

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

Factors Related to Dietary Supplement Consumption Behavior among Undergraduate
Students, Faculty of Liberal Arts and Science, Sisaket Rajabhat University.

(Received: June 28,2024 ; Revised: June 29,2024 ; Accepted: June 30,2024)

จุฑามาศ แก้วจันดี¹ เบญญาภา หลงชิน² รจรินทร์ สิทธิโสม²

Chuthamat Kaewchandee¹ Benyapha Longchin² Rojjarin Sitthisom²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการศึกษาแบบเชิงสำรวจแบบภาคตัดขวาง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ที่คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ จำนวน 302 คน โดยใช้สูตรการคำนวณสูตรของ Wayne ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบ Multistage Random Sampling แบ่งสัดส่วนตามสาขา เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม มีค่า IOC เท่ากับ 0.70 และค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.85 สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ $p < 0.05$ ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.3 อายุเฉลี่ย 20.5 ปี (SD=0.96) กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 ร้อยละ 38.4 และรายได้ของทำนเฉลี่ยต่อเดือน <5,000 บาท ร้อยละ 60.3 กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข้อมูลการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมภาพรวมอยู่ในระดับต่ำ (Mean=35.61, SD=5.54) ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมภาพรวมอยู่ในระดับสูง (Mean= 4.90, SD=1.60) และพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมภาพรวมอยู่ในระดับต่ำ (Mean=32.08, SD=4.82) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริม พบว่า ปัจจัยด้านการเคยซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม การเคยบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม วิธีการใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม การเคยซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมให้ ตัวเอง/ผู้อื่น/ทั้งตัวเองและผู้อื่น และการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริม และข้อมูลการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม มีโอกาสในการมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p\text{-value} < 0.05$

คำสำคัญ: พฤติกรรมการบริโภค อาหารเสริม นักศึกษาระดับปริญญาตรี

Abstract

This study was survey research by cross-sectional study aimed at examining the level of dietary supplement consumption behavior and the factors related to dietary supplement consumption behavior among undergraduate students, Faculty of Liberal Arts and Sciences, Sisaket Rajabhat University. The sample consisted of 302 students currently studying at the Faculty of Liberal Arts and Sciences, Sisaket Rajabhat University, calculated using Wayne's formula with a 95% confidence level, and selected using multistage random sampling proportionally by major. The data collection tool was a questionnaire with an Item Objective Congruence (IOC) of 0.70 and a Cronbach's alpha reliability coefficient of 0.85. The statistics used included mean, percentage, standard deviation, and logistic regression analysis, with statistical significance at $p < 0.05$. The research findings revealed that the sample was 58.3% female, with an average age of 20.5 years (SD=0.96), 38.4% were in their second year of study, and 60.3% had an average monthly income of less than 5,000 Baht. The overall perception of dietary supplement product purchase

¹ สาขาวิชาสาธารณสุขชุมชน คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ Correspondence author: chuthamat.k@sskru.ac.th

² สาขาวิชาสาธารณสุขชุมชน คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

information was at a low level (Mean=35.61, SD=5.54). Knowledge about dietary supplement products was at a high level (Mean=4.90, SD=1.60), and the overall behavior of dietary supplement consumption was at a low level (Mean=32.08, SD=4.82). The analysis of factors related to dietary supplement consumption behavior showed that factors such as having previously purchased dietary supplements, having previously consumed dietary supplements, methods of using dietary supplements, having previously purchased dietary supplements for oneself/others/both oneself and others, and the perception of information about dietary supplements and purchase decision information significantly influenced the behavior of dietary supplement consumption at the $p<0.05$ level.

Keywords: Consumption behavior, Dietary supplement, Undergraduate students

บทนำ

ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์อาหารเสริมได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในกลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะในกลุ่มนักศึกษาในระดับปริญญาตรี ซึ่งเป็นกลุ่มที่มักมีความสนใจในเรื่องของสุขภาพและความงาม ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมหลายชนิดมีการโฆษณาว่าสามารถเสริมสร้างสุขภาพ ช่วยลดน้ำหนัก และเพิ่มพลังงาน ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายนี้¹ นอกจากนี้ การบริโภคอาหารเสริมยังเกี่ยวข้องกับค่านิยมและวิถีชีวิตของนักศึกษาในยุคปัจจุบันที่มีการรับรู้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์และการตลาดที่มุ่งเน้นไปยังกลุ่มคนรุ่นใหม่² การบริโภคอาหารที่ถูกต้องจะนำไปสู่การพัฒนาสติปัญญาและร่างกายให้แข็งแรงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับมนุษย์ทุกคนทุกวัย โดยเฉพาะในกลุ่มนักศึกษาซึ่งเป็นวัยรุ่นที่กำลังมีการเจริญเติบโตอย่างเต็มที่และโดยธรรมชาติของวัยรุ่นจะจัดอยู่ในกลุ่มเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาโภชนาการเนื่องจากในวัยรุ่นมีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางร่างกายและจิตใจกล่าวคือวัยรุ่นเป็นวัยที่ร่างกายพัฒนาเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วร่างกายจึงต้องการสารอาหารไปใช้ในการเสริมสร้างการทำงานของเซลล์ เนื้อเยื่อ กระดูก ตับ และอวัยวะอื่นๆ อีกทั้งมีการเพิ่มของ น้ำหนักตัว ส่วนสูง ต่อมต่างๆ ทำงานมากขึ้น และฮอร์โมนถูกขับออกมาเพิ่มมากขึ้นด้วย ซึ่งมีความต้องการพลังงาน และสารอาหารค่อนข้างสูง โดยเฉพาะการเจริญเติบโตของสมองให้มีการเจริญ และพัฒนาไปตามวัยส่งผลให้มีสติปัญญาดี มีความพร้อมในการเรียนรู้

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงสังคมอย่างรวดเร็วกลายเป็นสังคมบริโภคนิยม ทำให้วิถีชีวิต ของผู้คนเปลี่ยนไป มีชีวิตที่รีบเร่ง ทำงานแข่งกับเวลา พฤติกรรมการบริโภคอาหารต้องพึ่งอาหารจานด่วน และอาหารสำเร็จรูปที่มีแป้งและไขมันสูงประกอบกับการเคลื่อนไหวร่างกายและการออกกำลังกายที่น้อยลง ทำให้เกิดผลต่อปัญหาน้ำหนัก หรือภาวะอ้วน ปัญหาเรื่องรูปร่าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนที่มีน้ำหนักเกินหรือโรคอ้วนเป็นภาวะที่ไม่พึงประสงค์ของสังคม ค่านิยมของสังคมปัจจุบันให้ค่ากับการมีรูปร่างสมส่วน ที่มีการเชื่อมโยงกับความสวยงาม การมีสุขภาพดี และบุคลิกภาพดีทำให้คนที่น้ำหนักเกินถูกจัดอยู่ในกลุ่มที่มีปัญหาสุขภาพที่ต้องจัดการรักษา ส่งผลต่อภาวะความ ผิดปกติทางจิตซึ่งเป็นปัญหาต่อการเจ็บป่วยที่ทางการแพทย์เรียกว่า โรคอะนอเร็กเซีย (Anorexia nervosa) คือ เป็นอาการที่เกิดจากความเชื่อและค่านิยมที่ผิดเกี่ยวกับรูปร่างและน้ำหนักมีความอยากบริโภคอาหารแต่กลัวอ้วนทำให้เกิดความวิตกกังวลซึ่งปัจจุบันพบผู้ป่วยอยู่ระหว่างร้อยละ 0.2-1.3 ของประชากร และมีผู้ป่วย รายใหม่เกิดขึ้น 5-10 รายต่อแสนประชากร โดยพบในผู้หญิงมากกว่าผู้ชายหลายเท่า³ ค่านิยมเรื่องรูปร่าง สมส่วนหรือผอมเพรียวนี้เอง ทำให้ผู้คนยอมรับและแสวงหาวิธีการควบคุมน้ำหนัก ซึ่งก็พบว่า วัยรุ่นและ เยาวชนไทยในปัจจุบันให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ภายนอกและไม่พึงพอใจในรูปร่างของตนเอง ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการลดน้ำหนัก ที่ไม่ถูกต้อง เช่น การใช้ยาลดน้ำหนัก และการอดอาหาร ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบที่เป็นอันตราย

ต่อร่างกายปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการลดน้ำหนัก และวิธีการลดน้ำหนักที่เหมาะสมสำหรับวัยรุ่นและเยาวชนไทย ทั้งมุ่งหวังให้ผู้ปกครอง อาจารย์ที่มีความใกล้ชิดกับเยาวชนรู้เท่าทันกันสถานการณ์ พฤติกรรมการลดน้ำหนักของวัยรุ่นและเยาวชนผู้เป็นเหยื่อของกระแสบริโภคนิยม และการโฆษณา อีกทั้งยังสามารถให้ความช่วยเหลือ แนะนำวิธีการลดน้ำหนักเพื่อให้เด็กวัยรุ่นและเยาวชนมีความรู้ความเข้าใจอย่างถูกต้อง เหมาะสม สามารถตัดสินใจเลือกวิธีการลดน้ำหนักบนพื้นฐานข้อมูลที่ต้องได้อย่างมีวิจารณ์ญาณ⁴

จากการสัมภาษณ์เบื้องต้นในนักศึกษา คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ จำนวน 20 คน พบปัญหาเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมโดยการขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ของ นักศึกษา คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ทั่วไป นั้น มักเป็นผลจากข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อโฆษณา อินเทอร์เน็ต หรือการบอกต่อ โดยอาจไม่ได้ศึกษาข้อมูลสินค้าที่มีอยู่จริง ปัญหาที่พบบ่อย ได้แก่ การกล่าวอ้างเกินจริง กระบวนการผลิต และการควบคุม คุณภาพต่ำกว่ามาตรฐาน การปลอมปนในผลิตภัณฑ์ และไม่อ่านฉลากและคำเตือนโดยละเอียด อย่างไรก็ตาม การบริโภคอาหารเสริมอย่างไม่ถูกต้องอาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพได้ การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมจึงเป็นสิ่งที่สำคัญในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่นักศึกษา⁵

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษากฎการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ เพื่อใช้เป็นข้อมูล และแนวใน

การศึกษาทิศทางของตลาดผลิตภัณฑ์อาหารเสริมต่อไปในอนาคตและเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและการนำมาประยุกต์ใช้กับองค์การธุรกิจอาหารเสริมไทยให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไปในอนาคต

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจแบบภาคตัดขวาง (Survey Research by Cross-sectional study)

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ที่มีการลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาที่ 1/2566 จำนวน 1,165 คน ส่วนกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ จำนวน 302 คน ได้มาโดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Wayne⁶ ทำการสุ่มขนาดกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีการคัดเลือกจากกลุ่มตัวอย่าง Multistage Random Sampling ตามเกณฑ์กำหนด โดยแบ่งสัดส่วนตามสาขา

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลการตัดสินใจในการซื้ออาหารเสริม ส่วนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริม และส่วนที่ 4 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม การตรวจสอบความตรงเนื้อหา (Content validity) ของแบบประเมิน โดยใช้ (IOC : Index of Item Objective Congruence) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ได้ค่า IOC = 0.70 ถือว่ามีความสอดคล้อง ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแล้วไปทดสอบเครื่องมือกับนักศึกษาในคณะใกล้เคียง จำนวน 30 คน โดยหาค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha reliability

coefficient)⁷ ได้ค่าเท่ากับ 0.85 ถือว่ามีความเหมาะสม

2.3 วิธีการเก็บข้อมูล

1) ขอนหนังสือจากคณะศิลปศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลในมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

2) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้ ในการเก็บข้อมูล 2 สัปดาห์ หรือจนได้ข้อมูลครบตามที่กำหนด

3) ก่อนดำเนินการทำแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูล ผู้วิจัยอธิบายวัตถุประสงค์ ประโยชน์ของการนำข้อมูลไปใช้ และให้กลุ่มตัวอย่างสอบถามข้อสงสัย รวมทั้งการพิทักษ์สิทธิกลุ่มตัวอย่าง สิทธิในการตอบคำถาม

4) หลังจากรวบรวมแบบสอบถาม ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูล

5) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ และแปลผลการศึกษาวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้

2.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วนตามชนิดของข้อมูล และระบุสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1) สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2) สถิติอนุมาน (inferential statistics) โดยการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Binary Logistic Regression Analysis) เพื่อหาปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเสริมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ซึ่งกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ $p\text{-value} < 0.05$

2.5 จริยธรรมการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ดำเนินการศึกษาหลังจากได้รับการพิจารณารับรองจากคณะศิลปศาสตร์และ

วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ การวิจัยในมนุษย์ เลขที่ 012/2566 เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2566 โดยผู้วิจัยมีการรักษาความลับของข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง และใช้เฉพาะข้อมูลที่จำเป็นในภาพรวมของการศึกษาในการวิเคราะห์ข้อมูลเท่านั้น คำตอบหรือข้อความทุกอย่าง แบบสอบถามที่ตอบเสร็จเรียบร้อยแล้วได้ถูกเก็บมิดชิด มีเพียงผู้วิจัยเท่านั้นที่ได้อ่าน และรับทราบข้อมูล ผลการศึกษาถูกนำเสนอในภาพรวม

ผลการวิจัย

3.1 ข้อมูลทั่วไป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.3 อายุเฉลี่ย 20.5 ปี ($SD=0.96$) ส่วนใหญ่อายุ 20 ปี ร้อยละ 38.7 สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ร้อยละ 27.8 ส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 ร้อยละ 38.4 รายได้ของท่านเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 60.3 เคยซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 74.8 เคยบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 73.5 ส่วนใหญ่ใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมด้วยวิธีการกิน ร้อยละ 56.0 จำนวนเงินที่ซื้อแต่ละครั้ง 801 บาทขึ้นไป ร้อยละ 49.6 และส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมตามอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 81.8

3.2 ข้อมูลการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม

จากผลวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข้อมูลการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ซึ่งแปลผลจากค่ามัธยฐานของคะแนน (36.00) โดยภาพรวมอยู่ในระดับต่ำ ($Mean=35.61$, $SD=5.54$) โดยส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำร้อยละ 57.6

3.3 ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริม

จากผลการวิเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความรู้อยู่ในระดับสูง ($Mean= 4.90$, $SD=1.60$)

ส่วนใหญ่มีความรู้ระดับสูง ร้อยละ 86.1 รองลงมา คือ ความรู้ระดับต่ำ ร้อยละ 13.9 ตามลำดับ

3.4 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม

จากผลวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ตามพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ซึ่งแปลผลจากค่ามัธยฐานของคะแนน (33.00) ภาพรวมอยู่ในระดับต่ำ (Mean=32.08, SD=4.82) โดยส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำร้อยละ 62.9

3.5 ปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ โดยการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Binary Logistic Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยด้านการเคยซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมมีโอกาสในการมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมมากกว่าไม่เคยซื้อ 7.25 เท่า (OR=7.25, 95%CI=3.33-15.78) การเคยบริโภค

ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมมีโอกาสในการมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมมากกว่าไม่เคย 5.95 เท่า (OR=5.95, 95%CI=2.92-12.14) การใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมด้วยวิธี กิน-ฉีดยา มีโอกาสในการมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมมากกว่าไม่เคย 7.76 เท่า (OR=7.76, 95%CI=3.57-16.87) การเคยซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมให้ตัวเอง/ผู้อื่น/ทั้งตัวเองและผู้อื่น มีโอกาสในการมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมมากกว่าไม่เคย 7.76 เท่า (OR=7.76, 95%CI=3.57-16.88) การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมระดับต่ำ มีโอกาสในการมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมมากกว่าระดับสูง 2.96 เท่า (OR=2.96, 95%CI=1.83-4.81) ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ระดับต่ำ มีโอกาสในการมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมมากกว่าระดับสูง 6.80 เท่า (OR=6.80, 95%CI=2.36-19.60) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p\text{-value} < 0.05$ ส่วนปัจจัยด้านเพศ อายุ สาขาวิชา ชั้นปีที่เรียน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนเงินที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในแต่ละครั้ง และความรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริม พบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ โดยการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกแบบตัวแปรเดียว

ตัวแปร	พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมของ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลป ศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัย ราชภัฏศรีสะเกษ		P-value	OR	95%CI
	ระดับสูง (n=112) n(%)	ระดับต่ำ (n=190) n(%)			
การเคยซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม					
เคย	104(92.9)	122(64.2)	<0.001*	7.25	3.33 – 15.78
ไม่เคย	8(7.1)	68(35.8)			
การเคยบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม					
เคย	102(91.1)	120(63.2)	0.045*	5.95	2.92-12.14
ไม่เคย	10(8.9)	70(36.8)			
วิธีการใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม					
กิน-ฉีด	104(92.9)	119(62.6)	0.043*	7.76	3.57 -16.87

ตัวแปร	พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมของ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปะ ศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัย ราชภัฏศรีสะเกษ		P-value	OR	95%CI
	ระดับสูง (n=112) n(%)	ระดับต่ำ (n=190) n(%)			
ไม่เคย	8(7.1)	71(37.4)			
บุคคลที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมให้					
ตัวเอง/ผู้อื่น/ทั้งตัวเองและ ผู้อื่น	104(92.9)	119(62.6)	0.043*	7.76	3.57-16.88
ไม่เคย	8(7.1)	71(37.4)			
ข้อมูลการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม					
ระดับต่ำ	66(58.9)	61(32.6)	<0.001*	2.96	1.82-4.81
ระดับสูง	46(41.1)	126(67.4)			
ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริม					
ระดับต่ำ	108(96.4)	151(79.9)	<0.001*	6.80	2.36-19.60
ระดับสูง	4(3.6)	38(20.1)			

* p-value< 0.05

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัย พบว่า ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริม อยู่ในระดับสูง (Mean= 4.90, SD=1.60) ข้อมูลการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม อยู่ในระดับต่ำ (Mean= 35.61, SD=5.54) พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริม ภาพรวมอยู่ในระดับต่ำ (Mean= 32.08, SD=4.82) แสดงให้เห็นว่าถึงแม้ นักศึกษาระดับปริญญาตรีมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมอยู่ในระดับสูง แต่ในด้านข้อมูลการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม และพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริม ภาพรวมยังอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งการเข้าถึงข้อมูลอาหารเสริมในปัจจุบันการเข้าถึงแหล่งซื้อขายผลิตภัณฑ์อาหารเสริมต่างๆ ส่วนใหญ่เข้าถึงได้ผ่านช่องทางออนไลน์ อย่างเช่น Facebook Line Twitter Tiktok Instagram Website เป็นต้น เนื่องจากเป็นแหล่งที่เข้าถึงได้สะดวก ง่ายและรวดเร็ว ซึ่งการที่นักศึกษาเข้าถึงแหล่งซื้อขายได้ง่ายทำให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมตามที่สื่อต่างๆ มีการโฆษณาซึ่งอาจจะเกินจากความเป็นจริง ซึ่งถึงแม้ว่านักศึกษาจะมีความรู้เกี่ยวกับอาหารเสริมในระดับที่สูง แต่การโฆษณา

ชวนเชื่อจากสื่อก็สามารถทำให้เกิดความต้องการในผลลัพธ์ของอาหารเสริมจากที่สื่อโฆษณาจึงทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อและมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมที่ไม่เหมาะสม เช่น การบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก เมื่อมีความจำเป็นต้องใช้ และการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นจากผลจากผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักที่ควรบริโภค รวมถึงการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจากสรรพคุณที่มีการโฆษณาชวนเชื่อของผู้จำหน่าย ซึ่งนักศึกษาอาจจะยังไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อสุขภาพที่จะตามมา เนื่องจากปัจจุบันเป็นสังคมที่ต้องการความเร่งรีบและรวดเร็วทันสมัย ต้องการเป็นที่ยอมรับของสังคมและมีพฤติกรรมการเลียนแบบศิลปินดาราที่เป็นพรีเซ็นเตอร์ผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลิตภัณฑ์บางยี่ห้อก็ได้มาตรฐานและไม่ได้มาตรฐาน รวมถึงการได้รับสื่อโฆษณาให้หลงเชื่อ จึงก่อให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่ไม่เหมาะสมตามมา สอดคล้องกับการศึกษาของประภาศรี เพลงอินทร์⁸ ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักของนักเรียนอาชีวศึกษาระดับ

ประกาศนียบัตรวิชาชีพ พบว่า การเข้าถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักของนักเรียนผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ เป็นการเข้าถึงได้สะดวก ง่าย และรวดเร็ว ซึ่งการที่นักเรียนเข้าถึงแหล่งซื้อขายได้ ง่ายทำให้นักเรียนได้รับความรู้เพิ่มจากสื่อ แต่สื่อก็มี การโฆษณาชวนเชื่อ ซึ่งทำให้นักเรียนเกิดพฤติกรรม การบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักจาก โฆษณาชวนเชื่อดังกล่าว

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่สัมพันธ์กับ พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์และ วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ พบว่า ปัจจัยด้านการเคยซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมมีโอกาส ในการมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมมากกว่า ไม่เคยซื้อ 7.25 เท่า (OR=7.25, 95%CI=3.33-15.78) การเคยบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมมี โอกาสในการมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริม มากกว่าไม่เคย 5.95 เท่า (OR=5.95, 95%CI=2.92-12.14) การใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ด้วย กิน-ฉีด มีโอกาสในการมีพฤติกรรมการบริโภค อาหารเสริมมากกว่าไม่เคย 7.76 เท่า (OR=7.76, 95%CI=3.57-16.87) การเคยซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร เสริมให้ ตัวเอง/ผู้อื่น/ทั้งตัวเองและผู้อื่น มีโอกาสใน การมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมมากกว่าไม่ เคย 7.76 เท่า (OR=7.76, 95%CI=3.57-16.88) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ P-value < 0.05 เนื่องจากนักศึกษาที่เคยบริโภคผลิตภัณฑ์อาหาร เสริมมาแล้ว จะมีประสบการณ์และมีวิธีการเลือกซื้อ และใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมหลากหลายทั้งที่ได้ มาตรฐานและไม่ได้ตามมาตรฐาน แต่ไม่สอดคล้อง กับผลการศึกษาของ สุพัตรา บุตรราช และคณะ⁹ พบว่า ประวัติการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลด น้ำหนักไม่มีความสัมพันธ์กับการบริโภคผลิตภัณฑ์ อาหารเสริมลดน้ำหนัก

การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหาร เสริม ระดับต่ำ มีโอกาสในการมีพฤติกรรมการ บริโภคอาหารเสริมมากกว่าระดับสูง อยู่ 2.96 เท่า (OR=2.96, 95%CI=1.83-4.81) การรับรู้เกี่ยวกับ

ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมระดับต่ำ มีโอกาสในการมี พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมมากกว่าระดับสูง อยู่ 6.80 เท่า (OR=6.80, 95%CI=2.36-19.60) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ p-value < 0.05 ซึ่งจะเห็นได้ว่า นักศึกษายังมีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและการรับรู้เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในระดับต่ำ ทำให้นักศึกษา ขาดการตระหนักถึงอันตรายและประโยชน์เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่ดีและถูกต้อง ซึ่งจะทำให้ นักศึกษาจะมีโอกาสในการมีพฤติกรรมการบริโภค อาหารเสริมสูงกว่าการรับรู้ระดับสูง ซึ่งจะเห็นได้ว่า เมื่อการรับรู้ระดับต่ำ ก็จะมีผลต่อวิธีการเลือก ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสำหรับการบริโภคที่ดีด้วย ซึ่ง ถ้าผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการการบริโภคแล้ว ก็ จะมีผลต่อทัศนคติ ความเชื่อหรือความรู้สึกจึงทำให้ มีความต้องการบริโภคอาหารเสริมสูง แต่ไม่ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กนกพร มณีมาส¹⁰ พบว่า ทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมอ้าง สรรพคุณลดน้ำหนัก มีความสัมพันธ์กับการบริโภค ผลิตภัณฑ์อาหารอ้างสรรพคุณลดน้ำหนัก

ส่วนปัจจัยด้านเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน พบว่า มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริม ไม่ต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากไม่ว่าจะเป็นเพศหญิงหรือ เพศชายก็มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมไม่ ต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจาก เพศ ปัจจุบันไม่ว่าเพศชาย หรือเพศหญิง ก็มีความต้องการที่จะเป็นที่ยอมรับ ของสังคม จึงมีหาวิธีหรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ อาหารเสริมเพื่อให้สุขภาพร่างกายเป็นที่ยอมรับ เช่นเดียวกับ อายุ เป็นเครื่องบอกถึงสติปัญญา ความรู้ความสามารถในการคิดวิเคราะห์ของบุคคล มีอายุ 20 ปี ขึ้นไปจะมีสติปัญญา ความรู้ ความสามารถในการคิดวิเคราะห์ต่างๆ แต่จะเห็นได้ ว่า ปัจจุบันไม่ว่าจะอายุเท่าใด วัยรุ่น หรือวัยผู้ใหญ่ ก็ล้วนแล้วมีความต้องการเป็นที่ยอมรับของสังคม ต้องการให้ตนเองมีความสวยงาม จึงแสวงหาวิธี แนวทางเพื่อให้ตนเองเป็นที่ยอมรับและดูดีขึ้น ถึงแม้รายได้ต่อเดือนจะไม่มากพอ แต่เพื่อความ สวยงาม บุคคลก็สามารถแสวงหาวิธีเพื่อสุขภาพ

และความงาม ซึ่งวิธีดังกล่าวคือการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมนั่นเอง

ข้อเสนอแนะ

การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริม และข้อมูลการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม มีผลอย่างมากกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริม เนื่องจากข้อมูลต่างๆ จะเป็นข้อมูลที่ดึงดูดความสนใจและความต้องการของนักศึกษา ซึ่งเป็นวัยที่ต้องการการยอมรับในด้านรูปร่างหน้าตา ดังนั้นการโฆษณาชวนเชื่อจากสื่อก็สามารถทำให้เกิดความต้องการในผลลัพธ์ของอาหารเสริมจากที่สื่อโฆษณา จึงทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อและมีพฤติกรรมการ

บริโภคอาหารเสริมที่ไม่เหมาะสม จึงควรมีการควบคุมการโฆษณาผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจากสื่อต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ตรงตามความจริง

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณะศิลปศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ และนักศึกษาทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

1. Smith J. The rise of dietary supplements: Trends among young adults. Nutrition Today. 2019; 54(4): 186-192.
2. Johnson M, & Young S. Influence of social media on dietary supplement use among college students. Journal of Health Communication. 2020; 25(6): 567-580.
3. อมรชัย หาญผดุงธรรม [อินเทอร์เน็ต]. หมอชาวบ้าน [เข้าถึงเมื่อ 22 สิงหาคม 2566]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.doctor.or.th/columnist/list/4121?vid=10>
4. ศิวรักษ์ กิจชนะไพบูลย์. พฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง. วารสารวิจัยสาธารณสุขศาสตร์. 2555; 39 (ฉบับพิเศษ): 20.
5. Williams K. Potential health risks of dietary supplement overconsumption. American Journal of Public Health 2021; 111(3): 411-417
6. Wayne WD. Biostatistics: A foundation of analysis in the health sciences. 6 th ed. New York: John Wiley & Sons; 1995.
7. Cronbach LJ. Essential of psychology testing. New York: Harper; 1984.
8. ประภาศรี เพลงอินทร์. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักของนักเรียนอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ [วิทยานิพนธ์หลักสูตรสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต]. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา; 2566.
9. สุพัตรา บุตรราช, สุพัชชา ศรีนา, จิรพร ไพศาล, เจนจิรา แสนสิทธิ์, พรรณธิภา จันทร์อ่อน. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครอุดรธานี. วารสารการแพทย์โรงพยาบาลศรีสะเกษ สุรินทร์ บุรีรัมย์. 2561; 33(3): 359-374.
10. กนกพร มณีมาศ, ผกามาศ ไมตรีมิตร. ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอangsรรพคุณลดน้ำหนักของนักเรียนหญิงระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ:กรณีศึกษาวิทยาลัยเทคนิคราชบุรี. วารสารเภสัชกรรมไทย. 2662; 11(4): 775-787.