ่น รส อาหารที่ผู้ผลิตนิยมเติมลงในอาหารเกือบทุกชนิด รวมทั้งขนมขบเคี้ยวที่ผลิตจากแป้งปรุงรส ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากมันฝรั่ง ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากปลาหมึกหรือปลาเส้น เป็นต้น ผงชูรสผลิตจากแป้งมันสำปะหลัง หรือกากน้ำตาล หากผู้บริโภครับประทานในปริมาณมากเกินไป อาจเกิดอาการร้อน หรือรู้สึกชุ่มซ่าบริเวณหน้า คอ และศีรษะ อาจมีอาการหน้าตึง บวม กระจายน้ำ แ่น้ำออก ปวดศีรษะ อาการที่เกิดขึ้นจะหายภายใน 25-30 นาทีและอาการจะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปริมาณผงชูรสที่ร่างกายได้รับ คนที่แพ้มากจะมีอาการตึงขา บริเวณใบหน้า วิงเวียน อ่อนเพลีย หัวใจเต้นเร็ว และอาจเกิดอัมพาตชั่วคราวบริเวณขาและแขนได้

2. สีผสมในขนมขบเคี้ยว

สีที่ใส่ในขนมขบเคี้ยวเพื่อให้ขนมมีสีสวยและดึงดูดใจผู้บริโภค หากผู้ผลิตใช้สีไม่ถูกต้องทั้งชนิดและปริมาณอาจทำให้เกิดอันตรายต่อร่างกายได้ สีที่ใส่ในอาหารแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ สีที่ได้จากธรรมชาติ และสีที่ได้จากการสังเคราะห์ อันตรายจากสีที่ใส่ในขนมที่พบส่วนมากเกิดจากการใช้สีสังเคราะห์ในปริมาณมาก หากรับประทานขนมขบเคี้ยวที่ใส่สีเป็นประจำจะทำให้สีไปเคลือบเยื่อบุกระเพาะอาหารและลำไส้ ทำให้น้ำย่อยอาหารออกมาไม่สะดวก อาหารย่อยยาก มีการขัดขวางการดูดซึมอาหาร ท้องเดิน อ่อนเพลีย และอาจมีการอักเสบของตับ ไต ซึ่งเป็นสาเหตุของโรคมะเร็งได้ และหากผู้ผลิตนำสีย้อมผ้าไปใส่ในขนม จะทำให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย เนื่องจากในสีย้อมผ้ามีส่วนผสมของโลหะหนัก เช่น สารหนู ตะกั่ว และแคดเมียมในปริมาณสูง หากร่างกายได้รับเป็นประจำจะเกิดอันตรายต่อระบบประสาท และความผิดปกติของระบบทางเดินอาหารซึ่งเป็นสาเหตุของการเกิดมะเร็ง โดยเฉพาะที่ระบบทางเดินอาหารและกระเพาะปัสสาวะ (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2531)

3. วัตถุอันตราย

วัตถุอันตรายจัดอยู่ในประเภทวัตถุเจือปนอาหารและมีผู้ผลิตบางรายใส่วัตถุอันตรายลงในขนมเพื่อให้เก็บขนมไว้ได้นาน และยังคงสภาพเดิมอยู่ได้ทั้งสี กลิ่น รส วัตถุอันตรายที่นิยมใช้ในอาหาร คือ กรดเบนโซอิก กรดซอร์บิก ซึ่งการใช้วัตถุอันตรายเหล่านี้ทำให้เกิดอันตรายแก่ผู้บริโภคหากรับประทานบ่อย ๆ เป็นเวลานาน จะทำให้เกิดการสะสมในร่างกาย ผู้ที่รับประทานขนมที่ใช้วัตถุอันตรายชนิดเดียวกันหลาย ๆ ครั้ง ในปริมาณมากอาจแสดงอาการ คลื่นไส้ อาเจียน ปวดท้อง ท้องร่วง ดังนั้นจึงควรหลีกเลี่ยงการรับประทานขนมขบเคี้ยว ที่ใส่วัตถุอันตราย (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, อ้างแล้ว)

นอกจากสารปรุงแต่งอาหารที่ใส่ในขนมขบเคี้ยวซึ่งเป็นอันตรายต่อร่างกายแล้ว ยังพบว่าการปนเปื้อนสารพิษจากเชื้อราบางชนิด ในผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวทำให้มีอันตรายต่อสุขภาพ ดังนี้

1. จุลินทรีย์ การพบจุลินทรีย์ในขนมโดยเฉพาะขนมที่ผลิตจากปลาหมึกที่มีการปรุงรสทำให้เกิดโรกระบบทางเดินอาหาร เช่น ท้องร่วง อาเจียน ซึ่งการปนเปื้อนของเชื้อจุลินทรีย์อาจเกิดจากการผลิตที่ไม่ถูกลักษณะ หรือการปนเปื้อนหลังการผลิต

2. สารพิษจากเชื้อรา พบมากในผลิตภัณฑ์จากถั่วชนิดต่าง ๆ มีการปนเปื้อนจากเชื้อรา อาจถูกปนเปื้อนได้ในระหว่างการผลิต การแปรรูป และการเก็บรักษา การปนเปื้อนของเชื้อราทำให้มีการเจริญเติบโตของเชื้อราในขนม ทำให้เชื้อราสร้างสารพิษขึ้น และสารพิษที่พบในถั่วชนิดต่าง ๆ โดยเฉพาะถั่วลิสง คือ อะฟลาทอกซิน พิษที่เกิดจากอะฟลาทอกซิน ตามที่ นิธิยา รัตนพานนท์ และวิบูลย์ รัตนพานนท์ (2543) ระบุไว้ว่าแบ่งได้เป็น 2 ระยะ คือ

1. พิษเรื้อรัง พบในผู้ใหญ่เกิดจากการสะสมสารพิษที่ละน้อยเป็นเวลานาน ทำให้เกิดอาการของโรคตับ มะเร็งที่ตับ และอวัยวะอื่น ๆ ได้ เช่น ที่ลำไส้และกระเพาะอาหาร

2. พิษเฉียบพลัน มีอาการไข้สูง อาเจียน ไม่รู้สึกตัว อาการทรุดลงภายใน 2-3 วัน และอาจทำให้เสียชีวิตได้

ดังนั้นในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยว จึงควรเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีฉลากถูกต้อง ครบถ้วน มีเลขทะเบียน สถานที่ตั้ง ปริมาตรสุทธิ หรือปริมาณของส่วนประกอบ วัน เดือน ปี ที่ผลิต วัน เดือน ปี ที่หมดอายุ ตลอดจนส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เพื่อผู้ซื้อจะได้รับประโยชน์มากกว่าอันตรายที่แฝงมากับผลิตภัณฑ์

จากข้อมูลข้างต้นจะพบว่าขนมขบเคี้ยวมีส่วนประกอบของแป้ง ไขมัน น้ำตาล เป็นหลัก รวมทั้งมีการปรุงแต่งสี กลิ่น รส ที่ได้จากการสังเคราะห์ทางเคมี หากเด็กวัยรุ่นรับประทานมากจะทำให้ร่างกายขาดสารอาหารที่จำเป็นต่อการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ เช่น สารอาหารประเภทโปรตีน

วิตามิน และเกลือแร่ รวมทั้งเส้นใยอาหารที่ช่วยให้ร่างกายขับถ่ายเป็นปกติ ซึ่งสารอาหารเหล่านี้จะได้รับจากอาหารตามมือปกติทั้ง 5 หมู่

ดังนั้นหากวัยรุ่นมีความเข้าใจและมีพฤติกรรมการบริโภคที่ถูกต้องแล้วจะทำให้เกิดผลดีต่อสุขภาพ มีคุณภาพชีวิตดี และเป็นบุคคลที่มีคุณค่าของสังคม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จรูญ ยานะสาร และคณะ (อ้างแล้ว) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคขนมของนักเรียนระดับประถมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักเรียนร้อยละ 34.1 นิยมซื้อขนมขบเคี้ยวรับประทาน และมีขนมขบเคี้ยวจำหน่ายมากที่สุดในสหกรณ์โรงเรียน ร้านค้าในโรงเรียน โรงอาหารของกลุ่มตัวอย่าง 31 โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ขนมที่มียอดขายมากที่สุดในร้านสหกรณ์โรงเรียน คือ ขนมขบเคี้ยว คิดเป็นร้อยละ 61.1 และนักเรียนร้อยละ 21.4 ซื้อขนมขบเคี้ยวนอกโรงเรียนที่มีจำหน่ายในร้านขายของชำ นักเรียนซื้อขนมขบเคี้ยวเพราะเห็นมีโฆษณาทางโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 52.8 ซื้อเพราะอยากได้ของแถม ที่มากับขนม ร้อยละ 79.5

มาลินี ททรัพย์เจริญ (2538) ได้ศึกษานิสัยการบริโภคและภาวะโภชนาการนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 กลุ่มโรงเรียนบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่านักเรียนที่มีภาวะโภชนาการเกินร้อยละ 26.7 ชอบรับประทานอาหารตามโฆษณา และร้อยละ 23.3 ชอบรับประทานขนม น้ำหวานก่อนอาหารมื้อหลัก รับประทานอาหารไม่เป็นเวลา ซึ่งนักเรียนที่ชอบรับประทานขนม และน้ำหวานก่อนอาหารมื้อหลักอาจมีผลมาจากการโฆษณาที่เลียนแบบวัฒนธรรมการกินจากประเทศตะวันตก ซึ่งใช้อาหารสำเร็จรูปที่สะดวกต่อการบริโภค ได้แก่ ข้าวเกรียบ มันทอด น้ำอัดลม ซึ่งให้พลังงานสูงทำให้ได้รับพลังงานมากกว่าที่ร่างกายต้องการ ทำให้เกิดโรคอ้วน มีไขมันในเลือดสูง เป็นโรคหัวใจขาดเลือด และโรคเบาหวาน

สุนีมาส โนรี และ เพ็ญจิตร กามณี (อ้างแล้ว) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนแบบไทยและแบบตะวันตกของนักเรียนในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า วัยรุ่น ร้อยละ 94.34 นิยมบริโภคอาหารระหว่างมือ ร้อยละ 46.54 บริโภควันละ 1 ครั้ง ร้อยละ 25.24 บริโภควันละ 2 ครั้ง และร้อยละ 19.62 บริโภควันละ 3 ครั้ง ช่วงเวลาที่วัยรุ่นมักบริโภคคือระหว่างหลังอาหารกลางวัน และ ก่อนอาหารเย็น ชนิดของอาหารที่นิยมบริโภค คือ ผลไม้สด ร้อยละ 49.09 รองลงมาได้แก่ น้ำอัดลม ขนมหวานไทย ขนมกรอบบรรจุถุง และไอศกรีม

วารากรณี ลีกุลนิมิต (2538) ทำการวิจัยเชิงสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมของเยาวชนอายุ 7-18 ปี ที่มีต่อขนมขบเคี้ยว และโฆษณาขนมขบเคี้ยว : กรณีศึกษาคอรันสติก พบว่ากลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่งจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 150 คน รับประทานขนมขบเคี้ยวเกือบทุกวันมาก

ที่สุด รองลงมาได้รับประทานขนมขบเคี้ยวทุกวัน และเมื่อจำแนกตามช่วงอายุและเพศ พบว่าเพศหญิงและเพศชายทุกช่วงอายุรับประทานขนมขบเคี้ยวค่อนข้างบ่อยมาก และช่วงอายุมีผลทำให้รับประทานขนมขบเคี้ยวบ่อยต่างกันเล็กน้อย และขนาดของขนมขบเคี้ยวที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อเป็นขนาดถุงเล็ก ราคาถุงละ 5 บาท คิดเป็นร้อยละ 84

สิริวัฒน์ อายุวัฒน์ (2539) ศึกษาเรื่องภาวะโภชนาการและพฤติกรรมการบริโภคของนักเรียนชั้นประถมศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า นักเรียนร้อยละ 73 บริโภคขนมขบเคี้ยวบางวัน และร้อยละ 21 บริโภคขนมขบเคี้ยวทุกวัน ชนิดของขนมขบเคี้ยวส่วนใหญ่คือ ขนมกรุบกรอบ ได้แก่ มันฝรั่งทอด ถั่วทอด ข้าวโพดกรอบ และอิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร พบว่า นักเรียนร้อยละ 64 เคยทดลองขนมชนิดใหม่ตามการได้รับสื่อโฆษณาและนักเรียนในกลุ่มนี้ร้อยละ 57.0 ทดลองขนมชนิดใหม่เป็นบางครั้ง และร้อยละ 7.0 ที่ทดลองขนมชนิดใหม่ทุกครั้งที่ได้รับสื่อโฆษณา

สุนตรา นิมานนท์ (2537) ศึกษาเรื่องภาวะโภชนาการและปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น เขตเมืองเชียงใหม่ พบว่าพฤติกรรมการบริโภคของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนในเรื่องการรับประทานอาหารเช้า การรับประทานอาหารจำพวกกินเล่นจุกจิก การรับประทานอาหารว่างหลัง 21.00 น. อาจกล่าวได้ว่า พฤติกรรมการบริโภคของครอบครัวเป็นอย่างไร นักเรียนก็มีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเช่นนั้นด้วย