

นิพนธ์ต้นฉบับ

พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
กลุ่มคณะทางด้านสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นชุดิมา ศรีทุมมา⁽¹⁾ และเบญจา มุกตพันธุ์^{(2)*}

วันที่ได้รับต้นฉบับ: 10 กรกฎาคม 2558

วันที่ตอบรับการตีพิมพ์: 13 ตุลาคม 2558

* ผู้รับผิดชอบบทความ

(1) นักศึกษาหลักสูตรสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาโภชนาการเพื่อสุขภาพ
คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
(โทร.: 083-7436609

E-mail: cccttmmmm_a_y_e@hotmail.com)

(2) รองศาสตราจารย์ ภาควิชาโภชนวิทยา
คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น;
กลุ่มวิจัยการป้องกันและควบคุมโรคเบาหวาน
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
(E-mail: benja@kku.ac.th)

บทคัดย่อ

กระแสสุขภาพทำให้การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นที่นิยมมากของคนในยุคปัจจุบัน การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริโภคและวิเคราะห์ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาแบบตัดขวาง กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษากลุ่มคณะด้านสังคมศาสตร์ ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จาก 6 คณะ จำนวน 334 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบบให้ตอบเอง ระหว่างเดือนมกราคม ถึงกุมภาพันธ์ 2558 ตรวจสอบความตรงของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญและหาความเชื่อมั่นแบบสอบถามด้านความรู้โดยใช้สูตร KR-20 มีค่า 0.76 และหาความเชื่อมั่นแบบสอบถามด้านทัศนคติด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค มีค่า 0.77 ค่าคะแนนความรู้และทัศนคติแบ่งเป็น 3 ระดับต่ำ ปานกลาง และสูง ตามเกณฑ์ของ Bloom และ Best วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านต่างๆ กับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารโดยการวิเคราะห์ Multiple logistic regression analysis

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาเพศหญิงร้อยละ 68 อายุเฉลี่ย 20.1 ± 1.2 ปี มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 6220 ± 2487 บาท มีค่าดัชนีมวลกาย (BMI) ต่ำกว่าเกณฑ์ปกติ ร้อยละ 24.6 และน้ำหนักเกินถึงอ้วน ร้อยละ 20 กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารโดยมีค่าคะแนนอยู่ในระดับสูง ร้อยละ 61.4 สำหรับทัศนคติที่ส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 93.1 กลุ่มตัวอย่างบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ร้อยละ 65.3 โดยนิยมบริโภคกลุ่มวิตามิน ร้อยละ 35 และบริโภคน้ำผลไม้สกัด และ ซูเปอร์ฟู้ด ร้อยละ 18.0 และ 10.2 ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารค่ามัธยฐานเท่ากับ 500 บาทต่อเดือน เหตุผลของการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 68.6) ตอบว่า เพื่อบำรุงสุขภาพและป้องกันโรค กลุ่มตัวอย่างซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากร้านขายยา ร้อยละ 42.9 กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 49.5 ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากอินเทอร์เน็ต รองลงมาจากโทรทัศน์ ร้อยละ 28 บุคคลที่แนะนำให้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารส่วนใหญ่คือ เพื่อน และ พ่อแม่ ร้อยละ 22.3 และ 21.8 ตามลำดับ จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร พบว่า ผู้ที่มีทัศนคติส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจะสัมพันธ์กับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (adjusted OR=5.29, 95% CI=1.55-17.98, p-value<0.01) สรุป นักศึกษาสองในสามมีการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยนิยมบริโภควิตามินเสริม และทัศนคติเป็นปัจจัยที่สัมพันธ์กับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ดังนั้น มหาวิทยาลัยควรส่งเสริมให้รับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่และออกกำลังกายสม่ำเสมอ แทนการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับความเสี่ยงหรือความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร, ความรู้, ทัศนคติ, การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

Original Article

Dietary Supplement Consumption Behaviour of Bachelor's Degree Students in Social Sciences, Khon Kaen University

Chutima Sritoomma⁽¹⁾ and Benja Muktabhant^{(2)*}

Received Date: July 10, 2015

Accepted Date: October 13, 2015

* Corresponding author

(1) Mater of Public Health Student,

Nutrition for Health,

Faculty of Public Health,

Khon Kaen University

(Tel.: 083-7436609

E-mail: ccccttmmmm_a_y_e@hotmail.com)

(2) Department of Nutrition,

Faculty of Public Health,

Khon Kaen University;

Research Group for Prevention and Control
of Diabetes Mellitus in the Northeast of

Thailand, Khon Kaen University

(E-mail: benja@kku.ac.th)

Abstract

Nowadays, the consumption of dietary supplements (DS) is widely popular. The aims of this cross-sectional descriptive study were to investigate knowledge, attitudes, and consumption regarding the use of DS and to analyse factors related to DS consumption in bachelor's degree students at Khon Kaen University. The subjects were 334 bachelor's degree students from 6 faculties of Social Sciences, Khon Kaen University. Data were collected during January to February, 2015, using a self-administered questionnaire. The internal validity of the questionnaire regarding knowledge about DS was assessed using the Kuder – Richardson KR-20 formula and found to be 0.76. The internal validity of the questionnaire regarding attitudes to DS was assessed using Cronbach's alpha coefficient and found to be 0.77. Knowledge and attitude scores were categorised as low, moderate or high according to the criteria suggested by Bloom and Best. The relationships between various factors and DS consumption were analysed using multiple logistic regression.

The results revealed that 68 % of the subjects were female, the average age was 20.1±1.2 years, and their average income was 6,220±2,487 baht/month. According to BMI categories, 24.6% of the subjects were classified as underweight, and 20.1% were overweight or obese. Almost two-thirds of the subjects (61.4%) had a high level of knowledge about dietary supplements, and a large majority (93.1%) reported a moderately high level of positive attitudes toward DS consumption. In terms of consumption, 65.3 % of the subject consumed DS. Vitamin supplements, fruit juice extracts and essence of chicken were consumed by 35%, 18% and 10%, respectively. The median expenditure on DS was 500 baht a month. The most commonly (68%) cited reason for using DS was health benefits, and 43% bought DS from drugstores. The Internet (50%) was the main source of information about DS, followed by television (28%). Support and advice on the consumption of DS was provided by friends (22.3%) and parents (21.8%). Positive attitude was the only factor found to be associated with DS consumption (adjusted OR=5.29, 95% CI=1.55-17.98, p-value<0.01). Conclusion: two-thirds of the students consumed DS, and vitamins were the most popular type of DS consumed. A positive attitude toward DS was associated with DS consumption. The University should provide students with a nutritional education programme about the risks and safety of consuming DS.

Keyword: Dietary Supplement, Knowledge, Attitude, Consumption of Dietary Supplements

บทนำ

ปัจจุบันผู้คนหันมาสนใจในการดูแลสุขภาพมากขึ้น ทั้ง การเลือกรับประทานอาหาร การออกกำลังกาย แต่ด้วยภาวะเร่งรีบของคนในปัจจุบัน ส่งผลก่อให้เกิดการรับประทานอาหารไม่เพียงพอได้รับสารอาหารไม่ครบถ้วน จึงต้องหาวิธีอื่นๆ ในการดูแลสุขภาพมากขึ้น ซึ่งรวมถึงการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อส่งเสริมสุขภาพด้านต่างๆ ให้ดีขึ้น มีการศึกษาเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารต่างๆ เช่น การศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ใช้ควบคุมน้ำหนักของบุคลากรสังกัดกระทรวงสาธารณสุข จังหวัดราชบุรี ผลการศึกษาพบว่าเพศหญิงมีการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากกว่าเพศชาย (ศิริวรรณ เลิศสุธาตวณิช & มณฑา เก่งการพานิช, 2550) การศึกษาความชุกและปัจจัยที่สัมพันธ์กับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของบุคลากรในโรงพยาบาลสกลนคร พบว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่มีการบริโภคมากที่สุด 3 อันดับได้แก่ วิตามินต่างๆ คอลลาเจน และซุสไกด์ (รุ่งใหม่ ประจักษ์วงศ์, 2556) เหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีอยู่หลายเหตุผล เช่น เพื่อเสริมอาหาร เพื่อให้มีสุขภาพดี กลัวเจ็บกลัวตาย เชื่อเพราะเห็นว่างานวิจัยมากมายน่าเชื่อถือ เชื่อเพราะเทคนิคการโฆษณาขายตรง เป็นต้น (ดารณี หมูขจรพันธ์, 2551) ซึ่งชี้ให้เห็นถึงค่านิยมของการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในปัจจุบัน แต่ในปัจจุบันยังมีการรับรู้ถึงผลเสียของการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้อย ผู้บริโภคมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ตนเองใช้ในระดับต่ำ ซึ่งผู้บริโภคควรศึกษาข้อมูลและอันตรายของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารให้ดีกว่านี้ (Troxler et al., 2013) ปัจจุบันยังไม่มีข้อมูลที่เพียงพอเกี่ยวกับผลกระทบที่อาจเป็นอันตรายที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในระยะยาว (Balzo et al., 2014) ดังนั้นจึงควรระวังการบริโภคเป็นอย่างยิ่ง จากรายงานพบว่า ประชาชนบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 10.1 ใน พ.ศ. 2548 เป็นร้อยละ 16.0 ใน พ.ศ. 2552 (สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ กระทรวงสาธารณสุข, 2553) และ Euromonitor International (2010) สํารวจพบว่า ตลาดรวมของกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จากปี 2552 วัยนักศึกษา เป็นวัยที่อยู่ระหว่างวัยรุ่นและวัยผู้ใหญ่ที่มีการเปลี่ยนแปลงหลายอย่าง ทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และยังมีมีการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัย ซึ่งจะมีชีวิตที่อิสระมากขึ้น มีสังคมใหม่ๆ เพื่อนใหม่ๆ ซึ่งสังคมนี้ส่งผลต่อการใช้ชีวิต ความเป็นอยู่ การเลือกบริโภคอาหาร เป็นต้น (ธนิกันต์ นัวันดี และคณะ, 2553) ซึ่งวัยนักศึกษานี้เป็นวัยที่มีการดูแลตนเองทั้งรูปร่าง ความงามจึงมีผลกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินชนิดเม็ดของนักศึกษา คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่นักศึกษาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดเม็ดประเภทวิตามินซีเป็นประจำ และมีเหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อเสริมความงาม (พันธ์ทิพย์ สิทธิปัญญา, 2553) จะเห็นว่านักศึกษา

ในกลุ่มด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ให้ความสำคัญกับรูปร่างหน้าตาและความสวยงามซึ่งส่งผลเกี่ยวข้องกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดต่างๆ ด้วย สำหรับมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีการคมนาคมที่สะดวก และมีการเข้าถึงของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารต่างๆ ได้ง่ายและหลายช่องทาง ในงานวิจัยนี้จึงต้องการศึกษาถึงพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักศึกษา ในด้านความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยศึกษาในนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่นระดับปริญญาตรี ในกลุ่มคณะทางด้านสังคมศาสตร์ เพื่อเป็นข้อมูลนำไปส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักศึกษาให้มีความเหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อประเมินความรู้ ทักษะ และการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และวิเคราะห์ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในกลุ่มคณะทางด้านสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

วิธีดำเนินการวิจัย

● รูปแบบการวิจัย

การศึกษครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาแบบตัดขวาง (Cross-sectional descriptive study)

● ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรได้แก่ นักศึกษากลุ่มคณะด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยขอนแก่นทั้งหมดจำนวน 8,464 คน แบ่งตามคณะแบ่งออกเป็น 6 คณะ คือ 1) คณะนิติศาสตร์ 2) คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 3) คณะวิทยาการจัดการ 4) คณะศิลปกรรมศาสตร์ 5) คณะศึกษาศาสตร์ 6) วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น ที่กำลังศึกษาอยู่ในปีการศึกษา 2557 โดยมีเกณฑ์คัดเข้า (Inclusion criteria) คือ เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีภาคปกติ ที่กำลังศึกษาอยู่ในปีการศึกษา 2557 สามารถสื่อสารและเข้าใจภาษาไทยและเขียนภาษาไทยได้ มีอายุระหว่าง 18-24 ปี ยินดีให้ความร่วมมือในการศึกษา คำนวณขนาดตัวอย่างจากสูตรการคำนวณขนาดตัวอย่าง เพื่อประมาณค่าสัดส่วนของประชากร กรณีที่ทราบค่าประชากร (อรุณ จิรวัดนกุล, 2552) ดังนี้

$$n = \frac{NZ_{\alpha}^2 pq}{e^2(N-1) + Z_{\alpha}^2 pq}$$

n=ขนาดตัวอย่าง, N=ประชากรศึกษาคือนักศึกษากลุ่มคณะด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยขอนแก่นทั้งหมดจำนวน 8,464 คน, Z_{α} =ค่าสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งมีค่า=1.96

e = ค่าความแม่นยำ = 0.05, p = ค่าสัดส่วนของคนบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร = 0.66 (รุ่งใหม่ ประจักษ์วงศ์, 2556) แทนค่าในสูตร ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 332 คน การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตามสัดส่วนของประชากรในแต่ละคณะ และสุ่มแบบ

Random โดยใช้โปรแกรม Microsoft Office Excel 2007 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 334 คน

● เครื่องมือที่ใช้และการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ ใช้แบบสอบถามที่ให้กลุ่มตัวอย่างตอบด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดของการวิจัยและเนื้อหา แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ คณะที่กำลังศึกษา ชั้นปีที่กำลังศึกษา รายได้ต่อเดือน ภาวะสุขภาพ ภาวะโภชนาการ

ตอนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยเป็นแบบให้เลือกตอบว่า ใช่ หรือไม่ใช่ การแปลผลคะแนน ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร แปลผลโดยจัดแบ่งเป็น 3 ระดับ โดยวิธีกำหนดเกณฑ์ตามช่วงคะแนน (Bloom, 1976) ดังนี้ ระดับน้อย ได้คะแนนน้อยกว่าร้อยละ 60 ระดับปานกลาง ได้คะแนนร้อยละ 60-79 ระดับมาก ได้คะแนนร้อยละ 80 ขึ้นไป

ตอนที่ 3 ทักษะเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยคำถามเป็นแบบอัตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) (Likert, 1967) เป็นการให้สเกลคำตอบ 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง การแปลความระดับความเหมาะสมของทัศนคติ แบ่งเป็น 3 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิดของ Best (1997) ดังนี้ คะแนน 1.00-2.33 หมายถึง ระดับไม่ส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร คะแนน 2.34-3.67 หมายถึง ระดับส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารปานกลาง คะแนน 3.68-5.0 หมายถึง ระดับส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ตอนที่ 4 การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ได้แก่ ชนิดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่บริโภค ผลของการบริโภค เหตุผลที่บริโภค ค่าใช้จ่ายในการบริโภค แหล่งที่ได้รับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร การส่งเสริมการขาย การสนับสนุนทางสังคม

เครื่องมือได้ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน และมีการหาความเชื่อมั่นแบบสอบถามด้านความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารใช้วิธีของคูเดอร์-ริชาร์ดสัน (Kuder-Richardson: KR) โดยใช้สูตร KR-20 โดยค่าความเชื่อมั่นที่คำนวณได้มีค่า 0.76 และหาความเชื่อมั่นแบบสอบถามด้านทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbrach's Alpha Coefficient) โดยค่าความเชื่อมั่นที่คำนวณได้มีค่า 0.77

● การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บข้อมูลตามแบบสอบถามโดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเอง งานวิจัยนี้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ให้เป็นโครงการที่เข้าข่ายไม่ต้องขอรับรองด้านจริยธรรมการวิจัย

● การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม STATA เวอร์ชัน 10.0 ในการหาค่าสถิติต่างๆ วิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนาในการอธิบายข้อมูลทั่วไป การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และทัศนคติต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ใช้สถิติอนุมานเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร หมายถึง ผู้ที่บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างน้อย 1 ครั้งในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมาจนทำการเก็บข้อมูล) โดยปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์ได้แก่ เพศ ภาวะโภชนาการ รายได้ต่อเดือน ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ด้วยสถิติการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกเชิงพหุ (Multiple logistic regression analysis)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 334 คน เป็นเพศหญิง ร้อยละ 68.0 อายุเฉลี่ย 20.1 ± 1.2 ปี เป็นนักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ร้อยละ 26.1 ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 ร้อยละ 35.0 มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 6220 ± 2487 บาท แหล่งของรายได้ส่วนใหญ่ได้รับจากผู้ปกครอง ร้อยละ 82.9 มีสุขภาพแข็งแรง ร้อยละ 83.2 มีค่าดัชนีมวลกาย (BMI) อยู่ในเกณฑ์ผอม ร้อยละ 24.6 มีน้ำหนักเกินและอ้วน ร้อยละ 11.1 และ 9.0 ตามลำดับ

2. ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ในระดับสูง ร้อยละ 61.4 (ตารางที่ 1) เมื่อพิจารณาความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารรายข้อ พบว่า ประมาณร้อยละ 30-40 ยังไม่ทราบว่า การรับประทานวิตามินซีมากเกินไป อาจก่อให้เกิดนิ่ว ท้องเสียและปวดท้องได้ ไม่ทราบว่าหากรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารพวกวิตามิน เอ ดี อี และวิตามินเค จะมีการสะสมในร่างกาย และเข้าใจว่าการรับประทานวิตามินและแร่ธาตุรวมสามารถรับประทานติดต่อกันเป็นเวลานานได้ไม่เกิดอันตราย นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังเข้าใจว่าเราสามารถบริโภคไฟเบอร์แทนการบริโภคผักผลไม้สดได้

3. ทักษะเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 93.1 (ตารางที่ 1) มีทัศนคติที่ส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารรายข้อ พบว่า มากกว่าร้อยละ 70 มีทัศนคติเห็นด้วยในข้อที่ว่า ยี่ห้อของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีผลต่อการเลือกซื้อ และการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมาบริโภค และพบว่า มีไม่ถึงร้อยละ 10 ที่เห็นด้วยว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารช่วยรักษาโรคให้หายได้ และผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไม่มีสารอาหารที่มีคุณค่าต่อร่างกาย

4. การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

กลุ่มตัวอย่าง มีการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ร้อยละ 65.3 จากกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร พบว่า ชนิดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่มีการบริโภคมากที่สุด คือ กลุ่มวิตามิน ร้อยละ 35.1 รองลงมาคือ น้ำผลไม้สกัดเข้มข้น ร้อยละ 18.0 และซูปเปอร์ฟู้ด ร้อยละ 10.2 ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร มีค่ามัธยฐาน 500 บาทต่อเดือน เหตุผลของการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงสุขภาพ ร้อยละ 50.7 กลุ่มตัวอย่างซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากร้านขายยา ร้อยละ 42.9 และได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 49.5 การส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากที่สุด คือ การลดราคา ร้อยละ 48.6 (ตารางที่ 2) การสนับสนุนทางสังคมของการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ประกอบด้วยการสนับสนุนทางด้านอารมณ์ การสนับสนุนทางด้านการประเมิน การสนับสนุนทางด้านข้อมูลข่าวสาร และการสนับสนุนทางด้านสิ่งของหรือบริการ พบว่า บุคคลที่มีส่วนให้การสนับสนุนด้านต่างๆ ทั้งการแนะนำให้บริโภค ดิชมผลของการบริโภค ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ได้แก่ เพื่อน พ่อแม่ และคนที่มีประสบการณ์ในการบริโภคมาก่อน (ตารางที่ 4)

5. ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเพศ ภาวะโภชนาการ รายได้ต่อเดือน ความรู้ และทัศนคติกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ทัศนคติส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจะมีการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็น 5.29 เท่า ของคนที่ทัศนคติไม่ส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (95% CI=1.55-17.98, p-value<0.01) (ตารางที่ 5)

บทสรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมในระดับมาก ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาของชัยวัฒน์ สิงห์หิรัญญ์ & อรุณรัตน์ อรุณเมือง (2556) ที่พบว่า ระดับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนในเขตตรวจราชการที่ 2 กระทรวงสาธารณสุข อยู่ในระดับปานกลาง อาจเพราะกลุ่มตัวอย่าง เป็นกลุ่มที่สนใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร จึงศึกษาหาความรู้ ทำให้มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในระดับที่สูง

ด้านทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ส่วนใหญ่มีทัศนคติระดับปานกลาง โดยส่วนมากมีทัศนคติที่เห็นด้วยมากที่สุดในเรื่องที่เห็นว่า ยี่ห้อของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร รองลงมาคือ เห็นว่าการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริม

อาหารมาบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับดารณี หมู่ขจรพันธ์ (2551) ที่กล่าวว่า เหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีอยู่หลายเหตุผล เช่น เชื่อเพราะเห็นว่างานวิจัยมากมายน่าเชื่อถือ เชื่อเพราะเทคนิคการโฆษณาขายตรง

ด้านการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร กลุ่มตัวอย่างที่บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร พบร้อยละ 65.3 ซึ่งใกล้เคียงกับการศึกษาของรุ่งใหม่ ประจักษ์วงศ์ (2556) เรื่องความชุกและปัจจัยที่สัมพันธ์กับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของบุคลากรในโรงพยาบาลสกลนคร ที่พบว่า มีความชุกในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ร้อยละ 66.1 กลุ่มตัวอย่างซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากร้านขายยา สอดคล้องกับการศึกษาของดวงมัลย์ พลไกร (2556) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้จ่ายลดความอ้วนในนักศึกษาหญิงในมหาวิทยาลัย พบว่า แหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์ลดความอ้วนมากที่สุด ของกลุ่มตัวอย่าง นักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น คือ ร้านขายยา และสอดคล้องกับการศึกษาของ Balzo et al. (2014) ที่สำรวจการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในวัยรุ่นชาวอิตาลี พบว่า แหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของกลุ่มตัวอย่างมาจาก ร้านขายยา อาจเนื่องมาจากร้านขายยาเป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและยาสามารถหาได้ง่ายสะดวกต่อการซื้อ และยังมีเภสัชกรเป็นผู้แนะนำการบริโภค จึงเป็นที่นิยมของผู้บริโภคส่วนใหญ่ แหล่งที่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากที่สุด คือ อินเทอร์เน็ต ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาของชัยวัฒน์ สิงห์หิรัญญ์ & อรุณรัตน์ อรุณเมือง (2556) ที่พบว่า สื่อที่ทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากที่สุด คือ โทรทัศน์ อาจเนื่องมาจากในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่สำคัญในปัจจุบัน มีสื่อทางสังคมออนไลน์มากขึ้น ทำให้การเข้าถึงของข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตเป็นไปได้ง่ายขึ้นกว่าในอดีตที่มีสื่อไม่มากเท่าปัจจุบัน การส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากที่สุด คือ การลดราคา สอดคล้องกับการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินชนิดเม็ดของนักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินชนิดเม็ดในระดับมาก คือ การลด แลก แจก แถม อาจจะเป็นเพราะราคาที่ลดลง ทำให้ผู้บริโภคมีกำลังในการซื้อเพิ่มขึ้น จึงตัดสินใจซื้อง่ายขึ้น การสนับสนุนทางสังคม พบว่า บุคคลที่มีส่วนให้การสนับสนุนการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารคือ เพื่อน พ่อแม่ และคนที่มีประสบการณ์ในการบริโภคมาก่อน สอดคล้องกับการศึกษาของ Musaiger & Abahussain (2014) ที่พบว่า สมาชิกในครอบครัว และเพื่อนเป็นผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับแพทย์ทางเลือก อาจเนื่องมาจาก เพื่อนมีส่วนสำคัญในการใช้ชีวิตอย่างมากในช่วงวัยนี้ เวลาส่วนใหญ่จะใช้ชีวิตอยู่กับเพื่อน เมื่อเกิดความสนิทสนมก็เกิดความเชื่อใจ และทำตามคำแนะนำของเพื่อนได้ และพ่อแม่ก็เป็นบุคคลสำคัญในชีวิตที่มีผลต่อการตัดสินใจ เป็นผู้สนับสนุนค่าใช้จ่ายจึงเป็นบุคคลที่มีความสำคัญต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์

เสริมอาหาร และคนที่ม่ประสบการณ์ในการบริโภคมาก่อนย่อมรู้ถึงผลดีผลเสียของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนั้นๆ จึงมีความน่าเชื่อถือ

จากการวิเคราะห์ปัจจัยด้านเพศ ภาวะโภชนาการ รายได้ ความรู้ และทัศนคติที่มีความสัมพันธ์กับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร พบว่า มีเฉพาะปัจจัยด้านทัศนคติในระดับส่งเสริมต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีความสัมพันธ์กับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Adjusted OR=5.29, 95% CI=1.55-17.98, p-value<0.01) ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาของรุ่งใหม่ ประจักษ์วงศ์ (2556) ที่พบว่า เพศมีความสัมพันธ์ต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ซึ่งผลที่ได้ อาจเนื่องมาจากทัศนคติมีผลต่อการปฏิบัติในเรื่องต่างๆ หากมีทัศนคติที่ส่งเสริมก็จะปฏิบัติในทางที่ส่งเสริม แต่หากมีทัศนคติที่ไม่ส่งเสริมก็มิทำให้เกิดการไม่ปฏิบัติในเรื่องนั้นๆ ได้ ดังนั้นทัศนคติจึงมีความสำคัญต่อการปฏิบัติ

ข้อเสนอแนะหรือการนำไปใช้ประโยชน์

1. ควรมีการให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารโดยเน้นผลข้างเคียงจากการบริโภคแก่

นักศึกษา อาจทำได้โดยตั้งเพจ หรือเว็บไซต์ที่ให้ความรู้ในเรื่องดังกล่าว และมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์

2. ควรส่งเสริมให้รับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ และออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อไม่ให้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในปริมาณมากเกินไปเป็นเวลานาน

3. ควรมีการส่งเสริมให้มีการปรับทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารให้เหมาะสมซึ่งจะนำไปสู่พฤติกรรมบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ถูกต้อง

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ คณะศึกษาศาสตร์ ศิลปกรรมศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ และวิทยาลัยการปกครองท้องถิ่นที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ขอพระคุณคณาจารย์ภาควิชาโภชนวิทยา คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นทุกท่าน ที่ให้คำแนะนำในการทำวิจัย และขอขอบคุณกลุ่มวิจัยการป้องกันและควบคุมโรคเบาหวานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่ให้การสนับสนุนงบประมาณบางส่วน

เอกสารอ้างอิง

- ชัยวัฒน์ สิงห์หิรัญสรณ์, & อรุณรัตน์ อรุณเมือง. (2556). พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนในเขตตรวจราชการที่ 2 กระทรวงสาธารณสุข. *วารสารอาหารและยา*, 20(1), 38-47.
- ดวงมัลย์ พละไกร. (2556). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้จ่ายความอ้วนในนักศึกษาหญิงในมหาวิทยาลัย. *วารสารสมาคมจิตแพทย์แห่งประเทศไทย*, 58(4), 311-322.
- ดารณี หนูขจรพันธ์. (2551). ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารข้อเท็จจริงที่ควรรู้. *For Quality*, 14(123), 91-93.
- ธนิกันต์ นันวันดี, นฤมล ศราทธพันธุ์, อบเชย วงศ์ทอง, & ทศนีย์ ลิ้มสุวรรณ. (2553). พฤติกรรมการบริโภคผักของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. *วารสารวิจัยรามคำแหง(มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 13(1), 1-9.
- พันธ์ทิพย์ สิทธิปัญญา. (2553). พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินชนิดเม็ดของนักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ค้นเมื่อ 1 กันยายน 2557, จาก http://library.cmu.ac.th/faculty/econ/Exer751409/2553/Exer2553_no198
- รุ่งใหม่ ประจักษ์วงศ์. (2556). ความชุกและปัจจัยที่สัมพันธ์กับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของบุคลากรในโรงพยาบาลสกลนคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาโภชนศาสตร์เพื่อสุขภาพ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศิริวรรณ เลิศสุทธวนิช, & มณฑา เก่งการพานิช. (2550). พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ใช้ควบคุมน้ำหนักของบุคลากรสังกัดกระทรวงสาธารณสุข จังหวัดราชบุรี. *วารสารสุขภาพ*, 30(105), 31-44.
- สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ กระทรวงสาธารณสุข. (2553). ประชาชนบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น. *สารสุขภาพ*, 3(13), 1-2.
- อรุณ จิรวัฒน์กุล. (2552). สถิติทางวิทยาศาสตร์สุขภาพเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒนา.
- Best, W. (1997). *Research in education*. (3rd ed.) Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Balzo, V., Vitiello, V., Germani, A., Donini, L. M., Poggiogalle, E., & Pinto, A. (2014). A cross sectional survey on dietary supplements consumption among Italian Teen-Agers. *Plos One*, 9(7), 1-6.
- Euromonitor International. (2010). *Vitamins and dietary supplements*. ค้นเมื่อ 20 กันยายน 2557, จาก <http://www.euromonitor.com/>
- Likert, R. (1967). *The human organization its management and value*. New York: McGraw-Hill Book.
- Musaiger, A. O., & Abahussain, N. A. (2014). Attitudes and practices of complementary and alternative medicine among adolescents in Saudi Arabia. *Global Journal of Health Science*, 7(1), 173.
- Troxler, D. S., Michaud, P. A., Graz, B., & Rodondi, P. Y. (2013). Exploratory survey about dietary supplement use: A hazardous and erratic way to improve one's health? *Swiss Medical Weekly*, 143(10), 1-6.

ตารางที่ 1 ระดับความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของกลุ่มตัวอย่าง (n=334)

ระดับ	ความรู้		ทัศนคติ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ระดับต่ำ	24	7.2	13	3.9
ระดับปานกลาง	105	31.4	311	93.1
ระดับสูง	205	61.4	10	3.0

หมายเหตุ: ทัศนคติระดับต่ำ หมายถึง ระดับที่ไม่ส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร, ทัศนคติระดับปานกลาง หมายถึง ระดับส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารระดับปานกลาง, ทัศนคติระดับสูง หมายถึง ระดับส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ตารางที่ 2 การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของกลุ่มตัวอย่าง (n=334)

การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
การบริโภค		
บริโภค	218	65.3
ไม่บริโภค	116	34.7
ชนิดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่บริโภค		
วิตามิน	232	35.1
วิตามินซี	135	20.5
วิตามินอื่นๆ	97	14.7
น้ำผลไม้สกัด	119	18
ซูบโกสกัด	67	10.2
ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม (คอลลาเจน, กลูต้าไธโอน, เมล็ดองุ่น, โคเอนไซม์คิวเท็น)	64	9.7
แร่ธาตุ	61	9.2
แคลเซียม	31	4.7
แร่ธาตุอื่นๆ (สังกะสี, เหล็ก, โพแทสเซียม, ซีลีเนียม)	30	4.5
รังนก	37	5.6
น้ำมันปลา	36	5.5
ผลิตภัณฑ์บำรุงร่างกาย (โสม, แป๊ะก๊วย, น้ำมันอีฟนิ่งพริมโรส, สารสกัดกระเทียม, เลซิทิน, โปรตีนสกัด)	34	5.2
ผลิตภัณฑ์ลดน้ำหนัก (สารสกัดมะขามแขก, โยอาหารสกัดจากบุก, สารสกัดจากถั่วขาว)	10	1.5
เหตุผลของการบริโภค		
เพื่อบำรุงสุขภาพ	187	50.7
เพื่อความงาม	93	25.2
เพื่อป้องกันและรักษาโรค	66	17.9
เพื่อลดน้ำหนัก	18	4.9
เพื่อเพิ่มกล้ามเนื้อ	3	0.8
รสชาติ	2	0.5
แหล่งที่ได้รับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร(ตอบได้มากกว่า1ข้อ)		
ร้านขายยา	152	42.9
ห้างสรรพสินค้า	84	23.7
คลินิก	34	9.6
ศูนย์ขายตรง	45	12.7
สั่งซื้อสินค้าออนไลน์	23	6.5
ร้านสะดวกซื้อ	13	3.7
ซื้อกับเพื่อน	3	0.9
แหล่งที่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากที่สุด		
อินเทอร์เน็ต	108	49.5
โทรทัศน์	62	28.4
เพื่อน	24	11
นิตยสาร/วารสาร	17	7.8
หนังสือพิมพ์	2	0.9
อื่นๆ (คำแนะนำจากเภสัช, คำแนะนำจากแพทย์, ซื้อกินเอง, พ่อแม่, วิทยุ)	5	2.3

ตารางที่ 2 การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของกลุ่มตัวอย่าง (n=334) (ต่อ)

การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (บาท/เดือน)		
100-999	156	71.6
1000-1999	44	20.2
>= 2000	18	8.3
median= 500, min= 100, max= 6000		

ตารางที่ 3 การส่งเสริมการขายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของกลุ่มตัวอย่าง (n=218)

การส่งเสริมการขาย	จำนวน	ร้อยละ
การส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากที่สุด		
ไม่มี	1	0.5
การลดราคา	106	48.6
การให้ของแถม	78	35.8
การเพิ่มขนาดบรรจุภัณฑ์	20	9.2
การคืนเงิน	7	3.2
ตัวอย่างผลการใช้ของผู้บริโภค	3	1.4
การชิงโชค	1	0.5
ตอบจุดประสงค์การซื้อ	1	0.5
มีประสิทธิภาพ	1	0.5

ตารางที่ 4 บุคคลที่มีการสนับสนุนทางสังคมเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของกลุ่มตัวอย่าง (n=218)

	ร้อยละ							
	ไม่มี	เพื่อน	พ่อแม่	ตัดสินใจเอง	คนที่มีการประสบการณ์ในการบริโภคมาก่อน	ญาติพี่น้อง	คนขาย	แพทย์หรือเภสัชกร
1. แนะนำให้บริโภค	7.4	22.3	21.8	20.7	11.1	8.5	6.6	1.6
2. มีส่วนช่วยในการตัดสินใจในการบริโภค	10.1	23.9	28.4	20.6	11.0	1.8	1.8	2.3
3. ให้กำลังใจและช่วยคิดเกี่ยวกับการบริโภค	11.0	21.6	24.7	18.6	9.0	8.5	5.2	1.4
4. ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	7.2	22.5	14.8	15.1	17.8	6.7	14.1	2.0
5. สนับสนุนทางการเงินให้ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมาบริโภค	15.1	69.5	8.8	0.0	0.0	6.7	0.0	0.0

ตารางที่ 5 ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของกลุ่มตัวอย่างโดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณลอจิสติก

ตัวแปร	Adjusted OR	95%CI	P-value
เพศ			
ชาย	1		
หญิง	1.19	0.72-1.95	0.503
ภาวะโภชนาการ(BMI)			
น้ำหนักเกินมาตรฐาน-อ้วน	1		
น้ำหนักน้อยกว่ามาตรฐาน-น้ำหนักมาตรฐาน	1.11	0.62-1.98	0.724
รายได้ต่อเดือน			
1,500-5,999 บาท	1		
6,000-28,000 บาท	1.04	0.65-1.65	0.876
ความรู้			
ความรู้ระดับมาก	1		
ความรู้ระดับปานกลาง-น้อย	0.64	0.40-1.02	0.063
ทัศนคติ			
ไม่ส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	1		
ส่งเสริมต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	5.29	1.55-17.98	0.008