

การศึกษาทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ของนักศึกษาพยาบาล มหาวิทยาลัยนครพนม

A study of attitude and dietary supplement product consumption behavior
among nursing student in Nakhon Phanom University

บรรจง พลไชย

วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครพนม มหาวิทยาลัยนครพนม

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักศึกษาพยาบาล มหาวิทยาลัยนครพนม กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาพยาบาล มหาวิทยาลัยนครพนม จำนวน 208 คน (จากนักศึกษาทั้งหมด 449 คน) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไป ทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาพยาบาล มีทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.52, SD = 0.96$) ส่วนมากบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดเม็ด (ร้อยละ 38.55) มีการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร 1 ครั้งต่อวัน (ร้อยละ 46.39) ปฏิบัติตามคำแนะนำเป็นประจำทุกครั้ง (ร้อยละ 83.73) และบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงสุขภาพร่างกายให้แข็งแรง (ร้อยละ 54.22) ผลการศึกษาสรุปได้ว่า นักศึกษาพยาบาลมีทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนมากบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดเม็ด วัตถุประสงค์ในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร คือ เพื่อบำรุงสุขภาพให้แข็งแรง ช่องทางที่รับรู้ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากที่สุด คือ เพื่อน และส่วนมากซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ร้านขายยา ข้อเสนอแนะ คือ นักศึกษาพยาบาลควรตรวจสอบข้อมูลที่ถูกต้องของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ก่อนนำมาบริโภค

คำสำคัญ ทัศนคติ นักศึกษาพยาบาล ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร พฤติกรรมการบริโภค

Abstract

The purposes of this study were to determine the attitude toward dietary supplement product and dietary supplement product consumption behavior among nursing students Nakhon Phanom University. The sample was 208 nursing students in Nakhon Phanom University (from 449 nursing students). The research instrument was questionnaire compound that general data, attitude toward dietary supplement product data and dietary supplement product consumption behavior data. The statistic to using analyzed data were percentage, mean and standard deviation.

The results of the study revealed that the attitude toward dietary supplement product at moderate level ($\bar{X} = 2.52$ SD. = 0.96), the most of them used tablet product (38.55%), use product one time per day (46.39%), practical on advice all time (83.73%) and consumed dietary supplement product for well healthy (54.22%). The summarize that nursing student's attitude toward dietary supplement product at moderate level, used tablet product for well healthy, the channel to received dietary supplement product information was by friends, buy dietary supplement product at drug store. The suggested that nursing student should check corrected information of dietary supplement product from Food and Drug Administration before used.

Keywords : Attitude, Nursing students, Consumption behavior, Dietary supplement product

บทนำ

ในปัจจุบันการบริโภคของคนไทยกำลังอยู่ในภาวะที่อาจมีความเสี่ยงต่อสุขภาพมากขึ้น โดยเฉพาะเรื่องคุณภาพและคุณค่าของอาหารที่รับประทาน ซึ่งนิยมบริโภคอาหารจานด่วนเพิ่มมากขึ้น ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์สุขภาพที่สามารถซื้อได้ง่ายและได้รับความนิยมจากผู้บริโภค เนื่องจากเชื่อว่าจะทำให้ได้รับสารอาหารเพิ่มมากขึ้น พฤติกรรมบริโภคดังกล่าวส่วนมากพบในคนวัยหนุ่มสาวและวัยทำงานในสังคมเมือง โดยมีสาเหตุจากการขยายตัวของสังคมเมืองอย่างรวดเร็ว และแรงผลักดันทางเศรษฐกิจ ทำให้คนต้องทำงานนอกบ้านมากขึ้น⁵ ความเร่งรีบในการทำงานแข่งกับเวลา ส่งผลให้การรับประทานอาหารให้ได้สารอาหารครบถ้วนตามความต้องการของร่างกายนั้นเป็นสิ่งที่ทำได้ยากขึ้น การรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในปัจจุบันมีเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ด้วยการสร้างแรงจูงใจต่อผู้บริโภคในรูปแบบการขาย การโฆษณา การส่งเสริมการขายที่หลากหลาย¹⁰ แนวโน้มทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในประเทศไทย มีการแข่งขันทางด้านราคาและการจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อมากขึ้น ผู้บริโภคสามารถเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ตามคุณสมบัติและรสชาติที่ต้องการในราคาที่เหมาะสม และหาซื้อได้สะดวกมากยิ่งขึ้น⁶

จากการเก็บข้อมูลเบื้องต้นในนักศึกษาพยาบาล มหาวิทยาลัยนครพนม พบว่า นักศึกษาพยาบาลนิยมบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารถึงร้อยละ 80.00 ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักศึกษาพยาบาล มหาวิทยาลัยนครพนม เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาแนวทางส่งเสริมการเลือกซื้อและเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างถูกต้อง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักศึกษาพยาบาล มหาวิทยาลัยนครพนม
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักศึกษาพยาบาล มหาวิทยาลัยนครพนม
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการเลือกซื้อเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ถูกต้องแก่นักศึกษาพยาบาล

วิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาค้างนี้ คือ นักศึกษาพยาบาลมหาวิทยาลัยนครพนม จำนวน 449 คน

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้ คือ นักศึกษาพยาบาลมหาวิทยาลัยนครพนม จำนวน 208 คน ซึ่งคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางเครืองซี่และมอร์แกน ที่ระดับความคลาดเคลื่อน .05

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้เป็นแบบสอบถาม มี 3 ตอน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป ทศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และพฤติกรรมบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา คำนวนหาค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง เท่ากับ 0.90 แล้วนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับนักศึกษาพยาบาล จำนวน 30 คน และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามตอนที่ 2 ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.75

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษาและอธิบายนักศึกษาในชั้นเรียน แล้วแจกแบบสอบถาม ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาทั้งหมด จำนวน 208 ฉบับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลพฤติกรรมบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

ข้อมูลทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) แล้วนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาแปลความหมาย โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายดังนี้³

- ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 แปลว่า มีทัศนคติอยู่ในระดับดีที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50 แปลว่า มีทัศนคติอยู่ในระดับดี
- ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 แปลว่า มีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50 แปลว่า มีทัศนคติอยู่ในระดับไม่ดี
- ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50 แปลว่า มีทัศนคติอยู่ในระดับไม่ดีที่สุด

ผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 93.27 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 6.73 เป็นเพศชาย ส่วนมากมีอายุอยู่ในช่วง 20-21 ปี (ร้อยละ 46.16) มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือน 5,000-7,999 บาท (ร้อยละ 50.48) ส่วนมากบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ร้อยละ (79.80) เพื่อนเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากที่สุด (ร้อยละ 40.96) ช่องทางการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากที่สุดคือ เพื่อน (ร้อยละ 35.54) ส่วนมากซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทุก 1 เดือน (ร้อยละ 34.34) และซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ร้านขายยา (ร้อยละ 36.75) รายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	14	6.73
หญิง	194	93.27
2. อายุ		
18 - 19 ปี	81	38.94
20 - 21 ปี	96	46.16
22 - 23 ปี	31	14.90
3. ระดับชั้นปี		
ชั้นปีที่ 1	69	33.17
ชั้นปีที่ 2	69	33.17
ชั้นปีที่ 3	70	33.66
4. รายรับเฉลี่ยต่อเดือน		
3,000 บาท - 4,999 บาท	86	41.35
5,000 บาท - 7,999 บาท	105	50.48
8,000 บาท - 10,000 บาท	14	6.73
10,001 บาทขึ้นไป	3	1.44
5. การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร		
บริโภค	166	79.80
ไม่บริโภค	42	20.20
6. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร		
เพื่อน	68	40.96
ตนเอง	50	30.12
บิดา มารดา ผู้ปกครอง	21	12.65
ผู้ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	15	9.04
แพทย์ เภสัชกร พยาบาล	12	7.23

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
7. ช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร		
เพื่อน	59	35.54
อินเทอร์เน็ต	43	25.90
แพทย์ เภสัชกร พยาบาล	37	22.29
โทรทัศน์	24	14.46
สถานเสริมความงาม	3	1.81
8. ความถี่โดยเฉลี่ยที่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร		
ทุก 1 สัปดาห์	38	22.89
ทุก 2 สัปดาห์	25	15.06
ทุก 1 เดือน	57	34.34
ทุก 2 – 3 เดือน	34	20.48
ทุก 4 – 5 เดือน	8	4.82
6 เดือนขึ้นไป	4	2.41

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
9. แหล่งที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร		
ร้านขายยา	61	36.75
อินเทอร์เน็ต	23	13.86
ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	22	13.25
ร้านค้าสะดวกซื้อ	22	13.25
ห้างสรรพสินค้า	21	12.65
พนักงานขายอิสระ	11	6.63
สถานเสริมความงาม	6	3.61

2. ทศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร พบว่า ทศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยรวมมีทศนคติอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.52$ $SD = 0.96$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีทศนคติอยู่ในระดับปานกลาง 3 อันดับแรก ได้แก่ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารตามดาราที่ชื่นชอบ ($\bar{X} = 3.42$ $SD = 0.85$) รองลงมาคือ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเนื่องจากมีบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจ ($\bar{X} = 3.24$ $SD = 0.90$) และผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสามารถหาซื้อได้ง่าย ($\bar{X} = 2.81$ $SD = 0.90$) รายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทศนคติ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของกลุ่มตัวอย่าง

ทศนคติ	$\bar{X}$	SD.	ระดับ
1. การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารควรเลือกสินค้าที่มีราคาแพงที่สุด	2.72	0.89	ปานกลาง
2. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสามารถซื้อได้ง่าย	2.81	0.90	ปานกลาง
3. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้คนนิยมบริโภคมาก	2.71	0.76	ปานกลาง
4. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์	3.51	0.86	ดี
5. เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารตามดาราที่ชื่นชอบ	3.42	0.90	ปานกลาง
6. เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเนื่องจากมีบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจ	3.24	0.95	ปานกลาง
7. เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเนื่องจากมีบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย	2.62	0.76	ปานกลาง
8. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบางชนิดมีการโฆษณาเกินจริง	4.32	0.74	ดี
9. บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีประโยชน์มากกว่าบริโภคอาหารตามปกติ	3.72	0.90	ดี
10. บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแล้วไม่เกิดอาการข้างเคียงต่อร่างกาย	2.80	0.78	ปานกลาง
รวม	2.52	0.96	ปานกลาง

3. พฤติกรรมบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร พบว่า ส่วนมากบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดเม็ด (ร้อยละ 38.55) ส่วนมากบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร 1 ครั้งต่อวัน (ร้อยละ 46.39) ส่วนมากบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร 2 ชนิด (ร้อยละ 50.60) ส่วนมากปฏิบัติตามคำแนะนำเป็นประจำทุกครั้งที่บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (ร้อยละ 83.73) และส่วนมากบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงสุขภาพร่างกายให้แข็งแรง (ร้อยละ 54.22) รายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 พฤติกรรมบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมบริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดเม็ด	64	38.55
บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร 1 ครั้งต่อวัน	77	46.39
บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร 2 ชนิด	84	50.60
ปฏิบัติตามคำแนะนำเป็นประจำทุกครั้งที่บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	139	83.73
บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงสุขภาพร่างกายให้แข็งแรง	90	54.22

อภิปรายผล

1. ทศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร พบว่า ทศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีทศนคติอยู่ในระดับปานกลาง 3 อันดับแรก คือ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตามดารานักแสดงที่ชอบ รองลงมาคือ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเนื่องจากมีบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจ และผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสามารถหาซื้อได้ง่าย ผลการวิจัยสอดคล้องกับการศึกษาของ วีระศักดิ์ เจียมอนุกุลกิจ (2557 : 44) ที่ได้ศึกษาทศนคติ การรับรู้ พฤติกรรมการบริโภคของประชาชน และการแสดงฉลากกาแฟสำเร็จรูปผสมสารอาหารในจังหวัดระยอง ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสำเร็จรูปผสมสารอาหาร กลุ่มตัวอย่างซื้อผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูปผสมสารอาหารจากห้างสรรพสินค้า (ร้อยละ 62.60) สอดคล้องกับการศึกษาของ ศิราณี อินทรหนองไผ่ และ ลัดดา แสนสีหา (2551 : 147) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมเสี่ยงของการบริโภคอาหารของเยาวชนใน 3 จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจและคำนึงในการเลือกบริโภคอาหารพาสต์ฟูดจากสิ่งต่างๆ ได้แก่ การโฆษณาอาหารพาสต์ฟูดน่าสนใจและชวนให้ลิ้มลอง ภาชนะบรรจุอาหารพาสต์ฟูดสวยงามสะอาดตา การสั่งซื้อได้รับความสะดวกสบาย สอดคล้องกับการศึกษาของปณยาพร กุลดา (2556 : 79-80) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์ “แบรนด์” ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในโรงเรียนกวดวิชาเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านค้าสะดวกซื้อ/เซเว่น อีเลฟเว่น มากที่สุด สื่อที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มากที่สุด คือ สื่อโทรทัศน์ และปัจจัยด้านสังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ คือ สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่นำดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงในด้านต่างๆ มาเป็นพรีเซ็นเตอร์มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ “แบรนด์” และสอดคล้องกับการศึกษาของกฤษฎา กุลกระจำ และสุลาลี โลวีกรณ (2556 : 14-16) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มส่งเสริมสุขภาพของนักศึกษา วิทยาลัยพยาบาล

บรมราชชนนี นครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาเลือกซื้อเครื่องดื่มที่ร้านสะดวกซื้อ (ร้อยละ 97.70) รองลงมาคือ ซูเปอร์มาร์เก็ต (ร้อยละ 67.40) นักศึกษามีวิธีการเลือกเครื่องดื่มเพื่อบริโภคโดยพิจารณาจากอาหาร บรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจและความสะอาด และนักศึกษาส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเครื่องดื่มเสริมอาหารมีการโฆษณาโดยดาราที่อยู่ในความสนใจของกลุ่มวัยรุ่น และบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย น่าสนใจ เพื่อดึงดูดผู้บริโภค ทั้งนี้ อาจเนื่องจากนักศึกษามีซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทุก 1 เดือน ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสามารถหาซื้อได้ง่าย รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากเพื่อน เพราะกลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ร้านขายยา ซึ่งสามารถซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารได้ง่ายและสะดวกแล้วยังได้รับคำปรึกษาและช่วยในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากพนักงานขายหรือเภสัชกรประจำร้าน ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ

2. พฤติกรรมบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร พบว่า ส่วนมากบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดเม็ด บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร 1 ครั้งต่อวัน ปฏิบัติตามคำแนะนำเป็นประจำทุกครั้งที่บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงสุขภาพร่างกายให้แข็งแรง ผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของปณยาพร กุลดา (2556 : 79) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์ “แบรนด์” ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนกวดวิชาเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า เหตุผลสำคัญที่นักเรียนบริโภคผลิตภัณฑ์ “แบรนด์” คือ เพื่อบำรุงร่างกายและสมอง สอดคล้องกับการศึกษาของรุ่งใหม่ ประจักษ์วงศ์ และภัทระ แสนไชยสุริยา (2556 : 65 – 66) ได้ศึกษาความชุกและปัจจัยที่สัมพันธ์กับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของบุคลากรในโรงพยาบาลสกลนคร ผลการศึกษาพบว่า ส่วนมากบุคลากรในโรงพยาบาลสกลนคร บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร 1 ครั้งต่อวัน

บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดเม็ด เหตุผลในการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารคือ เพื่อบำรุงร่างกาย สอดคล้องกับการศึกษาของอิสรา จูมมาลี (2552 : 107) ที่ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาระดับความรู้ และพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพของนิสิตเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ผลการศึกษาพบว่า ก่อนบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพกลุ่มตัวอย่างจะอ่านสาระสำคัญบนฉลาก เช่น ชื่อ ส่วนประกอบสำคัญ ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต วันเดือนปีที่ผลิตหรือหมดอายุ และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง สอดคล้องกับการศึกษาของลักขณา อังอิทธิพร ปราณี ลิ้มปัววรรณ และพรณี ภาณุวัฒน์สุข (2551 : 44) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคและความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของคนไทยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ : ศึกษาในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า เหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารคือ เพื่อบำรุงร่างกาย รักษาโรค ลดความอ้วน และเพื่อความงาม สอดคล้องกับการศึกษาของณัฐชนนัท งามสว่าง (2548 : 14) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่กระทบต่อความต้องการเสนอซื้อที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากระบบขายตรงที่อาศัยระบบการตลาดหลายชั้นในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า เหตุผลสนับสนุนในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของกลุ่มตัวอย่าง คือ บำรุงสุขภาพให้แข็งแรง บำรุงผิวให้สดใสสวยงาม บำรุงสมองเสริมความจำและสอดคล้องกับการศึกษาของกฤษฎา กุลกระจำ และสุวลี โลว์กรรณ์ (2556 : 16) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มส่งเสริมสุขภาพของนักศึกษา วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า เหตุผลที่นักศึกษาเลือกดื่มเครื่องดื่มส่งเสริมสุขภาพเพราะชอบในรสชาติและเพื่อบำรุงสุขภาพ ทั้งนี้อาจเนื่องจากนักศึกษาเชื่อว่ามีการรับประทานอาหารที่บำรุงร่างกายและมีผลให้ผิวพรรณมีสุขภาพดีขึ้น สวยขึ้น ตามที่มีการโฆษณาโดยดารา นักร้อง นักแสดงที่ชื่นชอบ และนักศึกษาพยาบาลส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วงวัยรุ่น ซึ่งเป็นวัยที่มีความสนใจในเรื่องสุขภาพ รูปร่าง สัดส่วน ผิวพรรณของตนเอง นักศึกษาจึงบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงสุขภาพร่างกายให้แข็งแรง

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักศึกษาพยาบาล มหาวิทยาลัยนครพนม สรุปได้ว่า นักศึกษาพยาบาลมีทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนมากบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดเม็ดบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงสุขภาพร่างกายให้แข็งแรง ช่องทางที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากที่สุดคือ เพื่อน และส่วนมากซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ร้านขายยา

ข้อจำกัดของการศึกษาคั้งนี้

การศึกษาคั้งนี้เก็บข้อมูลจากนักศึกษาพยาบาลชั้นปีที่ 1 ถึงชั้นปีที่ 3 เนื่องจากนักศึกษาพยาบาลชั้นปีที่ 4 ออกไปฝึกปฏิบัติงานที่โรงพยาบาลต่างจังหวัด จึงไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครพนม และวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครพนม ควรจัดอบรมให้ความรู้เรื่องการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ถูกต้องแก่นักศึกษา
2. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาควรเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับวิธีการเลือกซื้อ การใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ถูกต้อง โดยผ่านสื่อที่หลากหลาย เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ตอาจจะใช้นักร้อง นักแสดง นักกีฬา ที่วัยรุ่นชื่นชอบมาเป็นแบบอย่าง
3. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาควรควบคุมการโฆษณาเพื่อขายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่อวดอ้างสรรพคุณเกินความเป็นจริง และควรดำเนินคดีตามกฎหมายกับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่แสดงฉลากอาหารไม่ถูกต้องโฆษณาเป็นเท็จ หลอกลวงผู้บริโภค
4. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาควรคุ้มครองตัวอย่างผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่มีจำหน่ายในท้องตลาดเพื่อทดสอบทางคลินิกว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีความปลอดภัยต่อผู้ใช้หรือไม่ และควรคุ้มครองอย่างสม่ำเสมอ
5. นักศึกษาพยาบาลควรเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่มีคุณภาพ ราคาไม่แพงเกินไป ผ่านการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และควรอ่านฉลากผลิตภัณฑ์เสริมอาหารก่อนใช้บริโภค เพราะอาจมีผลข้างเคียงหรือมีพิษจนเกิดอันตรายถึงชีวิตได้
6. นักศึกษาพยาบาลไม่ควรซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมาบริโภคเองหรือซื้อตามคำแนะนำของเพื่อน ควรปรึกษาแพทย์หรือเภสัชกรก่อนใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
7. ผู้จำหน่าย และผู้บริโภคควรตรวจสอบข้อมูลที่ถูกต้องของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาก่อนนำมาจำหน่าย หรือบริโภค
8. ควรศึกษาเปรียบเทียบกับนักศึกษาคณะอื่นๆ ในมหาวิทยาลัยนครพนม
9. ควรศึกษาเปรียบเทียบกับคณะที่มีนักศึกษาเพศชายจำนวนมาก เช่น คณะวิศวกรรมศาสตร์ เพราะปัจจุบันเพศชายมีแนวโน้มในการดูแลรูปร่าง ใบหน้า และสุขภาพมากขึ้น

บรรณานุกรม

1. กฤษณา กุลกระจ่าง และสุวดี โลวีรกรณ. (2556, มกราคม-มีนาคม). พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มสุขภาพ ส่งเสริมสุขภาพของนักศึกษา วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครราชสีมา. วารสารวิจัยสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 6(1), 11-18.
2. ณัฐชนันท์ งามสว่าง. (2548). ปัจจัยที่กระทบต่อความต้องการเสนอซื้อที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากระบบขายตรงที่อาศัยระบบการตลาดหลายชั้นในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
3. บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
4. ปุณยาพร กุลดา. (2556). พฤติกรรมการบริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์ “แบรนด์” ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนกวดวิชาเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร. วารสารมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น, 6(2), 74-86.
5. ไพโรจน์ หลวงพิทักษ์. (2552). ผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพ. กรุงเทพฯ: คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
6. รุ่งใหม่ ประจักษ์วงศ์, และภัทระ แสนไชยสุริยา. (2556, พฤษภาคม-สิงหาคม). ความซุกและปัจจัยที่สัมพันธ์กับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของบุคลากรในโรงพยาบาลสกลนคร. วารสารโรงพยาบาลสกลนคร, 16(2), 60-68.
7. ลักษณะ อังอิภัทร, ปราณี ลิ้มปวรพรรณ และพรรณิ ภาณุวัฒน์สุข. (2551, กันยายน-ธันวาคม). พฤติกรรมการบริโภค และความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของคนไทยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ: ศึกษาในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. วารสารสำนักการแพทย์ทางเลือก, 1(1), 37-45.
8. วีระศักดิ์ เจียมอนุกุลกิจ. (2557, มกราคม-เมษายน). การศึกษาทัศนคติ การรับรู้ พฤติกรรมการบริโภคของประชาชนและการแสดงฉลากกาแฟสำเร็จรูปผลสมสารอาหารในจังหวัดระยอง. วารสารอาหารและยา, 21(1), 41-48.
9. ศิราณี อินทรหนองไผ่ และลัดดา แสนสีหา. (2551). พฤติกรรมเสี่ยงของการบริโภคอาหารของเยาวชนใน 3 จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 27(ฉบับพิเศษ), 142-150.
10. อรวิลาส มะกรวัฒน์. (2551). ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
11. อิศรา จูมมาลี. (2552, เมษายน-มิถุนายน). การศึกษาระดับความรู้ และพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพของนิสิตเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. วารสารการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม, 32(2), 103-111.

