

SY4. เครื่องดื่มที่ผสมแคลเฟเฟอิน

ศิริวัฒน์ ทิพย์ธราดล

รองเลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา

1. สถานภาพ

เครื่องดื่มที่ผสมแคลเฟเฟอิน หมายถึง เครื่องดื่มในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิทที่ทำจากส่วนผสมที่ไม่ใช่ ผลไม้ พืช หรือผัก และมีการเติมแคลเฟเฟอินในปริมาณไม่เกินที่กำหนดไว้

ปัจจุบันเครื่องดื่มที่ผสมแคลเฟเฟอินจัดเป็นอาหารควบคุมเฉพาะตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 62 (พ.ศ.2524) เรื่อง เครื่องดื่มในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท โดยมีส่วนประกอบที่สำคัญ ได้แก่ น้ำตาล แคลเฟเฟอิน วิตามิน สารกลูโคไลแลคโตน เทารีน อินโนซิтол เป็นต้น

2. การควบคุมผลิตภัณฑ์

2.1 ผู้ผลิต ผู้นำเข้า เครื่องดื่มที่ผสมแคลเฟเฟอิน จะต้องขออนุญาตผลิตอาหารและขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร ตามประกาศฯ ฉบับที่ 62 (พ.ศ. 2524) เรื่อง เครื่องดื่มในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท และตามข้อกำหนดเรื่องปริมาณแคลเฟเฟอิน (ไม่เกิน 50 มิลลิกรัมต่อหน่วยบรรจุ) เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจึงจะผลิต/นำเข้าได้

2.2 ข้อกำหนดการแสดงคำเตือนบนฉลาก ต้องระบุข้อความที่ฉลากว่า “ห้ามดื่มเกินวันละ 2 ขวด เพราะหัวใจจะสั่น นอนไม่หลับ เด็กและสตรีมีครรภ์ไม่ควรดื่ม ผู้ป่วยปรึกษาแพทย์ก่อน” ด้วยตัวอักษรเส้นทึบสีแดง ขนาดความสูงไม่น้อยกว่า 2 มิลลิเมตร ในกรอบสี่เหลี่ยมพื้นที่ขาว สีของกรอบตัดกับสีของพื้นฉลาก

3. การควบคุมการส่งเสริมการขาย

การควบคุมการโฆษณา ผู้ใดประสงค์จะโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหารทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพ ภาพยนตร์ หรือทางหนังสือพิมพ์ หรือสิ่งพิมพ์อื่น หรือด้วยวิธีอื่นใด เพื่อประโยชน์ในทางการค้าต้องนำเสียง ภาพ ภาพยนตร์ หรือข้อความที่จะโฆษณาดังกล่าวนั้นให้ผู้อนุญาตตรวจพิจารณาก่อน เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจึงจะโฆษณาได้ หลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มที่ผสมแคลเฟเฟอิน มีดังนี้

การโฆษณาเครื่องดื่มที่ผสมแคลเฟเฟอิน

1.1 ต้องแสดงคำเตือน “โปรดอ่านคำเตือนในฉลากก่อนดื่ม” ทางทุกสื่อโฆษณา ทั้งในส่วนภาพและเสียง โดยอ่านและฟังได้ชัดเจน

1.2 ห้ามโฆษณาในลักษณะการแถมพหหรือให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคหรือมีการให้ของแถม

- 1.3 ห้ามใช้นักมวยหรือผู้ใช้แรงงานเป็นผู้แสดงแบบโฆษณา (Presenter) เช่น กรรมการคนขับรถบรรทุก ชาวประมง เป็นต้น
- 1.4 ห้ามสื่อความหมายที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับทัศนคติ หรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ได้แก่
 - ตีแล้วเพิ่มกำลังงาน หรือมีพลัง
 - ตีแล้วทำงานได้มากขึ้นโดยไม่รู้จักเหนื่อย
 - ตีแล้วทำให้ตื่นทันที ไม่่วงนอน หรือตื่นอยู่ตลอดเวลา
- 1.5 ห้ามชักจูงหรือโน้มน้าวให้ซื้อหรือบริโภค ได้แก่
 - แสดงภาพยกขวดขึ้นดื่ม
 - ชักชวนให้ซื้อหรือบริโภคเพื่อนำรายได้บริจาคเป็นสาธารณกุศล

นอกจากนี้ ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหารอันเป็นเท็จ หรือเป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร

4. การสำรวจพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มผสมกาแฟเย็น

การสำรวจพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มผสมกาแฟเย็นในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มผสมกาแฟเย็นในประเด็นต่างๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดแนวทางมาตรการการควบคุมกำกับดูแลที่เหมาะสม และเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย ส่วนวิธีการในการดำเนินการโดยการเก็บข้อมูลจากประชากรกลุ่มอาชีพต่างๆ จำนวน 4809 คน ทั้งกรุงเทพฯ และส่วนภูมิภาค โดยเลือกจังหวัดจากแต่ละเขตสาธารณสุข 12 เขต เขตละ 1 จังหวัด การกำหนดขนาดตัวอย่างในบางกลุ่มเป็นพิเศษ เช่น เพศชาย กลุ่มอาชีพขนส่ง ฯลฯ ตัวอย่างข้อมูลได้จากเขตเมือง 13 แห่ง 108 หมู่บ้าน ใน 36 อำเภอ กระจายทั่วประเทศ โครงการนี้ดำเนินการโดยความร่วมมือของสถาบันวิจัยโภชนาการ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข และสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด 12 จังหวัด ดำเนินการในเดือนพฤษภาคม 2536

ผลการสำรวจข้อมูลสรุปได้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นชาย โดยอัตราการบริโภคของผู้ชายสูงกว่าผู้หญิงเกือบ 3 เท่า ผู้ที่มีการศึกษาจะบริโภคต่ำกว่าอย่างชัดเจน กลุ่มอาชีพใช้แรงงานโดยเฉพาะกลุ่มอาชีพขนส่งจะมีการบริโภคสูงมาก (ร้อยละ 42.6) โดยมีการบริโภคทุกวัน สูงกว่ากลุ่มกรรมกร/ลูกจ้าง (ร้อยละ 20.8) มากกว่า 2 เท่า และสูงกว่ากลุ่มข้าราชการ/นักวิชาชีพ/นักบริหาร (ร้อยละ 3.4) มากกว่า 12 เท่า ส่วนปริมาณการบริโภค สํารวจพบว่ามากกว่าร้อยละ 90 ของผู้บริโภคทุกวัน บริโภคเกินกว่าวันละ 2 ขวด และร้อยละ 1.92 บริโภคตั้งแต่วันละ 2 ขวดขึ้นไป พฤติกรรมการบริโภคประมาณ 1 ใน 5 ของผู้บริโภค บริโภคผสมกับเครื่องดื่มอื่นๆ เช่น เหล้าหรือเบียร์และกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่กินไม่บ่อยนัก เหตุผลและแรงจูงใจในการบริโภคที่สำคัญพบว่าเป็นการบริโภคเพื่อให้มีแรงและแก้่วงนอน

เนื่องจากการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคพบว่า ประชาชนจำนวนมากโดยเฉพาะผู้มีการศึกษาระดับต่ำและผู้มีรายได้ต่ำ ยังมีความเข้าใจคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง โดยมีเหตุผลใน

การบริโภคและเชื่อว่าเครื่องดื่มประเภทนี้ ทำให้มีแรงทำงาน และมีบางส่วนยังบริโภคเกินกว่าคำแนะนำของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา การให้ความรู้ และข้อมูลที่ถูกต้องอย่างทั่วถึงจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคและเกิดความเป็นธรรมในการตัดสินใจบริโภคภายใต้ระบบการค้าเสรีที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน