

พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

ของโรงเรียนในเขตตรวจราชการที่ 2

กระทรวงสาธารณสุข



Dietary Supplement Product Consumption Behavior of Secondary School Students
under Supervision Region 2 of Ministry of Public Health

ชัยวัฒน์ สิงห์หิรัญสรณ์ และ อรุณรัตน์ อรุณเมือง

กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดชัยนาท

บทคัดย่อ

ผู้บริโภคส่วนมากจะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารตามข้อมูลที่ได้รับจากสื่อโฆษณาและบุคคลรอบข้างโดยไม่ได้อ่านศึกษาข้อมูลที่ถูกต้อง จนบางครั้งตกเป็นเหยื่อของการโฆษณา การวิจัยเชิงสำรวจครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาช่องทางการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ศึกษากลุ่มอ้างอิงที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ศึกษาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารตามตัวแปร เพศ การเป็นสมาชิก อายุน้อย ผลการเรียนรู้ของนักเรียน และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารกับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองและรายได้เฉลี่ยต่อวันของนักเรียน โดยทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,450 คน ซึ่งเป็นนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนในเขตตรวจราชการที่ 2 กระทรวงสาธารณสุข ใน 4 จังหวัด ได้แก่ ชัยนาท สิงห์บุรี ลพบุรี และอ่างทอง เก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนมีนาคมถึงสิงหาคม 2553 โดยใช้แบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารผ่านทางโทรทัศน์และกลุ่มอ้างอิงที่มีผลสูงสุดต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร คือ พ่อแม่ นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและมีคะแนนเฉลี่ยพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอยู่ในระดับปานกลาง โดยพบว่าเพศชายมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ถูกต้องมากกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งยังพบว่า พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ถูกต้องมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำกับทั้งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองและรายได้เฉลี่ยต่อวันของกลุ่มตัวอย่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้ จะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในกิจกรรมต่างๆ ในการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคและการคุ้มครองผู้บริโภคของเขตตรวจราชการที่ 2 กระทรวงสาธารณสุขและสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และสามารถใช้เป็นแนวทางให้ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนากลวิธีการลดพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างไม่สมเหตุสมผล

คำสำคัญ: นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย, ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร, พฤติกรรมการบริโภค, โรงเรียนในเขตตรวจราชการที่ 2 กระทรวงสาธารณสุข

Abstract

Most consumers might be the victims of the propaganda due to their purchasing the dietary supplement products following the information communicated through the advertising media and their nearby people without any considering to the right information. This survey research was then aimed to study about the channel of perceiving information about the dietary supplement products, the referred groups affecting their decisions to consume such products, their knowledge on such products, and their behavior on consuming such products. The other objectives were to compare their consumption behavior on the dietary supplement products to gender, status of being young FDA member, average grade on education; and to study the relationship between such consumption behavior and several factors (their knowledge on consuming the dietary supplement products, their average income, and the average income of their parents). The samples were 1,450 students in 4 provinces (Chainat, Singhaburi, Lopburi and Angthong) in the supervision region 2 under the Ministry of Public Health. They were randomly selected and the questionnaires were used to collect the data from March to August, 2010. The descriptive statistics (frequency, percentage, mean, S.D.) and the inferent statistics (Independent t-test, ANOVA, and Pearson's correlation coefficient); were rendered to analyze the data in this study.

The results revealed that most consumers perceived the information of dietary supplement products from television and their decisions to buy such products were most affected by their parents. The samples' knowledge on such products and their proper consumption behavior were found to be at medium level. Furthermore, it was found that men had proper consumption behavior on dietary supplement products more than women, as respectively ($p\text{-value} < 0.05$). The study also showed low positive relationship between the samples' proper consumption behavior and their knowledge about such products, the average monthly income of their parents, and their average daily earning. The results of this study could be applied on the activities for the consumer potential development and the consumer protection to the Supervision Region 2 under Ministry of Public Health and Thai FDA. They could be the guidelines for related personnel in developing strategies to decrease the improper students' behavior on dietary supplement product consumption.

Key Word: Secondary School Student, Dietary Supplement Product, Consumption Behavior, School in Supervision Region 2 under Ministry of Public Health

บทนำ

ในยุคข้อมูลข่าวสาร ผู้บริโภครับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการได้รวดเร็วกว่าในอดีต ตลอดจนมีแหล่งหาซื้อสินค้าได้หลายช่องทาง อาทิ ร้านค้า อินเทอร์เน็ต หรือแม้แต่ผ่านช่องทางการขายตรง ทำให้ง่ายต่อการแสวงหาสินค้าที่คิดว่าสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนับเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผู้บริโภคหาซื้อได้ง่ายและได้รับความนิยมจากผู้บริโภคที่เชื่อว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารช่วยให้สุขภาพดี ช่วยรักษาโรค ช่วยให้ร่างกายสมส่วน ผิวพรรณสวยงามขึ้น และกลุ่มที่วิตกกังวลว่าร่างกายจะได้รับสารอาหารไม่ครบถ้วนหรือกลัวเกิดโรคมะเร็งใช้เจ็บการที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดใดนั้นส่วนมากมักขึ้นอยู่กับข้อมูลที่ผู้บริโภคได้รับทราบจากสื่อโฆษณาและบุคคลรอบข้าง โดยอาจจะไม่ได้ศึกษาข้อมูลที่ถูกต้องก่อนตัดสินใจซื้อหรือบริโภค จึงทำให้เกิดเป็นเหยื่อของการโฆษณาโดยไม่รู้ตัว โดยเฉพาะวัยรุ่นที่จัดเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในปัจจุบัน (กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2550) ด้วยเหตุนี้ ผู้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่จึงมุ่งตอบสนองความต้องการของวัยรุ่นเป็นหลัก เพราะเป็นวัยที่ต้องการเป็นศูนย์กลางของความสนใจจากผู้อื่น มีความสนใจตนเองสูง และอาจหลงเชื่อคำโฆษณาที่โอ้อวดสรรพคุณเกินจริงได้ง่าย ซึ่งส่วนมากจะให้ความสนใจสูงในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความงาม เช่น การลดความอ้วน การบำรุงผิวพรรณ ความคาดหวังเพื่อการบำรุงสมอง ฯลฯ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงมีความพยายามที่จะโฆษณาคุณสมบัติต่างๆ เพื่อให้สินค้าดูน่าทดลองใช้และเหมาะสมกับราคาที่แพง (กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2550) ซึ่งความจริงแล้วผลิตภัณฑ์เสริมอาหารยังไม่มีควมจำเป็นสำหรับวัยรุ่นแต่อย่างใด ทั้งนี้ หากวัยรุ่นรับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ในปริมาณที่เพียงพอ ก็จะทำให้ได้รับสารอาหารที่จำเป็นครบถ้วนแล้ว อีกทั้งยังเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายอีกด้วย



กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดชัยนาท ในฐานะตัวแทนผู้ประสานงานเครือข่ายงานคุ้มครองผู้บริโภค เขตตรวจราชการที่ 2 ของกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งประกอบด้วย 4 จังหวัด คือ อ่างทอง ลพบุรี สิงห์บุรี และชัยนาท ได้พิจารณาเห็นว่า ปัจจุบันเด็กและวัยรุ่นมีพฤติกรรมบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารกันอย่างกว้างขวาง (พันธทิพย์ สิทธิปัญญา, 2553) จึงเห็นควรให้มีการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในกลุ่มนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนในเขตตรวจราชการที่ 2 ในพื้นที่ 4 จังหวัดดังกล่าว เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการประเมินสถานการณ์การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในเขตตรวจราชการที่ 2 อันจะนำไปสู่การหาแนวทางป้องกันและแก้ปัญหาการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างไม่สมเหตุสมผล อีกทั้งเพื่อกำหนดแผนประชาสัมพันธ์ความรู้และพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพแก่นักเรียน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคและการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภค

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง
2. เพื่อศึกษากลุ่มอ้างอิงที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง
3. เพื่อศึกษาระดับความรู้และระดับพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง
4. เพื่อเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยระดับพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารตามความแตกต่างของตัวแปรต่างๆ ได้แก่ เพศ การเป็นสมาชิก อายุน้อย และผลการเรียนเฉลี่ยของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนเฉลี่ยระดับพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างกับปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง และรายได้เฉลี่ยต่อวันของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง

นิยามศัพท์เฉพาะ

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้รับประทานโดยตรงนอกเหนือจากการรับประทานอาหารหลักตามปกติ เพื่อเสริมสารบางอย่าง ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ที่โฆษณาให้เชื่อได้ว่า บำรุงร่างกาย บำรุงสมอง มักอยู่ในรูปลักษณะเป็นเม็ด แคปซูล ผง เกล็ด ของเหลว หรือลักษณะอื่น โดยมีจุด

มุ่งหมายสำหรับบุคคลทั่วไปที่มีสุขภาพปกติ (กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2550)

ตัวอย่างของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร อาทิ น้ำมันปลา เส้นใยอาหาร คอลลาเจนอัดเม็ด โคเอ็นไซม์คิวเท็น ชุปไก่สกัด เครื่องดื่มรังกา โปรตีนสกัดจากถั่วเหลือง วิตามินต่างๆ แอลคาร์นิทีน ฯลฯ (กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2546)

วิธีการศึกษาวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามซึ่งผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) เท่ากับ 0.83 เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนมีนาคมถึงเดือนสิงหาคม 2553

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนในเขตตรวจราชการที่ 2 ของกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 4 จังหวัด โดยกำหนดขนาดตัวอย่างตาม R.V.Krejcie และ D.W. Morgan แล้วทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage random sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 1,450 คน (จังหวัดชัยนาท จำนวน 360 คน จังหวัดสิงห์บุรี จำนวน 350 คน จังหวัดลพบุรี จำนวน 380 คน และจังหวัดอ่างทอง จำนวน 360 คน)

3. สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient) (Wiersma, 1995) โดยอาศัยเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำถามของระดับความรู้และพฤติกรรมที่อ้างอิงแนวคิดของเบสท์ (Best John W, 1977) ดังนี้

3.1 ระดับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ถูกต้อง

- คะแนนเฉลี่ย 0.00-3.33 หมายถึง มีระดับความรู้ในระดับต่ำ

- คะแนนเฉลี่ย 3.34-6.67 หมายถึง มีระดับความรู้ในระดับปานกลาง

- คะแนนเฉลี่ย 6.68-10.00 หมายถึง มีระดับความรู้ในระดับสูง

3.2 ระดับพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

- คะแนนเฉลี่ย 0.00-13.33 หมายถึง มีระดับพฤติกรรมที่ถูกต้องในระดับต่ำ

- คะแนนเฉลี่ย 13.34-26.66 หมายถึง มีระดับพฤติกรรมที่ถูกต้องในระดับปานกลาง

- คะแนนเฉลี่ย 26.67-40.00 หมายถึง มีระดับพฤติกรรมที่ถูกต้องในระดับสูง

3.3 ระดับความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารกับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร รายได้เฉลี่ยต่อวันของนักเรียนและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง (Wiersma, 1995)

- 0.71 – 1.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง

- 0.31 – 0.70 หมายถึง มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง

- 0.01 – 0.30 หมายถึง มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ

- 0.00 หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์

ผลการวิจัย

1. คุณลักษณะทางประชากร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 72.6) เป็นผู้ที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเฉลี่ย 2.01-3.00 (ร้อยละ 48.9) เป็นสมาชิก อย.น้อย (ร้อยละ 83.7) ส่วนมากมีผู้ปกครองที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาท (ร้อยละ 39.7) และนักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อวันน้อยกว่า 50 บาท (ร้อยละ 53.4)

2. ช่องทางการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ตารางที่ 1 ช่องทางการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ช่องทางการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โทรทัศน์	1384	95.4
หนังสือพิมพ์	1075	74.1
วิทยุ	933	64.3
วารสารสุขภาพ	737	50.8
ตัวแทนจำหน่าย	295	20.3
เอกสารโฆษณาของบริษัทผู้ผลิต	537	37.0
บุคลากรทางการแพทย์	362	25.0

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารผ่านโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ วารสารสุขภาพ เอกสารโฆษณาของบริษัทผู้ผลิต บุคลากรทางการแพทย์ และตัวแทนจำหน่าย ตามลำดับ

3. กลุ่มอ้างอิงที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ตารางที่ 2 กลุ่มอ้างอิงที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่างในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

กลุ่มอ้างอิงที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พ่อแม่	1251	86.3
เพื่อนร่วมชั้นเรียน	734	50.6
ญาติพี่น้อง	757	52.2
ผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์	503	34.7
บุคลากรทางสาธารณสุข	353	24.3
เพื่อนบ้าน	296	20.4
ตัวแทนจำหน่าย	295	20.3

จากตารางที่ 2 พบว่า พ่อแม่ คือ กลุ่มอ้างอิงที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ญาติพี่น้อง เพื่อนร่วมชั้นเรียน ผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ บุคลากรทางสาธารณสุข เพื่อนบ้านและตัวแทนจำหน่าย ตามลำดับ

4. ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในภาพรวมและแยกตามรายจังหวัด

จังหวัด	$\bar{X}$	SD	ระดับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
ชัยนาท	6.34	2.24	ปานกลาง
สิงห์บุรี	6.27	2.33	ปานกลาง
ลพบุรี	6.44	2.16	ปานกลาง
อ่างทอง	6.20	2.30	ปานกลาง
ภาพรวม	6.31	2.26	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 เมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ยความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในภาพรวม จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 6.31$, $SD = 2.26$) และเมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่า ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกันโดย เรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยความรู้จากมากไปน้อย ในจังหวัดกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ ลพบุรี ($\bar{X} = 6.44$, $SD = 2.16$) ชัยนาท ($\bar{X} = 6.34$, $SD = 2.24$) สิงห์บุรี ($\bar{X} = 6.27$, $SD = 2.33$) และอ่างทอง ($\bar{X} = 6.20$, $SD = 2.30$)

ตารางที่ 4 ความรู้ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจำแนกตามรายชื่อ

ความรู้ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	กลุ่มตัวอย่างที่ตอบได้ถูกต้อง	
	จำนวน	ร้อยละ
1. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารถือเป็นยา	734	50.6
2. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีจุดมุ่งหมายสำหรับผู้ที่มีร่างกายไม่แข็งแรง	708	48.8
3. การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารถือเป็นสิ่งจำเป็นในการช่วยให้สุขภาพดีขึ้น	578	39.9
4. การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในปริมาณมากๆ ทุกวัน ยิ่งจะส่งผลดีต่อร่างกาย	915	63.1
5. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารใช้รับประทานแทนอาหารหลักได้	1,153	79.5
6. ไม่ควรบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพียงชนิดเดียวในปริมาณมากๆ	1,161	80.1
7. ผู้รับประทานอาหารหลากหลายเป็นประจำไม่จำเป็นต้องบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	864	59.6
8. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแต่ละยี่ห้อให้ประโยชน์ต่อร่างกายเท่ากัน	878	60.6
9. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารยังมีราคาแพง ยังมีคุณภาพสูง ควรเลือกมาบริโภค	977	67.4
10. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน คือ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ได้รับการอนุญาตจาก อย. อย่างถูกต้อง	1,184	81.7

จากตารางที่ 4 เมื่อจำแนกความรู้ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นรายชื่อ พบว่า ข้อความรู้ที่มีผู้ตอบถูกต้องมากใน 3 อันดับแรก คือ “ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน คือ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ได้รับการอนุญาตจาก อย. อย่างถูกต้อง” (ร้อยละ 81.7) รองลงมาคือ “ไม่ควรบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพียงชนิดเดียวในปริมาณมากๆ” (ร้อยละ 80.1) และ “ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารใช้รับประทานแทนอาหารหลักได้” (ร้อยละ 79.5) ตามลำดับ

5. ระดับพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในภาพรวมและแยกตามรายจังหวัด

จังหวัด	$\bar{X}$	SD	ระดับพฤติกรรมบริโภคที่ถูกต้อง
สิงห์บุรี	21.40	5.57	ปานกลาง
ลพบุรี	20.82	5.42	ปานกลาง
อ่างทอง	21.93	6.18	ปานกลาง
ชัยนาท	19.93	5.84	ปานกลาง
ภาพรวม	21.01	5.80	ปานกลาง

จากตารางที่ 5 เมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ยพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 21.01$, $SD = 5.80$) และเมื่อพิจารณาแยกตามรายจังหวัด พบว่า คะแนนเฉลี่ยพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ในจังหวัดกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ อ่างทอง ($\bar{X} = 21.93$, $SD = 6.18$) สิงห์บุรี ($\bar{X} = 21.40$, $SD = 5.57$) ลพบุรี ($\bar{X} = 20.82$, $SD = 5.42$) และชัยนาท ($\bar{X} = 19.93$, $SD = 5.84$)

6. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจำแนกตามเพศและภาวะต่าง ๆ ได้แก่ เพศ การเป็นสมาชิก อายุน้อย และผลการศึกษาค่าเฉลี่ยของนักเรียน

ตารางที่ 6 พฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจำแนกตามเพศและการเป็นสมาชิก อายุน้อย

คุณลักษณะทางประชากร	พฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร			
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	p-value (*p ≤ 0.05)
เพศ - ชาย	398	22.15	5.869	0.000*
- หญิง	1,052	20.58	5.716	0.622
การเป็นสมาชิก อายุน้อย - เป็น	236	21.65	6.320	0.086
- ไม่เป็น	1,214	20.89	5.686	0.722

จากตารางที่ 6 จะพบว่า เพศ มีผลต่อพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p-value = 0.000) โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชาย จะมีระดับพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง แต่การเป็นสมาชิก อายุน้อย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p-value = 0.086)

ตารางที่ 7 เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร จำแนกตามผลการศึกษาค่าเฉลี่ยของนักเรียน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-test	p-value (*p ≤ 0.05)
ระหว่างกลุ่ม	20.122	2	10.06	34.39	0.390
ภายในกลุ่ม	428.300	1447	0.29		

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีผลการศึกษาค่าเฉลี่ยต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p-value = 0.390)

7. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารกับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร รายได้เฉลี่ยต่อวันของนักเรียน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง

ตารางที่ 8 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารกับตัวแปรต่างๆ (ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักเรียน รายได้เฉลี่ยต่อวันของนักเรียน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง)

พฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักเรียนกับตัวแปรต่างๆ	r	p-value (*p ≤ 0.05)
พฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารกับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักเรียน	0.116	0.000*
พฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารกับรายได้เฉลี่ยต่อวันของนักเรียน	0.092	0.000*
พฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง	0.289	0.000*

จากตารางที่ 8 เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะพบว่า พฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง (r = 0.289) ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง (r = 0.116) และรายได้เฉลี่ยต่อวันของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง (r = 0.092) ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p-value = 0.000)

สรุปผลการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเฉลี่ย 2.01-3.00 เป็นสมาชิก อายุน้อย ผู้ปกครองมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาท และเป็นนักเรียนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อวันน้อยกว่า 50 บาท กลุ่มตัวอย่างมีการ

รับรู้มากที่สุดผ่านโทรทัศน์ และรองลงมา คือ หนังสือพิมพ์ ตามลำดับ โดยกลุ่มอ้างอิงที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คือ พ่อแม่ ญาติพี่น้อง และเพื่อนร่วมชั้นเรียน ตามลำดับ ส่วนความรู้และพฤติกรรมที่ถูกต้องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนั้น ในภาพรวมและแยกรายจังหวัด อยู่ในระดับปานกลาง และพบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายมีพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากกว่าเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่การเป็นสมาชิก ออย.น้อย และผลการศึกษาเฉลี่ยของนักเรียน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิตินอกจากนี้ ยังพบว่า พฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำกับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักเรียน ($r = 0.116$) รายได้เฉลี่ยต่อวันของนักเรียน ($r = 0.092$) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง ($r = 0.289$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การอภิปรายผล

1. จากผลการศึกษาที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ หนังสือพิมพ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของศิริกุล อำพนธ์ และคณะ (2550-2554) ที่พบว่า ตั้งแต่ปี พ.ศ.2550 - 2554 กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข่าวสารการเผยแพร่ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อสิ่งพิมพ์ แสดงว่าโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์เป็นช่องทางที่ประชาชนทุกระดับเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้มากกว่าสื่ออื่นๆ

2. จากการพบว่า กลุ่มอ้างอิงที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากที่สุดคือ พ่อแม่ ญาติพี่น้อง และเพื่อนร่วมชั้นเรียน ตามลำดับ จึงกล่าวได้ว่า บุคคลในครอบครัวและผู้ใกล้ชิดเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยอาจมีการบริโภคร่วมกันในครอบครัวหรือมีการแนะนำให้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นัยนา ไชยวงศ์ (2545) เรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร วิตามิน เกลือแร่ในวัยผู้ใหญ่ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า บุคคลที่แนะนำให้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารโดยมากเป็นบุคคลใกล้ชิด

3. การที่พบว่า ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนในเขตตรวจ

ราชการที่ 2 กระทรวงสาธารณสุขอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งในภาพรวมของเขตและแยกรายจังหวัด อีกทั้งยังค่าเฉลี่ยความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและค่าเฉลี่ยพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของทั้ง 4 จังหวัดมีค่าใกล้เคียงกันนั้น อาจเนื่องจากเขตตรวจราชการที่ 2 มีแนวทางการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคฯ ไปในทิศทางเดียวกัน ภายใต้การประชุมเครือข่ายพัฒนาเสถียรธรรมและการคุ้มครองผู้บริโภคฯ เขตตรวจราชการที่ 2 อย่างต่อเนื่อง

4. จากการเปรียบเทียบพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารตามตัวแปรต่างๆ (เพศ การเป็นสมาชิก ออย.น้อย และผลการศึกษาเฉลี่ยของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง) พบว่า

4.1 กลุ่มตัวอย่างเพศชายมีคะแนนเฉลี่ยระดับพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากกว่าเพศหญิงนั้น อาจเนื่องจาก ปกติเพศหญิงมีความสนใจในเรื่องการดูแลตัวเองมากกว่าเพศชาย จึงสนใจรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากกว่าเพศชาย จึงมีแนวโน้มที่จะมีความรู้ที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากกว่าเพศชาย แต่ในการศึกษาพบว่า คะแนนเฉลี่ยระดับพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของเพศชายมากกว่าเพศหญิง ซึ่งอาจเนื่องจาก เพศหญิงมีความรักสวยรักงามและมีแนวโน้มที่อยากทดลองเสี่ยงบริโภคมากกว่าเพศชาย ฉะนั้นจึงควรมีการรณรงค์เรื่องพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในเพศหญิงให้มากขึ้น ทั้งนี้ ผลการศึกษานี้พบว่า ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของคมสัน วัฒนทัพ (2549) เรื่องปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารปลอดภัยของประชาชน อำเภอบางแพ จังหวัดราชบุรี ที่พบว่า ประชาชนอำเภอบางแพ จังหวัดราชบุรี ที่เป็นเพศหญิงมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารปลอดภัยมากกว่าเพศชาย แต่สอดคล้องกับผลการศึกษาของงามทรัพย์ เทศะบำรุงและคณะ (2537: บทคัดย่อ) ที่ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารและยาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร: ศึกษาเฉพาะกรณีประชาชนผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมด้านพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ซึ่งพบว่า เพศต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารและการใช้ยาแตกต่างกัน

4.2 การเป็นสมาชิกออย.น้อย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแต่อย่างใดนั้น อาจเนื่องจากกิจกรรม ออย.น้อย เป็นกิจกรรมเชิงรณรงค์ประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีการดำเนินกิจกรรมในช่วงระยะเวลา

ภาคการศึกษาแรกของปีการศึกษา แต่การเก็บข้อมูลในงานวิจัยนี้ ทำในช่วงภาคการเรียนที่สอง นอกจากนี้กิจกรรมน้อยในโรงเรียน เป็นการดำเนินกิจกรรมที่ต้องอาศัยงบประมาณและช่วงระยะเวลาการเปิดภาคเรียน จึงอาจทำให้มีข้อจำกัดด้านความต่อเนื่องของกิจกรรม อีกทั้ง ในปัจจุบันมีการประชาสัมพันธ์โฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารต่างๆ ผ่านสื่อสารมวลชนอย่างต่อเนื่องซึ่งส่งผลต่อการเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชนมากขึ้น จึงอาจส่งผลให้พฤติกรรมที่ถูกต้องของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นหรือไม่เป็นสมาชิก น้อย น้อย ไม่แตกต่างกันในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

4.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีผลการศึกษาเฉลี่ยแตกต่างกันมีพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไม่แตกต่างกัน ซึ่งอาจเนื่องจากในยุคปัจจุบัน มีสื่อโฆษณาและบุคคลใกล้ชิดเป็นปัจจัยที่เข้ามามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นอย่างมาก ถึงแม้ว่า ในชั้นเรียนจะมีเนื้อหาการเรียนการสอนในเรื่องการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพและนักเรียนจะเป็นผู้ที่เรียนดีก็ตาม แต่สื่อประชาสัมพันธ์และการโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารยังคงมีออกมาอยู่อย่างต่อเนื่องและมีผลิตภัณฑ์เสริมอาหารรูปแบบใหม่ๆ มากขึ้นทุกวัน จึงเป็นแรงจูงใจที่อาจส่งผลให้ผลการศึกษาเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

5. คะแนนเฉลี่ยความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำกับคะแนนเฉลี่ยระดับพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ($r = 0.116$) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของคมสัน วัฒนทัพ (2549) และของหทัยกาญจน์ โสตรดีและคณะ (2550) เรื่องพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ที่พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารมีความสัมพันธ์กับระดับพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคอาหารในระดับต่ำ นอกจากนี้ การที่ผลการศึกษาพบว่า รายได้เฉลี่ยของผู้ปกครองและรายได้เฉลี่ยของนักเรียนมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำกับคะแนนเฉลี่ยพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ($r = 0.289$ และ 0.092) นั้น ขัดแย้งกับงานวิจัยของมยุรี คงสัตย์ (2540) ที่กล่าวว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ อย่างไรก็ตาม ทั้ง 2 ประการที่ขัดแย้งนี้ก็มีความเป็นไปได้ทั้งคู่ เนื่องจากหากมีรายได้สูงก็จะทำให้กลุ่มตัวอย่างมีอำนาจในการซื้อและส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์

เสริมอาหารมากขึ้น ในทางตรงข้าม ยุคปัจจุบันเป็นยุคที่มีความตื่นตัวทางสุขภาพ ประชาชนมีการดูแลสุขภาพมากขึ้น และมองเรื่องสุขภาพเป็นเรื่องสำคัญ ดังนั้น เมื่อมีวิธีใดที่จะช่วยลดความเสี่ยงจากความเจ็บป่วยหรือบรรเทาความเจ็บป่วยได้ หรือมีผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ผู้บริโภคบางคนเชื่อว่าจะสามารถช่วยให้มีสุขภาพดีและมีสรรพคุณในการรักษาโรค ป้องกันโรคได้ ช่วยชะลอวัยหรือช่วยให้ดูดีขึ้น วิธีการนั้นหรือผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนั้นก็ได้รับการปฏิบัติหรือนำมาซึ่งการยอมรับในพฤติกรรมนั้น จึงทำให้มีการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารโดยให้ความสำคัญกับสุขภาพเป็นหลักและไม่คำนึงถึงด้านราคาแต่อย่างใด

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ในการดำเนินงานด้านการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคและการคุ้มครองผู้บริโภคของกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด เขต 2 และสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา รวมทั้งหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องโดย

1.1 ควรพิจารณาใช้สื่อโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ในการรณรงค์ให้ผู้บริโภคตระหนักและมีความรู้ความเข้าใจเรื่องการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เพื่อจะได้สามารถหลีกเลี่ยงการถูกเอารัดเอาเปรียบอย่างไม่เป็นธรรมจากผู้ประกอบธุรกิจได้ อย่างไรก็ดี สื่อทั้ง 2 นี้ ต้องใช้งบประมาณสูง จึงควรพิจารณาเฉพาะประเด็นหลักๆ ที่สำคัญที่มีความจำเป็นและมีผลกระทบสูงต่อสังคมและผู้บริโภค ส่วนประเด็นย่อยอื่นๆ ควรใช้สื่ออื่นๆ เช่น วิทยุ วารสารสุขภาพ ฯลฯ แล้วแต่ความเหมาะสม เป็นกรณีๆ ไป

1.2 ควรให้ความรู้ที่ถูกต้องเหมาะสมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแก่พ่อแม่ไปพร้อมๆ กับนักเรียน เนื่องจาก ผลการศึกษาพบว่า พ่อแม่ คือ กลุ่มอ้างอิงที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากที่สุด อีกทั้งยังเป็นบุคคลในครอบครัวที่มีความใกล้ชิดกับนักเรียนมากที่สุดอีกด้วย ทั้งนี้เพื่อเป็นการปลูกฝังความเชื่อที่คาดว่าจะสามารถนำไปสู่พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่เหมาะสมเพื่อความคุ้มค่าและช่วยป้องกันการหลงเชื่อและการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารด้วยความเชื่อที่ผิดๆ

1.3 ควรมีความเข้มงวดมากขึ้นและมีความต่อเนื่องในการดำเนินการตรวจสอบและเฝ้าระวังการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองผู้บริโภค

1.4 ควรมีการรณรงค์ให้มีการลดการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ไม่ถูกต้องและไม่คุ้มค่า ทั้งให้มีการส่งเสริมการรับประทานอาหารที่ครบถ้วนและมีประโยชน์ โดยยึดหลักการบริโภคอาหารตามหลักโภชนาการเพื่อการมีสุขภาพที่ดี ประกอบการส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีการออกกำลังกายที่เหมาะสมและสม่ำเสมอ

1.5 ควรมีการปรับปรุงในส่วนของรูปแบบการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ในโรงเรียน เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องตลอดทั้งปี โดยเน้นกิจกรรมภายในโรงเรียนในช่วงภาคการเรียนที่สองให้มากขึ้น

2. การศึกษาวิจัยที่ควรดำเนินการในอนาคต

2.1 ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความรู้และพฤติกรรมที่ถูกต้องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของโรงเรียนในเขตตรวจราชการที่ 2 โดยอาจอาศัย PRECEDE MODEL ซึ่งอธิบายถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยเอื้อ ปัจจัยนำ และปัจจัยเสริม ที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ด้วยแนวคิดที่ว่า พฤติกรรมของบุคคลมีสาเหตุมาจากหลายปัจจัย (Multiple Factors) ซึ่งจะต้องมีการวิเคราะห์ถึงปัจจัยสำคัญๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมนั้นๆ เพื่อช่วยให้สามารถนำมาเป็นข้อมูลในการวางแผนและกำหนดกลวิธีในการดำเนินงานในการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคและการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมุ่งหวังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคต่อไปในอนาคต รวมทั้งต้องมีการวิเคราะห์แบบย้อนกลับโดยเริ่มจากผลลัพธ์ (Outcome) ที่ต้องการหรืออีกนัยหนึ่งคือ เริ่มจากการศึกษาความรู้และพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ถูกต้องปลอดภัยของผู้บริโภค แล้วจึงพิจารณาถึงสาเหตุหรือปัจจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะสาเหตุที่เนื่องมาจากพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

2.2 ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ นิยมบริโภค โดยเฉพาะนักเรียน เช่น ชนิดผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ค่าใช้จ่ายในการบริโภค ฯลฯ เพื่อให้ทราบสถานการณ์การบริโภคที่ไม่เหมาะสม จะได้สามารถหาทางป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น

2.3 ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงทดลอง โดยการศึกษาวเคราะห์เปรียบเทียบผลของการได้รับสารอาหารที่รับประทานในแต่ละวันของกลุ่มที่บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารกับกลุ่มที่ไม่ได้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

บรรณานุกรม

1. กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. กระทรวงสาธารณสุข. (2546). เอกสารเผยแพร่เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร. กลุ่มพัฒนาระบบ นนทบุรี.
2. กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. กระทรวงสาธารณสุข. (2550). เอกสารเผยแพร่เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร. กลุ่มพัฒนาระบบ นนทบุรี.
3. คมสัน วัฒนทัฬ. (2549). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารปลอดภัยของประชาชน อำเภอบางแพ จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสุขภาพศึกษามหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
4. จามทรัพย์ เทศบำรุง. (2537). พฤติกรรมการบริโภคอาหารและยาของประชาชนในกรุงเทพมหานคร : ศึกษาเฉพาะกรณีประชาชนผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : กองส่งเสริมสาธารณสุข สำนักอนามัย.
5. ภาวินี สุนทรธรรวศ์. (2544). ผลของโปรแกรมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภคในโรงเรียนต่อความรู้ เจตคติ และพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารของนักเรียนประถมศึกษาจังหวัดนครนายก. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (อนามัยครอบครัว). มหาวิทยาลัยมหิดล.
6. มยุรี คงสัตย์. (2546) การใช้ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพของผู้ใช้บริการห้องปฏิบัติการเภสัชกรรมชุมชน. คณะเภสัชศาสตร์. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
7. ศิริกุล อำพนธ์ และคณะ. (2550). การศึกษาระดับความรู้พฤติกรรมการเลือกซื้อและพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพของประชาชน ปี 2550. กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา.
8. ศิริกุล อำพนธ์ และคณะ. (2551). การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ปี 2551. กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา.
9. ศิริกุล อำพนธ์ และคณะ. (2552). การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ปี 2552. กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา.
10. ศิริกุล อำพนธ์ และคณะ. (2553). การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ปี 2553. กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา.
11. ศิริกุล อำพนธ์ และคณะ. (2554). การประเมินผลสัมฤทธิ์การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ปี 2553. กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา.
12. หทัยกาญจน์ ไสตรดี และอัมพร ฌิมพล. (2550). พฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาสาธารณสุขชุมชน. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
13. Best, John w. (1977). Research in Education. 3rd .ed., Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice-Hall, Inc.
14. Wiersma, W. (1995). Research methods in education: An introduction. Boston: Allyn and Bacon.