

สถานการณ์โรคอ้วนกับการลดการใช้น้ำตาลในผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม

ปัจจุบันทั่วโลกกำลังรณรงค์เพื่อแก้ปัญหาน้ำหนักเกิน (Over weight) โรคอ้วน (Obesity) และโรคที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ได้แก่ เบาหวาน ความดันโลหิตสูง หัวใจและหลอดเลือด มะเร็ง และภาวะไตวายเรื้อรัง เป็นต้น ทั้งนี้โรคที่เกี่ยวข้องกับโรคอ้วน ก็กำลังเป็นภัยคุกคามในประชากรโลกและไทย

โรคอ้วน หมายถึง การมีปริมาณไขมันมากกว่าปกติไม่ได้หมายถึง การมีน้ำหนักมากอย่างเดียว โรคอ้วนเป็นโรคที่เกิดจากร่างกายสะสม พลังงานจากการรับประทานอาหารมากกว่าการเผาผลาญอย่างต่อเนื่อง เป็นระยะเวลานาน

ตารางที่ 1: แสดงค่าดัชนีมวลกาย (BMI) ตามเกณฑ์ขององค์การอนามัยโลกและค่าจุดตัดของประชากรเอเชีย

Table 1: The World Health Organization's BMI and Asian demographic distribution.

ดัชนีมวลกาย (น้ำหนัก (กก.)/ส่วนสูง) Body Mass Index (mass (kg)/ height (m ²))		
กลุ่ม Group	เกณฑ์ขององค์การอนามัยโลก WHO criteria	เกณฑ์สำหรับประชากรเอเชีย Asian criteria
น้ำหนักเกิน Over weight	≥ 25	≥ 23
Pre-obese	25 – 29.99	เสี่ยง (at risk) 23 - 24.99
อ้วนระดับ 1 Obese class 1	30 - < 34.99	25 – 29.99
อ้วนระดับ 2 Obese class 2	35 - < 39.99	≥ 30
อ้วนระดับ 3 Obese class 3	≥ 40.00	-

ที่มา: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, (2555)

องค์การอนามัยโลก (World Health Organization, WHO) รายงานว่าในปี 2016 ประชากรอายุมากกว่า 18 ปีขึ้นไปเป็นผู้ที่มีน้ำหนักเกินประมาณ 39% หรือมากกว่า 1.9 พันล้านคน และเป็นผู้ที่เป็โรคอ้วนประมาณ 13% หรือมากกว่า 650 ล้านคน

สำหรับประเทศไทย พบผู้ที่เป็นโรคอ้วนเฉลี่ย 31.6% หรือประมาณ 21 ล้านคน โดยแบ่งเป็นเพศชาย 21.7% (14 ล้านคน) และเพศหญิง 35.4% (24 ล้านคน) เมื่อเปรียบเทียบกับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประเทศไทยพบผู้ที่เป็นโรคอ้วนมากเป็นอันดับที่สอง รองจากประเทศมาเลเซีย ตามด้วยประเทศสิงคโปร์ และฟิลิปปินส์

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้กำหนดหลักเกณฑ์สำหรับการขอใช้สัญลักษณ์โภชนาการ ทางเลือกสุขภาพในแต่ละกลุ่มประเภทอาหาร โดยหากผลิตภัณฑ์นั้นๆ มีคุณค่าทางโภชนาการที่ดีซึ่งสอดคล้องกับประกาศ ก็จะสามารถใช้สัญลักษณ์ดังกล่าวบนฉลากบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ได้ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ผู้บริโภคสังเกตสัญลักษณ์ดังกล่าวเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร ที่มีคุณค่าโภชนาการดีกว่าผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันในท้องตลาด ซึ่งจะลดความเสี่ยงต่อการ เกิดภาวะโภชนาการเกินและโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง

ตารางที่ 2: แสดงเกณฑ์การพิจารณาให้สัญลักษณ์ทางเลือกสุขภาพของกลุ่มอาหารประเภทเครื่องดื่ม

Table 2: The criteria for determining the healthier choice symbol of the beverage category.

กลุ่มเครื่องดื่ม

Beverage category

พิจารณาค่าสารอาหารต่อปริมาณ 100 มิลลิลิตร

Consider nutritional value per 100 ml.

<p>ประเภทเครื่องดื่ม Beverage type</p>	<p>เกณฑ์การพิจารณาให้สัญลักษณ์ กรณีหนึ่งหน่วยบริโภคไม่เกิน 300 มิลลิลิตร Criteria for symbolic consideration One serving not more than 300 ml.</p>	<p>เกณฑ์การพิจารณาให้สัญลักษณ์ กรณีหนึ่งหน่วยบริโภคเกิน 300 มิลลิลิตร Criteria for symbolic consideration One serving more than 300 ml.</p>
<ul style="list-style-type: none"> - น้ำผัก น้ำผลไม้ Vegetable/ Fruit juice - น้ำอัดลม น้ำหวานกลิ่นรสต่างๆ Soft/ Sweet flavored drink - เครื่องดื่มธัญพืช Cereal drink - นมถั่วเหลือง Soy milk 	<p>น้ำตาลทั้งหมด ≤ 6 กรัม/100 มิลลิลิตร Total sugar ≤ 6 g/ 100 ml.</p>	<p>น้ำตาลทั้งหมด ≤ 18 กรัม Total sugar ≤ 18 g</p>

หมายเหตุ: หนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงของกลุ่มเครื่องดื่ม คือ 200 มิลลิลิตร
300 มิลลิลิตร คือ 150% ของหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงของกลุ่มเครื่องดื่ม
กรณีบรรจุภัณฑ์มากกว่าหนึ่งหน่วยบริโภค ต้องมีข้อความแบ่งรับประทานจำนวนครั้งให้ชัดเจน

Noted: One reference intake of the beverage is 200 mL.
300 mL is 150% of the one reference intake.
In case there have more than one serving size per package.
It is necessary to specify how many serving per package.

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (2559)

จากการลด การใช้น้ำตาลในผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มย่อมส่งผลกระทบต่อรสชาติของผลิตภัณฑ์รวมถึงการยอมรับของผู้บริโภค ดังนั้นจึงมีการใช้สารทดแทนความหวานเพื่อจะเติมเต็มปริมาณความหวานที่ขาดหายไป ผลิตภัณฑ์ สารทดแทนความหวานในปัจจุบันมีความหลากหลาย และแตกต่างกันไปในแต่ละประเภท ซึ่งให้รสหวานที่ต่างกัน บางประเภทให้รสขมภายหลังรับประทาน จึงมีความพยายามในการพัฒนาสารสกัดจากธรรมชาติที่อยู่ลักษณะของสารปรุงแต่งกลิ่นรสที่สามารถทดแทนความหวานจากน้ำตาลได้แทนการใช้สารทดแทนความหวานโดยตรง เนื่องจากสารดังกล่าวจะทำให้การรับรู้ความหวานของผู้บริโภคกลับมาใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้น้ำตาลในสูตรปกติได้อีกด้วย

Obesity situation and reduction of sugar consumption in beverage products

Nowadays around the world are campaigning to challenge overweight, obesity and related diseases. non-communicable disease, including diabetes, high blood pressure. cardiovascular disease and Chronic kidney disease etc. Obesity-related diseases are threat in people around the world and Thailand as well.

Obesity means having more fat than normal which does not mean the only overweight. Obesity is a disease caused by the body accumulate energy from overeating continuously for a long time

World Health Organization (WHO) reported In 2016, 39% of adults aged 18 years and over were overweight (1.9 billion) and 13% of the world's adult population were obese(650 million).

For Thailand, the total average obese person was 31.6% or approximate 21 million divided into male 21.7% (14 million) and female 35.4% (24 million), respectively. Compared among Southeast Asia country Thailand found the second most obese. The first one is Malaysia, Singapore the third and the fourth Philippines.

The Food and Drug Administration notify criteria for applying the nutrition symbol, Healthier choice, for each food category. The compliance better nutritional value products with this regulation can use the symbol on their label. This practice aim to consumers notice the symbol and consider before deciding to buy food products which have well nutritional value than the same product in the market. This will reduce the risk of overnutrition and non-communicable disease.

By reducing the use of sugar in beverage products, it can affect the taste of the product as well as the consumer acceptance. Therefore, sweeteners are used to replenish lost sweetness in the product. Today's sweeteners are diverse and different in each category. The sweet taste is different and some types have the bitter aftertaste. In the development of natural extracts, the natural flavoring agents can be substituted for sugar instead of direct sweeteners used. As a result, the natural flavor can enhance sweetness perception of consumers closer to natural sugarcane.

เอกสารอ้างอิง/ Reference

World Health Organization. 2018. **Obesity and overweight**. Available Source:
<http://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>, 13 July 2018

ไทยโพสต์. 2559. กรุงเทพฯ 20 พฤษภาคม 2559 หน้า 4

สายสมร ผลดงนอก, สรวีเชษฐ รัตนชัยวงศ์, จันจิราภรณ์ วิชัย, ธัญญลักษณ์ ทอนราช. 2558. **ความรู้เรื่องโรคอ้วนลงพุง (Metabolic Syndrome)**. พิมพ์ครั้งที่ 1. หน่วยสร้างเสริมสุขภาพ งานเวชกรรมสังคม โรงพยาบาลศรีนครินทร์, ขอนแก่น

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. 2555. **ภาวะน้ำหนักเกินและโรคอ้วน**. แหล่งที่มา:
<http://www.thaihealth.or.th/Content/20399-ภาวะน้ำหนักเกินและโรคอ้วน.html>, 13 กรกฎาคม 2561

สำนักอาหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. 2018. **ปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่ม**. แหล่งที่มา:
<http://food.fda.moph.go.th/customer.php>, 13 กรกฎาคม 2561

สำนักอาหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. 2559. **ประกาศคณะกรรมการพัฒนาและส่งเสริมการใช้สัญลักษณ์โภชนาการอย่างง่าย เรื่องเกณฑ์สารอาหารหรือคุณค่าทางโภชนาการที่ใช้ประกอบการพิจารณารับรองการแสดงสัญลักษณ์โภชนาการ “ทางเลือกสุขภาพ” ในอาหารแต่ละกลุ่ม**. 29 ธันวาคม 2559