

พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักเรียน อย.น้อย เปรียบเทียบกับนักเรียนทั่วไประดับมัธยมศึกษาในจังหวัดอุดรธานี

ภัทรนัน ไทยดี¹, ชิตชนก เรือนก้อน²

¹กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุดรธานี

²กลุ่มวิจัยเภสัชระบาดวิทยาและสถิติ ภาควิชาปริบาลเภสัชกรรม คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์: เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบแตกต่างของพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (consumption behavior of dietary supplement: CBDS) ระหว่างนักเรียน อย.น้อยและนักเรียนทั่วไปในระดับมัธยมศึกษาในจังหวัดอุดรธานี

วิธีการ: การศึกษานี้เป็นการวิจัยสำรวจแบบภาคตัดขวางเชิงวิเคราะห์ในโรงเรียนมัธยมศึกษา 18 แห่งของจังหวัดอุดรธานี ผู้วิจัยสุ่มเลือกนักเรียน 2 กลุ่มได้แก่ นักเรียน อย.น้อย จำนวน 123 คน และนักเรียนทั่วไป จำนวน 245 คน ด้วยวิธีการจับฉลาก โดยเลือกเฉพาะนักเรียนที่เคยบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (dietary supplement: DS) การศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล CBDS ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2561 ถึง มกราคม 2562

ผลการวิจัย: ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่ม อย.น้อยและกลุ่มนักเรียนทั่วไปไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อเปรียบเทียบ CBDS ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เช่น กลุ่ม อย.น้อยและกลุ่มนักเรียนทั่วไปรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ DS ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากทางโทรทัศน์ (ร้อยละ 84.2 และ 78.4 ตามลำดับ) และอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 81.5 และ 74.7 ตามลำดับ) นิยมซื้อวิตามินซี (ร้อยละ 65.8 และ 69.2 ตามลำดับ) เหตุผลที่เลือกซื้อ คือ คุณภาพของสินค้า (ร้อยละ 82.2 และ 83.9 ตามลำดับ) บุคคลในครอบครัวมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ (ร้อยละ 69.2 และ 65.1 ตามลำดับ) เหตุผลที่ทำให้บริโภค คือ เพื่อบำรุงร่างกาย (ร้อยละ 69.9 และ 71.9 ตามลำดับ) สถานที่จัดจำหน่ายที่นิยมไปซื้อ คือ ร้านขายยา (ร้อยละ 53.4 และ 59.9 ตามลำดับ) แต่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างกลุ่มนักเรียน อย.น้อยและกลุ่มนักเรียนทั่วไปใน 4 ประเด็น คือ การเลือกซื้อน้ำมันปลาเพื่อบำรุงสมอง (ร้อยละ 19.2 และ 28.8 ตามลำดับ, $P=0.030$) การเลือกซื้อ DS ตามกระแสนิยม (ร้อยละ 15.1 และ 7.9 ตามลำดับ, $P=0.019$) บุคคลที่มีอิทธิพลชักจูงให้ซื้อ DS คือ ตัวแทนจำหน่าย (ร้อยละ 17.1 และ 31.2 ตามลำดับ, $P=0.002$) และการซื้อกับตัวแทนจำหน่าย/การขายตรง (ร้อยละ 19.9 และ 29.1 ตามลำดับ, $P=0.038$) เหตุผลที่บริโภค DS คือ เพื่อความขาว (ร้อยละ 19.9 และ 30.5 ตามลำดับ, $P=0.018$) โดยซื้อผลิตภัณฑ์โอโซน (ร้อยละ 5.5 และ 11.0 ตามลำดับ)

สรุป: ในกลุ่มนักเรียน อย.น้อยและนักเรียนมัธยมศึกษาทั่วไปพบว่ามี ความแตกต่างของ CBDS โดยนักเรียน อย.น้อย ปฏิบัติได้ดีกว่าในการซื้อ DS ด้านการไม่ถูกชักจูงโดยตัวแทนจำหน่ายและการนิยมซื้อ DS จากตัวแทนจำหน่ายหรือการขายตรงน้อยกว่านักเรียนทั่วไป รวมทั้งเหตุผลที่บริโภค DS เพื่อความขาวเป็นต้น แต่ประเด็นที่นักเรียนทั่วไปดีกว่า คือ การบริโภค DS ตามกระแสนิยมและการเลียนแบบดารา/นักร้อง แต่ในภาพรวม ไม่พบความแตกต่างของพฤติกรรมทั้งการจัดหาและการใช้ DS สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุดรธานีควรใช้ข้อมูลดังกล่าวไปพัฒนาหลักสูตรของ อย. น้อยและให้ความรู้แก่นักเรียนทั่วไป ร่วมกับการเรียนการสอนในห้องเรียนเพื่อลดการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่เหมาะสมต่อไป

คำสำคัญ: พฤติกรรมการบริโภค ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร นักเรียน อย.น้อย นักเรียนชั้นมัธยมศึกษา

รับต้นฉบับ: 26 ก.พ. 2562, **ได้รับบทความฉบับปรับปรุง:** 28 เม.ย., **รับลงตีพิมพ์:** 12 พ.ค. 2562

ผู้ประสานงานบทความ: ชิตชนก เรือนก้อน กลุ่มวิจัยเภสัชระบาดวิทยาและสถิติ ภาควิชาปริบาลเภสัชกรรม คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200 **E-mail:** chidchanok.r@elearning.cmu.ac.th

Consumption Behavior of Dietary Supplements of Little Or-Yor Students Compared to General High School Students in Uttaradit

Phuttranun Thaidee¹, Chidchanok Ruengorn²

¹Health Consumer Protection and Public Health Pharmacy Department, Uttaradit Provincial Public Health Office

²Pharmacoepidemiology and Statistics Research Center (PESRC), Department of Pharmaceutical Care,
Faculty of Pharmacy, Chiang Mai University

Abstract

Objectives: To determine and compare the differences in consumption behaviors of dietary supplements (CBDS) between consumer protection trained students (little Or-Yor or LOY students) and general students at high school level in Uttaradit. **Methods:** The study was analytical cross-sectional research conducted in 18 high schools of Uttaradit province. Two groups of students including 123 LOY students and 254 general students were recruited by simple random sampling from those having CBDS. Data were collected during a period of December 2018 to January 2019. **Results:** Demographic information of LOY students and general students were not significantly different. There were no differences in CBDS between groups, for instance receiving information about dietary supplements (DS) from television (84.2% and 78.4%, respectively) and internet (81.5% and 74.7%, respectively), and buying vitamin C (65.8% and 69.2%, respectively). The reasons for buying DS were the quality of the products (82.2% and 83.9%, respectively) and those in family having an influence on purchasing decisions (69.2% and 65.1%, respectively). The reason for consumption was taking as tonics (69.9% and 71.9%, respectively). The distribution preferable to purchase the products was drug stores (53.4% and 59.9%, respectively). There were statistically significant differences between groups of students in 4 issues, namely the purchase of fish oil to nourish the brain (19.2 and 28.8%, respectively, $P=0.030$), the purchase of DS according to the current trend (15.1 and 7.9%, respectively, $P=0.019$), influential people on buying decision of DS or the dealer (17.1 and 31.2% respectively, $P=0.002$) and the purchase with the dealer/direct sales (19.9 and 29.1%, respectively, $P=0.038$). The purpose for consuming DS was skin paleness (19.9 and 30.5, respectively, $P=0.018$) by buying glutathione (5.5% and 11.0%, respectively). **Conclusion:** CBDS was found in both LOY students and general high school students, with LOY students being better in purchasing DS, being not persuaded by dealers and the popularity of DS purchases from dealers or direct sales, and reasons for consuming DS for skin paleness etc. However, issue that general students being better included DS consumption according to popular trends and use of products by celebrities/singers. In general, there was no difference in both DS procurement and use. Uttaradit Provincial Health Office should use such information to develop training for LOY students, and general students together with classroom instruction to reduce the use of inappropriate health products.

Keywords: consumption behavior, dietary supplement, little or-yor students, high school students

บทนำ

ในปัจจุบันผู้บริโภคมีความตื่นตัวด้านสุขภาพและภาพลักษณ์ภายนอกที่ดูดี สวยงาม ส่งผลทำให้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (dietary supplements: DS) เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในยุคไทยแลนด์ 4.0 ที่ข้อมูลข่าวสารมีการเผยแพร่อย่างรวดเร็วทำให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ต้องการได้อย่างสะดวกและรวดเร็วทันใจดี ตลอดจนมีช่องทางค้นหาข้อมูลและช่องทางจำหน่ายซื้อสินค้าหลากหลาย เช่น ร้านค้า อินเทอร์เน็ต รวมทั้งการขายตรง

DS เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมอย่างสูงจากผู้บริโภค ที่เชื่อว่า DS ช่วยบำรุงสุขภาพ ป้องกันและรักษาโรค ช่วยให้รูปร่างสมส่วนและผิวพรรณสวยงาม รวมทั้งกลุ่มผู้บริโภคที่กลัวว่าจะเกิดโรคภัยไข้เจ็บ เพราะวิตกกังวลว่าร่างกายจะได้รับสารอาหารไม่ครบถ้วน ซึ่งแท้จริงแล้ว DS เป็นอาหารไม่ใช่ยาจึงไม่มีผลในการป้องกัน-รักษาโรค จากการหลักฐานทางวิชาการ อาหารหรือสารชนิดต่างๆ ที่อาจมีผลต่อสุขภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของการป้องกันโรคอันเกิดจากความเสื่อมนั้นสามารถพบได้ในอาหารปกติ ดังนั้นการบริโภค DS อาจไม่มีความจำเป็น และอาจก่อให้เกิดอันตรายถ้าบริโภคมากเกินไป การรับประทานเบต้าแคโรทีนสกัดซึ่งเป็นสารป้องกันมะเร็งมากเกินไป อาจเพิ่มความเสี่ยงต่อโรคมะเร็งปอด ในขณะที่การรับประทานอาหารที่มีสารเบต้าแคโรทีนตามธรรมชาติ เช่น พักทอง มะละกอสุก ก็สามารถป้องกันมะเร็งได้ แต่โอกาสที่ร่างกายจะได้รับสารนี้มากเกินไปจะเป็นไปได้ยาก เพราะร่างกายจะอิ่มก่อน นอกจากนี้ผักและผลไม้ยังช่วยทำให้ระบบย่อยอาหารและระบบขับถ่ายทำงานได้อย่างปกติ และมีราคาถูกกว่า DS (1) อย่างไรก็ตาม ประชาชนไทยจำนวนมากนิยมรับประทาน DS สอดคล้องกับผลการวิจัยของศูนย์วิจัยสิทธิไทย ที่พบว่า การบริโภค DS เพื่อสุขภาพมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2551 มีมูลค่าการตลาด 18,000 ล้านบาท วัยรุ่นและคนทำงาน อายุ 15 - 50 ปีนิยมซื้อ DS มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50 ของมูลค่าทางการตลาดทั้งหมด สินค้าที่เป็นที่นิยมในคนกลุ่มนี้ ได้แก่ วิตามิน แร่ธาตุ และผลิตภัณฑ์ช่วยลดน้ำหนัก (2) ผู้ประกอบการธุรกิจ DS สร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้าของตน ด้วยการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ซึ่งบางครั้งเป็นการหลอกลวง-โอ้อวดสรรพคุณเกินจริง การบริโภคผลิตภัณฑ์เหล่านี้ อาจก่ออันตรายร้ายแรงได้ ซึ่งอาจถึงขั้นเสียชีวิตตามที่ปรากฏเป็น

ข่าวเซ่น ในเดือนเมษายน ปี พ.ศ.2561 พบผู้บริโภคเสียชีวิตจากการบริโภค DS ผสมยาลดความอ้วนยี่ห้อหนึ่งมากถึง 3 ราย ในเดือนเดียว (3)

ในปี 2558 สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุดรดิตถ์สำรวจนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและนักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ในเขตเทศบาลเมืองอุดรดิตถ์ พบว่าร้อยละ 33.2 บริโภค DS โดยเป็น DS ประเภทวิตามินบำรุงร่างกายและสมอง เสริมความงามของผิวพรรณ ลดน้ำหนัก และรักษาโรค ผลกระทบของการบริโภค DS เหล่านี้ ได้แก่ การเกิดอาการข้างเคียง เช่น ผื่นแพ้ อาเจียน เวียนศีรษะ และมีค่าใช้จ่ายสูง โดยร้อยละ 52.3 ใช้เงินต่อครั้ง 301 บาทขึ้นไป (4) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำรวจนักเรียนของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อยทั่วประเทศ จำนวน 50 โรงเรียน รวม 2,000 คน พบว่า ความซุกซนของนักเรียนที่เคยเลือกซื้อ-บริโภค DS เพื่อบำรุงสมอง เพิ่มความจำ ลดความอ้วน และช่วยให้ผิวขาวมีร้อยละ 65.15 ตัวอย่างระบุว่า สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ-การบริโภค DS ได้แก่ การเลือกซื้อและบริโภคตามโฆษณามากที่สุด รองลงมาได้แก่ ครู/โรงเรียน บุคคลในบ้าน การลดแลกแจกแถม และเพื่อน ตามลำดับ ตัวอย่างเข้าใจผิดว่า DS มีสารอาหารครบถ้วนสามารถกินทดแทนอาหารหลัก 5 หมู่ได้ จึงทำให้นักเรียนงดกินอาหารมื้อหลักเนื่องจากเขวชาญให้ความสำคัญกับเรื่องรูปร่าง พฤติกรรมดังกล่าวส่งผลให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพในระยะยาว (5)

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุดรดิตถ์ ได้ตระหนักถึงปัญหาการบริโภค DS โดยไม่จำเป็นและมีความเสี่ยง จึงได้จัดทำโครงการ อย.น้อย โดยอบรมนักเรียนที่ทำหน้าที่เป็นอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพในโรงเรียน ให้มีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ เช่น อาหาร ยา เครื่องสำอาง มาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2546 รวมทั้งเรื่องอันตรายจากการบริโภค DS ที่เริ่มมีการณรงค์เพิ่มมากขึ้นตั้งแต่ปี 2555 หลังจากพบว่ามีนักเรียนมัศึกษานิยมบริโภค DS และมีบางส่วนได้รับอันตรายจากการบริโภค DS ทั้งนี้ เพื่อให้นักเรียน อย.น้อย บริโภคและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างเหมาะสม ไม่หลงเชื่อโฆษณาที่โอ้อวดเกินจริง และรู้จักปกป้องสิทธิของตน มีการร้องเรียนเมื่อได้รับอันตรายจากการบริโภคสินค้า สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุดรดิตถ์ได้บูรณาการความรู้ด้านนี้กับการสอนของโรงเรียน เช่น วิชาการงานพื้นฐานอาชีพ วิชาวิทยาศาสตร์ และ

กิจกรรมพัฒนาผู้เรียน ซึ่งนักเรียนสามารถสมัครทำกิจกรรมที่ตนเองสนใจ โดยมีครู อย.น้อย ที่ได้รับการอบรมจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุดรดิตถ์ เป็นผู้ถ่ายทอดและส่งต่อความรู้ให้นักเรียน อย.น้อย สัปดาห์ละครั้ง ในช่วงกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน ตามคู่มือการดำเนินกิจกรรมและเกณฑ์มาตรฐาน อย.น้อย (5)

การดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ของจังหวัดอุดรดิตถ์ มีทิศทางเดียวกันทั้งจังหวัด โดยมีสมาชิกชมรม อย.น้อย ที่เป็นนักเรียน เป็นผู้ขับเคลื่อนการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ในโรงเรียนด้วยตนเอง เช่น การรณรงค์ให้ความรู้เสียงตามสาย จัดบอร์ด นิทรรศการ ตรวจผลิตภัณฑ์สุขภาพที่จำหน่ายในโรงเรียน และขยายผลกิจกรรมส่งต่อความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์สุขภาพและ DS ให้เพื่อน ๆ ในโรงเรียน โดยมีการยกตัวอย่างอันตรายจากบริโภค DS ตามโฆษณา นอกจากนี้ ยังมีการให้ความรู้ในหนังสือการ์ตูนที่แจกไปตามโรงเรียนและแนะนำให้นักเรียนเข้าไปหาความรู้เกี่ยวกับ DS ที่เป็นอันตรายในเว็บไซต์ อย.น้อย ที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจัดทำขึ้น

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุดรดิตถ์เห็นว่าควรมีการเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภค DS ของ อย.น้อย และนักเรียนทั่วไปในโรงเรียนที่มีการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย เพื่อประเมินผลการให้ความรู้ตามโครงการ อย.น้อย เรื่อง DS ของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ว่า อย.น้อย ที่เคยบริโภค DS มีพฤติกรรมการบริโภค DS ที่ถูกต้อง แตกต่างจากนักเรียนทั่วไปหรือไม่ รวมทั้งนำข้อมูลมากำหนดแนวทางที่เหมาะสมในการแก้ไขปัญหาการบริโภค DS อย่างไม่สมเหตุสมผล

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้การศึกษาภาคตัดขวางเชิงวิเคราะห์ที่ผ่านการอนุมัติให้ทำวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการจริยธรรมวิจัยในสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุดรดิตถ์ เลขที่รับรอง 010/62ในการศึกษานี้ DS หมายถึงวิตามิน บำรุงร่างกายและสมอง ผลิตภัณฑ์ประเภทใช้เสริมความงามของผิวพรรณ ผลิตภัณฑ์ลดน้ำหนัก และผลิตภัณฑ์ที่ใช้เพื่อรักษาโรค การศึกษานี้ยึดนิยามพฤติกรรมการบริโภค DS ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาว่า หมายถึง การเลือกซื้อ DS ที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน มีการตรวจสอบข้อมูลสำคัญบนฉลากก่อนซื้อ และมีการบริโภค DS ได้อย่างสมเหตุสมผล ไม่หลงเชื่อคำโฆษณาโอ้อวดสรรพคุณ

เกินจริง หรือคำบอกเล่าจากผู้อื่น โดยไม่ได้ศึกษาข้อมูลอย่างละเอียดก่อนซื้อและบริโภค เพื่อให้ได้ประโยชน์และหลีกเลี่ยงผลเสียที่เกิดจากการบริโภค DS มากเกินไป (5)

ตัวอย่าง

การศึกษานี้ทำในนักเรียนที่เคยบริโภค DS ซึ่งศึกษาในชั้นมัธยมศึกษาของโรงเรียน 18 แห่ง ในจังหวัดอุดรดิตถ์ที่มีการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม คือ นักเรียน อย.น้อย 146 คน ที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ อาหาร ยา เครื่องสำอาง รวมทั้ง DS อย่างถูกต้องทั้งการเลือกซื้อและการใช้ จากครู อย.น้อยและเจ้าหน้าที่สาธารณสุข และนักเรียนทั่วไป 292 คนที่ไม่ใช่ นักเรียนกลุ่ม อย.น้อย และไม่ได้รับการถ่ายทอดความรู้ดังกล่าว ผู้วิจัยสุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย ระดับละ 15 คน เป็นนักเรียน อย.น้อย 5 คน และ นักเรียนทั่วไป 10 จากทุกโรงเรียนด้วยวิธีการจับฉลาก

การศึกษาคำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรสำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างของสัดส่วนของพฤติกรรมบริโภค DS การศึกษาในอดีตรายงานว่า สัดส่วนการบริโภค DS ในกลุ่ม อย.น้อยและนักเรียนทั่วไป เท่ากับร้อยละ 33.2 และ 65.15 ตามลำดับ (4,5) การคำนวณด้วยโปรแกรม G-Power 3.1 (7) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และอำนาจในการทดสอบร้อยละ 80 กำหนดอัตราส่วนจำนวนนักเรียน อย.น้อยต่อนักเรียนทั่วไป 1 ต่อ 2 ตามสัดส่วนจริงในประชากร ทำให้ได้ขนาดตัวอย่างนักเรียน อย.น้อย 123 คนและกลุ่มนักเรียนทั่วไป 245 คน

เครื่องมือ

การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามชนิดตอบด้วยตนเอง แบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ถามคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ 11 ข้อ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา การเป็นสมาชิก อย.น้อย รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักเรียน และประสบการณ์การบริโภค DS ส่วนที่ 2 ประกอบด้วย 2 ส่วนย่อย คือ 1. คำถามเกี่ยวกับการจัดหาและการใช้ DS 9 ข้อ ที่ผู้วิจัยดัดแปลงมาจากแบบสอบถามพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ (อาหารยา และเครื่องสำอาง) ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (5) และคำถามที่ดัดแปลงจากแบบสอบถามพฤติกรรมการบริโภค DS ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนในเขตตรวจราชการที่ 2 (6) ประกอบด้วยคำถามพฤติกรรมเชิงบวกที่ควรประพฤติ จำนวน 5 ข้อคำถาม

พฤติกรรมเชิงลบที่ไม่ควรประพฤติ จำนวน 4 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินจาก 0-4 (เป็นประจำ เป็นส่วนใหญ่ เป็นบางครั้ง เป็นส่วนน้อย และไม่เคยปฏิบัติ) (6) เครื่องมือนี้ผ่านการตรวจความถูกต้องในเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ได้แก่ เกษษกรที่เชี่ยวชาญด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน 1 ท่าน และอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านงานคุ้มครองผู้บริโภคและสุขภาพจำนวน 2 ท่าน การทดสอบความเที่ยงของแบบวัดพฤติกรรมกรรมการบริโภค DS ในนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา 30 คน พบความเที่ยงเท่ากับ 0.73

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้อธิบายความหมายของคำว่าพฤติกรรมกรรมการบริโภค DS แก่ตัวอย่างว่าคือ การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบหลัก 2 ส่วน ได้แก่ การจัดหา (ตัดสินใจเลือกจนกระทั่งเกิดการซื้อ) และการใช้ (การกิน DS เพื่อตอบสนองความต้องการของตน) หลังจากนั้นให้ตัวอย่างทำแบบสอบถามในชั้นเรียน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การเปรียบเทียบคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมกรรมการบริโภค DS ของตัวอย่างสองกลุ่มใช้สถิติ Chi-square กรณีเปรียบเทียบข้อมูลเชิงคุณภาพ และ independent t-test สำหรับตัวแปรค่าต่อเนื่อง

ผลการวิจัย

จากตารางที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักเรียน อ.น้อย และนักเรียนทั่วไปที่เป็นตัวอย่าง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเป็นเพศหญิงร้อยละ 66.1 และ 68.5 ตามลำดับ รายได้ส่วนใหญ่ต่ำกว่า 1,000 บาท (ร้อยละ 71.2 และ 70.1 ตามลำดับ) และอยู่ในชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายในสัดส่วนใกล้เคียงกัน

ประสบการณ์การบริโภค DS

จากตารางที่ 1 นักเรียน อ.น้อยและนักเรียนทั่วไปส่วนใหญ่ทราบข่าวสารเกี่ยวกับ DS ทางโทรทัศน์ (ร้อยละ 84.2 และ 78.4 ตามลำดับ) อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 81.5 และ 74.7 ตามลำดับ) ผลิตภัณฑ์ที่นิยมซื้อ คือ วิตามินซี (ร้อยละ 65.8 และ 69.2 ตามลำดับ) เครื่องดื่มเกลือแร่-ไวตามิน (ร้อยละ 69.9 และ 60.6 ตามลำดับ) เหตุผลที่เลือกซื้อ คือ คุณภาพของสินค้า (ร้อยละ 82.2 และ 83.9 ตามลำดับ) บุคคลในครอบครัวมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ (ร้อยละ 69.2 และ 65.1 ตามลำดับ)

นักเรียน อ.น้อยและนักเรียนทั่วไปกล่าวว่า เหตุผลที่ทำให้บริโภค คือ เพื่อบำรุงร่างกาย (ร้อยละ 69.9 และ 71.9 ตามลำดับ) (ตารางที่ 1) สถานที่จำหน่ายที่นิยม

ตารางที่ 1. ตัวแปรที่ศึกษา (n=438 คน)

คุณลักษณะ	อ.น้อย (n=146)		นักเรียนทั่วไป (n=292)		P
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เพศ					
ชาย	46	33.9	99	31.5	0.615
หญิง	100	66.1	193	68.5	
ชั้นปีที่กำลังศึกษา					
มัธยมศึกษาตอนต้น	83	56.8	144	49.5	0.146
มัธยมศึกษาตอนปลาย	63	43.2	147	50.5	
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
ต่ำกว่า 1,000 บาท	104	71.2	220	70.1	0.474
1001 – 3000 บาท	34	22.3	50	17.3	
แหล่งข้อมูลการรับข่าวสาร					
โทรทัศน์	123	84.2	229	78.4	0.148
อินเทอร์เน็ต	119	81.5	218	74.7	0.109
เพื่อน/รุ่นพี่/รุ่นน้อง	57	39.0	100	34.2	0.324
บุคคลในครอบครัว	53	36.3	99	33.9	0.619

ตารางที่ 1. ตัวแปรที่ศึกษา (n=438 คน) (ต่อ)

คุณลักษณะ	อย.น้อย (n =146)		นักเรียนทั่วไป (n =292)		P
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อ					
เครื่องดื่มเกลือแร่-วิตามิน	102	69.9	177	60.6	0.058
วิตามินซี	96	65.8	202	69.2	0.469
น้ำผลไม้สกัด	89	61.0	167	57.2	0.451
ซูปไก่สกัด	64	43.8	124	42.5	0.785
รังนก	59	40.4	122	41.8	0.784
น้ำมันปลา	28	19.2	84	28.8	0.030
กลูตาไธโอน	8	5.5	32	11.0	0.061
กาแฟลดความอ้วน	8	5.5	17	5.8	0.604
สารสกัดจากส้มแขก	6	4.1	10	3.4	0.719
แอลคาร์นิทีน	5	3.4	13	4.57	0.610
เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อ					
คุณภาพของสินค้า	120	82.2	245	83.9	0.650
อยากลอง/อยากรู้	52	35.6	83	28.4	0.124
สถานที่จัดจำหน่ายน่าเชื่อถือ	47	32.2	81	27.7	0.334
หาซื้อง่าย	29	19.9	80	27.4	0.086
อยู่ในกระแสนิยม	22	15.1	23	7.9	0.019
เลียนแบบดารา/นักร้อง	15	10.3	17	5.8	0.090
บุคคลที่มีอิทธิพลในการซื้อ					
บุคคลในครอบครัว	101	69.2	190	65.1	0.301
ผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้	58	39.7	119	40.8	0.836
เพื่อน/รุ่นพี่/รุ่นน้อง	52	35.6	103	35.3	0.949
บุคลากรทางสาธารณสุข	35	24.0	64	21.9	0.628
ตัวแทนจำหน่าย	25	17.1	91	31.2	0.002
เหตุผลที่บริโภคผลิตภัณฑ์					
บำรุงร่างกาย	102	69.9	210	71.9	0.654
บำรุงสมอง	96	65.8	195	66.8	0.752
รักษาโรค	44	30.1	82	28.1	0.654
ป้องกันโรค	41	28.1	76	26.6	0.647
ความขาว	29	19.9	89	30.5	0.018
ลดความอ้วน	16	11.0	45	15.4	0.205
สถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์					
ร้านขายยา	78	53.4	175	59.9	0.194
ห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาเก็ต	61	41.8	112	38.4	0.194
เซเว่น อีเลฟเว่น	58	39.7	114	39.0	0.890
ร้านชำ/ร้านค้า	33	22.6	74	25.3	0.529

ตารางที่ 1. ตัวแปรที่ศึกษา (n=438 คน) (ต่อ)

คุณลักษณะ	อย.น้อย (n =146)		นักเรียนทั่วไป (n =292)		P
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ตัวแทนจำหน่าย	29	19.9	85	29.1	0.038
สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต	29	19.9	63	21.6	0.678
ตลาดนัด	18	12.3	40	13.7	0.690
โซเชียลมีเดีย ไลน์ เฟซบุ๊ก	17	11.6	31	10.6	0.746
เหตุผลสำคัญที่เลือกซื้อ					
สถานที่จำหน่ายน่าเชื่อถือ	76	52.1	163	55.8	0.455
สะดวกในการซื้อ	55	37.7	120	41.1	0.490
ใกล้บ้าน	39	26.7	73	25.0	0.699
สินค้ามีราคาถูกกว่าที่อื่น	8	5.5	24	8.2	0.299
มีของแถม	2	1.4	12	4.1	0.124
ประสบการณ์ที่เคยบริโภค					
ได้ประโยชน์คุ้มค่างบเงินที่จ่ายไป	107	73.3	209	71.6	0.706
ไม่ได้ประโยชน์คุ้มค่างบเงินที่จ่ายไป	19	13.0	33	11.3	0.601
ได้ประโยชน์เหมือนโฆษณา	34	23.3	71	24.3	0.812
ไม่ได้ประโยชน์ก่อให้เกิดอันตราย	12	8.2	16	5.5	0.269
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง					
301 บาท ขึ้นไป	33	22.6	70	24.0	0.750
201 ถึง 300 บาท	29	19.9	62	21.2	0.739
101 ถึง 200 บาท	38	26.0	75	25.7	0.938
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท	50	34.2	94	32.2	0.666
ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์					
ทุกวัน	11	7.5	17	5.8	0.490
เกือบทุกวัน	11	7.5	19	6.5	0.688
สัปดาห์ละครั้ง	18	12.3	42	14.4	0.555
เดือนละ 2 ครั้ง	20	13.7	49	16.8	0.404
เดือนละครั้ง	68	46.6	129	44.2	0.634
ไม่แน่นอน	22	15.1	46	15.8	0.852

ไปซื้อ คือ ร้านขายยา (ร้อยละ 53.4 และ 59.9 ตามลำดับ) เหตุผลสำคัญในการเลือกซื้อ คือ สถานที่จำหน่ายน่าเชื่อถือ (ร้อยละ 52.1 และ 55.8 ตามลำดับ) ประสบการณ์ที่เคยบริโภค DS คือ ได้ประโยชน์คุ้มค่างบเงินที่จ่ายไป (ร้อยละ 73.3 และ 71.6 ตามลำดับ)แต่มีบางส่วนกล่าวว่าไม่ได้ประโยชน์/ก่อให้เกิดอันตราย(ผื่น/แพ้คัน/อาเจียน/เวียนศีรษะ) (ร้อยละ 8.2 และ 5.5 ตามลำดับ)ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อ DS คือ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100บาทต่อครั้ง (ร้อยละ 34.2 และ 32.2 ตามลำดับ)ความถี่ในการซื้อ DS

เดือนละครั้ง (ร้อยละ 46.6 และ 44.2 ตามลำดับ) จากตารางที่ 1 นักเรียน อย.น้อยและนักเรียนทั่วไปมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติใน 4 ประเด็น คือ นักเรียน อย.น้อย ซื้อน้ำมันปลาเพื่อบำรุงสมองน้อยกว่านักเรียนทั่วไป (ร้อยละ 19.2 และ 28.8 ตามลำดับ, P=0.030) บริโภค DS เพื่อความขาวน้อยกว่า (ร้อยละ 19.9 และ 30.5ตามลำดับ, P=0.018) ตัวแทนจำหน่ายมีอิทธิพลในการชักจูงให้ตัดสินใจซื้อ DS น้อยกว่า (ร้อยละ 17.1 และ 31.2 ตามลำดับ, P=0.002) และซื้อ DS กับตัวแทนจำหน่าย/การขายตรงน้อย

กว่า (ร้อยละ 19.9 และ 29.1 ตามลำดับ, $P=0.038$) แต่พบหนึ่งประเด็นที่นักเรียน อย. ทำได้ไม่ดีเท่า นั้นคือ ตัดสินใจเลือกซื้อ DS ตามกระแสนิยมมากกว่า (ร้อยละ 15.1 และ 7.9 ตามลำดับ, $P=0.019$)

พฤติกรรมของการซื้ออย่าง

ตารางที่ 2 แสดงคะแนนพฤติกรรมการบริโภค DS ของตัวอย่าง พฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภค DS ของนักเรียน อย.น้อย และนักเรียนทั่วไปในด้านการจัดหาและการใช้ DS ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งคะแนนรายข้อและคะแนนรวม

การอภิปรายผล

การศึกษานี้พบว่า นักเรียน อย. น้อยบริโภคน้ำมันปลาเพื่อบำรุงสมองน้อยกว่านักเรียนทั่วไป (ร้อยละ 19.2 และ 28.8 ตามลำดับ, $P=0.030$) อาจเป็นเพราะนักเรียน อย.น้อยตระหนักถึงอันตรายของน้ำมันปลามากกว่านักเรียนทั่วไป เนื่องจากมีการรณรงค์ให้ความรู้และมีบทความเผยแพร่ในอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับอันตรายของการบริโภคน้ำมันปลามากเกินไปในเรื่องเลือดออกในสมองและเลือดแข็งตัวช้าเวลาเกิดบาดแผล น้ำมันปลาเป็นน้ำมันที่สกัดจากเนื้อ หนัง หัว และหางปลาทะเล น้ำมันปลาที่มีกรดไขมัน 2 ชนิดในกลุ่มโอเมก้า 3 คือ EPA และ DHA ซึ่งลด

ความเสี่ยงของโรคหัวใจหรือไขมันอุดตัน และมี DHA มีส่วนสำคัญในการพัฒนาสมองในส่วนของความจำ แต่ถ้ากินน้ำมันปลาสกัดมากเกินไปจะก่อให้เกิดอันตรายดังกล่าว ผู้บริโภคควรกินปลาที่เป็นอาหารที่วางขายในตลาดทั่วไป เช่น ปลาทะเลเย็น ปลาหู ซึ่งดีกว่ากินน้ำมันปลาสกัด เพราะมีสารอาหารที่มีประโยชน์เช่นเดียวกันและปลอดภัยมากกว่า เพราะร่างกายจะอิมมูโนก่อนที่จะรับสารดังกล่าวมากเกินไป (8) ผลการวิจัยสอดคล้องกับการศึกษาของภทรนัน ไทยดี ที่พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและนักศึกษาในระดับ ปวช. ในเขตเทศบาลเมืองอุดรดิตถ์ ซื้อน้ำมันปลา ร้อยละ 27.27 (4)

พนักงานขาย/ตัวแทนจำหน่ายมีอิทธิพลในการชักจูงให้ซื้อ DS น้อยกว่าในกลุ่มนักเรียน อย.น้อย (ร้อยละ 17.1 และ 31.2 ตามลำดับ, $P=0.002$) อาจเป็นเพราะนักเรียน อย.น้อย ทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับ DS และสามารถเข้าถึงได้ด้วยตนเอง สอดคล้องกับผลการสำรวจของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อยทั่วประเทศ ที่พบว่า รูปแบบของกิจกรรมที่นักเรียน อย.น้อย ให้ความสนใจมากที่สุด คือ ค่ายกิจกรรมการอบรมให้ความรู้ด้านอาหารยา และการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ นักเรียน อย.น้อย จึงสามารถค้นหา DS ที่ตนเองสนใจได้ด้วยตนเอง (5) พนักงานขาย/ตัวแทนจำหน่าย จึงมีส่วนร่วมหรืออิทธิพลในการตัดสินใจ

ตารางที่ 2. คะแนนพฤติกรรมการบริโภค DS ของตัวอย่าง

	นักเรียน อย.น้อย(n=146)		นักเรียนทั่วไป (n=292)		P
	ค่าเฉลี่ย	SD	ค่าเฉลี่ย	SD	
การจัดหา					
ก่อนตัดสินใจซื้อ DS จะตรวจสอบข้อมูลที่บนฉลากเสมอ	3.35	0.987	3.46	0.81	0.262
การศึกษาข้อมูลอย่างละเอียดก่อนตัดสินใจบริโภค	3.12	0.83	3.10	0.98	0.819
หากผลิตภัณฑ์ไม่มีเครื่องหมาย อย. จะไม่ซื้อมาบริโภค	3.05	1.27	3.05	1.34	0.959
การไม่บริโภคผลิตภัณฑ์ตามโฆษณา	2.23	1.14	2.18	1.20	0.712
การไม่บริโภคผลิตภัณฑ์เมื่อเห็นว่าเพื่อนนิยมบริโภค	2.47	1.15	2.42	1.15	0.704
การใช้					
การไม่บริโภค DS แทนอาหารหลัก	2.94	1.33	2.97	1.29	0.797
การหลีกเลี่ยงการบริโภคผลิตภัณฑ์มากเกินไป	2.54	1.27	2.58	1.20	0.783
การไม่บริโภคผลิตภัณฑ์เพิ่มเติมจากอาหารหลัก	1.77	1.25	1.92	1.16	0.225
การไม่บริโภคผลิตภัณฑ์หากไม่แน่ใจ ในความปลอดภัย	3.26	1.11	3.03	1.25	0.056
ภาพรวม	24.73	5.49	24.72	5.10	0.990

ซื้อ DS ของนักเรียน อย.น้อย น้อยกว่านักเรียนทั่วไป ผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการวิจัยในอดีต(6) ที่พบว่าตัวแทนจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจบริโภค DS ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนในเขตพระราชวังที่ 2 ร้อยละ 20.3 ทั้งยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของภัทรนัน ไทยดี (4) พบว่า ที่พนักงานขาย/ตัวแทนจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ DS ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและนักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ในเขตเทศบาลเมืองอุดรดิตถ์ ร้อยละ 26.52

กลุ่มนักเรียน อย.น้อยซื้อ DS กับตัวแทนจำหน่าย/การขายตรง น้อยกว่าในกลุ่มนักเรียนทั่วไป (ร้อยละ 19.9 และ 29.1 ตามลำดับ, $P=0.038$ อาจเป็นเพราะพนักงานขาย/ตัวแทนจำหน่ายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ DS ของนักเรียน อย.น้อย น้อยกว่า ส่งผลให้ อย.น้อย นิยมไปซื้อ DS กับตัวแทนจำหน่าย/การขายตรง น้อยกว่าด้วย ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของรักษเกียรติ จิรินทร์และคณะ(9) ที่พบว่า ผู้บริโภคในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อายุ 15-60 ปี ซื้อ DS กับพนักงานขายตรง ร้อยละ 15.84 และผลวิจัยของ ภัทรนัน ไทยดี (4) ที่พบว่า สถานที่ซื้อ DS ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและนักศึกษาระดับ ปวช. ร้อยละ 41.66 ในเขตเทศบาลเมืองอุดรดิตถ์ คือ ตัวแทนจำหน่าย

สำหรับเหตุผลที่นักเรียน อย.น้อยบริโภค DS เพื่อความขาวน้อยกว่านักเรียนทั่วไป ถึง 2 เท่าอาจเนื่องจากนักเรียน อย.น้อย ตระหนักถึงอันตรายของ DS เพื่อความขาวมากกว่านักเรียนทั่วไป จึงบริโภคน้อยกว่า สอดคล้องกับผลการสำรวจในการศึกษารั้วนี้ที่พบว่า กลุ่ม อย.น้อย ร้อยละ 5.5 มีการบริโภคกลูตาไรโอน ซึ่งน้อยกว่านักเรียนทั่วไปที่บริโภคร้อยละ 11.0 ในช่วงที่ผ่านมาทั้งเจ้าหน้าที่สาธารณสุขและครูผู้รับผิดชอบงาน อย.น้อย ได้รับณรงค์ให้นักเรียน อย.น้อย ทราบเกี่ยวกับอันตรายของผลิตภัณฑ์ทำให้ผิวขาวทั้ง DS และเครื่องสำอาง การฉีดและกินกลูตาไรโอนมากเกินไปจะเกิดอันตรายกับร่างกาย คือ มีผื่น ปวดหัว ตาพล่ามัว น้ในไต และกระเพาะปัสสาวะ ผู้ที่ได้รับยาฉีดนั้นนาน ๆ เป็นประจำ อาจทำให้เม็ดสีที่จอตาลดลง ทำให้รับแสงได้น้อยลง และเสี่ยงต่อความผิดปกติของการมองเห็นได้ในอนาคต กลูตาไรโอนถูกจัดเป็นสารที่อาจก่อให้เกิดผลข้างเคียงทางสายตา (10) ผลการสำรวจนักเรียน อย.น้อย โดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา พบว่า นักเรียนร้อยละ 65.15 เคยเลือกซื้อ บริโภค DS

เพื่อบำรุงสมอง เพิ่มความจำ ลดความอ้วน และช่วยให้ผิวขาว (5)ผลวิจัยของ ภัทรนัน ไทยดี พบการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อความขาวของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและนักศึกษาระดับ ปวช. ในเขตเทศบาลเมืองอุดรดิตถ์ ร้อยละ 50 ส่วนกลูตาไรโอนพบการบริโภคในตัวอย่างร้อยละ 25(4)

นักเรียน อย.น้อยมีเหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจเลือกซื้อ DS ตามกระแสนิยมมากกว่านักเรียนทั่วไป (ร้อยละ 15.1 และ 7.9 ตามลำดับ, $P=0.019$) โดยเลียนแบบดารานักร้อง(ร้อยละ 10.3 และ 5.8 ตามลำดับ) อาจเป็นเพราะ อย.น้อย ส่วนใหญ่ มีความสนใจในการดูแลสุขภาพและความงามมากกว่านักเรียนทั่วไปเพราะเป็นเด็กชอบทำกิจกรรมและชอบแสดงออก จึงมีการติดตามข่าวและซื้อ DS ตามกระแสนิยมมากกว่านักเรียนทั่วไป การสำรวจของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาพบว่า รูปแบบของกิจกรรมที่นักเรียน อย.น้อย ให้ความสนใจมากที่สุดคือ ค่ายกิจกรรมการอบรมให้ความรู้ด้านอาหาร-ยา และการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ รองลงมาคือ การประกวดแต่ง/ร้องเพลง/เต้นประกอบเพลงและการประกวดสัปดาห์ประชาสัมพันธ์โครงการ อย.น้อย ตามลำดับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อการบริโภค DS ของนักเรียนที่เคยเลือกซื้อเลือกบริโภคได้แก่ การเลือกซื้อและบริโภคตามโฆษณามากที่สุด (5)ผลวิจัยของ ภัทรนัน ไทยดี พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและนักศึกษาระดับ ปวช. ในเขตเทศบาลเมืองอุดรดิตถ์ ซื้อ DS ตามกระแสนิยม ร้อยละ 25 และเลียนแบบดารานักร้อง ร้อยละ 9.05 (4)

พฤติกรรมการบริโภค DS ของ อย.น้อยและนักเรียนทั่วไปในด้านการจัดหาละการใช้ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติพฤติกรรมของผู้บริโภคมีลักษณะเป็นพลวัตที่แปรเปลี่ยนได้ตามการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การสื่อสาร สังคม เทคโนโลยี ฯลฯ ซึ่งส่งผลกระทบต่อปัจจัยภายใน คือ ความรู้สึก ความคิด ความต้องการของผู้บริโภค พฤติกรรมของผู้บริโภคมีปัจจัยจำนวนมากมาเป็นตัวกำหนดรูปแบบเงื่อนไข และไม่มีแนวคิดหรือทฤษฎีใดที่สมบูรณ์แบบจนอธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ครอบคลุมทั้งหมด (11) ในยุคปัจจุบันสื่อโฆษณาและ พ่อแม่-บุคคลใกล้ชิดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ DS เป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับศึกษาในนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตพระราชวังที่ 2 ที่พบว่า กลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการ

ตัดสินใจบริโภค DS มากที่สุด คือ พ่อแม่ (6) เพราะเด็กและวัยรุ่นในกลุ่มนี้ยังไม่มีรายได้และต้องพึ่งรายได้จากผู้ปกครอง ดังนั้นพ่อแม่จึงเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการซื้อ DS ที่มีราคาถูก

ผลการสำรวจนักเรียน อย. น้อยทั่วประเทศที่พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ-การใช้ มากที่สุด ได้แก่ โฆษณา (5) ถึงแม้ว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ ครู อย. น้อย สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุดรดิตถ์ จะถ่ายทอดความรู้ในเรื่องการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างเหมาะสม แต่อาจไม่ได้รับความสนใจจากกลุ่มวัยรุ่นที่เป็นกลุ่มเป้าหมายมากนัก เพราะรูปแบบสื่อที่ไม่น่าสนใจสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษา รวมทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีอายุและบุคลิกที่แตกต่างกันระหว่างครูหรือบุคลากรทางการแพทย์กับนักเรียนทำให้ไม่ดึงดูดใจมากนัก ดังนั้นการรณรงค์ควรพิจารณาสื่อที่เข้าถึงวัยรุ่นให้มากขึ้น เช่น อินเทอร์เน็ตที่เข้าถึงในกลุ่มคนที่กว้างกว่าและบ่อยกว่า จึงอาจประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่า สื่อโฆษณาของผู้ประกอบการเกี่ยวกับ DS ถูกผลิตออกมาอยู่อย่างต่อเนื่องทั้งทางโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต และมีรูปแบบที่น่าสนใจ โดยมีนักแสดงดารา นักร้อง และผู้มีชื่อเสียงเป็นแบบ การศึกษาในอำเภอดงหลวง จังหวัดสงขลา พบว่า สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ DS มากที่สุด คือ โทรทัศน์ (9) ซึ่งมีทั้งภาพและเสียง มีการพูด การแสดงในลักษณะเชิญชวนให้ผู้บริโภคมาทดลองกินหรือใช้ผลิตภัณฑ์ของตน โดยมีกลยุทธ์ คือ การโฆษณาบ่อย ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำได้และต้องการผลิตภัณฑ์

ผลการวิจัยเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพเพื่อควบคุมน้ำหนักอย่างเหมาะสมของวัยรุ่นหญิงในจังหวัดสระบุรีพบว่า ตัวอย่างรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพเพื่อควบคุมน้ำหนักผ่าน facebook มากที่สุด รองลงมาคือ Instagram (12) สื่อเหล่านี้มีข้อมูลเกี่ยวกับ DS ที่วัยรุ่นสนใจอยู่อย่างมากมาย สามารถเข้าถึงได้ง่าย และค้นข้อมูลสะดวก นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังมีการทำวิจัยการตลาดเพื่อผลิต DS รูปแบบใหม่ ๆ ออกมาตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคตลอดเวลา จึงเป็นแรงจูงใจที่อาจส่งผลทำให้นักเรียน อย.น้อย และนักเรียนทั่วไปมีพฤติกรรมเกี่ยวกับการบริโภค DS ไม่แตกต่างกันเพราะทั้งคู่ต่างเป็นวัยรุ่นที่ตื่นตัวเกี่ยวกับการรักษาสุขภาพและรูปร่างหน้าตาเป็นพิเศษ จึงสนใจและใช้งบประมาณจำนวนมากเพื่อซื้อ DS ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค

DS ประเภทวิตามินในกรุงเทพมหานครในกลุ่มวัยรุ่นวัยทำงานเพศหญิง อายุ 15 – 24 ปี พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเคยซื้อมากที่สุด คือ วิตามินซี มีค่าใช้จ่ายในการซื้อ DS ประเภทวิตามินเฉลี่ย 1,156.07 บาท/ครั้ง และมีความถี่ในการซื้อ 3 ครั้ง/ 6 เดือน โดยสาเหตุที่ซื้อ คือ ซื้อตามคนรอบข้างและได้รับข้อมูลจากบุคคลที่รู้จัก (13) งานวิจัยในอดีตยังพบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคซื้อมากที่สุดคือ วิตามินซี รองลงมาได้แก่ผลิตภัณฑ์ผสมโปรตีนจากปลาทะเล และน้ำมันดอกอี่ฟนิ่งพริมโรส ตามลำดับ และค่าใช้จ่ายในการซื้อ DS เพื่อความงามเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 1,481.70 บาท อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการบริโภค DS ส่วนการศึกษา เพศ อายุ สถานภาพการสมรส และรายได้ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริโภค DS เพื่อความงาม (14) สอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยบริโภค DS โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อบำรุงสุขภาพมากที่สุด และรู้จัก DS จากสื่อโฆษณามากที่สุด ส่วนใหญ่นิยมซื้อจากพนักงานขายตรงมากที่สุด และชอบการส่งเสริมการขายที่มีการลดราคาเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์จำนวนมากขึ้น ซึ่งชอบมากกว่าประเด็นอื่น ๆ (15)

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะนักเรียนที่เคยบริโภค DS จึงไม่อาจสรุปได้ถึงความชุกของการบริโภค DS และความร้ายแรงของปัญหาได้ชัดเจน จึงควรมีการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค DS ของนักเรียนทั้งที่เคยและไม่เคยบริโภค DS การวิจัยครั้งนี้ทำเฉพาะในโรงเรียนที่ดำเนินกิจกรรม อย.น้อย การเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภค DS ระหว่างนักเรียน อย.น้อย และนักเรียนทั่วไปจึงไม่แตกต่างกันนักเพราะนักเรียนทั้งสองกลุ่มต่อความรู้และข่าวสารเกี่ยวกับ DS ระหว่างกัน ดังนั้น จึงควรมีการเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภค DS ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาระหว่างโรงเรียนที่ดำเนินกิจกรรม อย.น้อยและที่ไม่ได้ดำเนินกิจกรรมนี้ เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ที่เป็นจริงมากขึ้นและสามารถนำข้อมูลมาแก้ไขปัญหของพื้นที่ได้อย่างตรงประเด็น

ข้อเสนอแนะ

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุดรดิตถ์ควรมีแนวทางพัฒนาความรู้และพฤติกรรมของนักเรียนกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับการบริโภค DS อย่างถูกต้อง เช่น มีการกำหนดพื้นที่นำร่องในการให้ความรู้แก่นักเรียน อย.น้อย ผ่านทางไลน์ และแอปพลิเคชันที่สำนักงานคณะกรรมการ-

การอาหารและยาสร้างขึ้น ควบคู่ไปกับการสอนในห้องเรียน โดยมีการวัดความสำเร็จหลังการให้ความรู้

นักเรียน อย.น้อย และนักเรียนทั่วไป ยังมีความเชื่อที่ผิดว่า DS สามารถบำรุงสมอง บำรุงร่างกาย ทำให้ผิวขาว ลดความอ้วน ป้องกันและรักษาโรคได้ จึงมีความนิยมบริโภค DS มาก สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุดรดิตถ์ควรเร่งชี้แจงให้นักเรียน อย.น้อย และนักเรียนทั่วไปให้ทราบว่า DS เป็นอาหารไม่ใช่ยาจึงไม่มีผลในการป้องกันรักษาโรค ดังนั้นการบริโภค DS จึงไม่มีความจำเป็นและอาจก่อให้เกิดอันตรายถ้าบริโภคมากเกินไป นอกจากนี้ควรร่วมมือกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น ครู อย.น้อย นักจิตวิทยา ค้นหาความเสี่ยง แกไข/ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมวัยรุ่นที่มีแนวโน้มจะได้รับอันตรายจากการผลิตโรค DS เพื่อลดความอ้วน รวมทั้งควรตรวจเฝ้าระวังการจำหน่าย DS ซึ่งอันตรายที่วางจำหน่ายในท้องตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะที่นักเรียนมัธยมศึกษาเข้าถึง โดยใช้กลุ่มนักเรียนช่วยในการสื่อสารและรายงานให้กับเภสัชกรที่รับผิดชอบในจังหวัดอุดรดิตถ์ต่อไป

สรุป

พฤติกรรมบริโภค DS ยังพบทั้งในกลุ่มนักเรียน อย.น้อยและนักเรียนมัธยมทั่วไป นักเรียน อย.น้อย มีพฤติกรรมที่ผิดกว่าในเรื่องการถูกชักจูงน้อยกว่าโดยตัวแทนจำหน่ายและการนิยมซื้อ DS จากตัวแทนจำหน่ายหรือการขายตรงเมื่อเทียบกับนักเรียนทั่วไป รวมทั้งผิดกว่าในเรื่องเหตุผลที่บริโภค DS เป็นต้น การศึกษาไม่พบความแตกต่างของพฤติกรรมด้านการจัดหาและการใช้ DS

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณนายแพทย์เกษม ตั้งเกษมสำราญ นายแพทย์สาธารณสุขจังหวัดอุดรดิตถ์ ดร.ประภาพร มโนรัตน์ วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนี้อุดรดิตถ์ ผู้อำนวยการและเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบโครงการ อย.น้อย สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 39 และครูผู้รับผิดชอบโครงการ อย.น้อย ในโรงเรียนมัธยมศึกษา 18 แห่ง ในจังหวัดอุดรดิตถ์ที่กรุณาติดต่อประสานงาน รวมทั้งคณาจารย์และกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความร่วมมือในการวิจัยในครั้งนี้ แผนงานพัฒนาวิชาการและสร้างความเข้มแข็งกลไกคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ (คคส.) คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่สนับสนุนทุนวิจัย รวมทั้ง

วิทยาลัยการคุ้มครองผู้บริโภคด้านยาและสุขภาพแห่งประเทศไทย (วคบท.) สมาเภสัชกรรม และศูนย์วิชาการเฝ้าระวังและพัฒนาระบบยา ที่ให้การสนับสนุนทุนในการศึกษาวิจัย

เอกสารอ้างอิง

1. Wasontawisut A. Eating carotene tablets risks lung cancer. Institute of nutrition, Mahidol University [online]. 2011 [cited Jan 15, 2019]. Available from: www.immu.mahidol.ac.th./th/news/?id=4
2. Seksan W, Warangkhan A. The study of consumer behavior on vitamin supplement products in Bangkok. Srinakharinwirot Business Journal. 2014; 5: 65-79.
3. Thaipbs. Thai people death from weight loss supplements [online]. 2015 [cited Jan 15, 2019], Available from: news.thaipbs.or.th/content/258122.
4. Thaidee P. Dietary supplement product consumption behavior of secondary school students in Mueang Uttaradit. Northern Regional Primary Health Care Journal. 2015; 24: 6-13.
5. Food and Drug Administration. Survey of health behavior of Oryonoi [online]. 2015. [cited Jan 22, 2019]. Available from: www.oryonoi.com/?p=3986.
6. Singhirunnusorn C, Arunmaung A. Dietary supplement product consumption behavior of secondary school students under Supervision region 2 of Ministry of Public Health. FDA Journal 2013; 20: 38-47.
7. Faul F, Erdfelder E, Buchner A, Lang, AG. Statistical power analyses using G*Power 3.1: tests for correlation and regression analyses. Behav Res Methods. 2009; 41: 1149-60.
8. Assunchai P. The story of fish [online]. 2018 [cited Jan 15, 2019]. Available from: www.lokwannee.com/web2013/?p=300957.
9. Chirunthorn R. Factors affecting on decision making on purchasing of dietary supplement: a case study of Hat Yai District, Songkhla province.

- Songklanakarin Journal of Social Sciences and Humanities 2007; 13: 217-32.
10. Townsend DM, Tew KD, Tapiero H. The importance of glutathione in human disease. Biomed Pharmacother. 2003; 57: 145-55.
 11. Worakulluktanee K, Sumpattawanich P. The concepts and theories of consumer behavior [online]. 2010. [cited Oct 20, 2017]. Available from: doctemple.wordpress.com/2017/01/23.
 12. Chonwihanpan W. Prevalence of inappropriate use of health products for weight control among female teenagers in Saraburi province and factors affecting it. Thai Journal of Pharmacy Practice 2016; 8:442-55.
 13. Virasuk S. The study of consumer behavior on vitamin supplement product in Bangkok. Srinakharinwirot Business Journal 2014. 5: 65–79.
 14. Thongpun W. Satisfaction and behavior toward beauty aids dietary supplement products consumption of consumers in Bangkok metropolitan area [master thesis]. Bangkok: Srinakharinwirot University; 2003.
 15. Panyim T. Factors affecting on decision making on purchasing of dietary supplement: a case study of consumers in central general hospital [master thesis]. Bangkok: Krirk University; 2006.