



พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลัง ของนิสิตพยาบาล มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

The Behaviors of Consuming Dietary Supplementary Products and Energy Drinks among Nursing Students, Srinakharinwirot University

จารุวรรณ ไม้ตระกูล¹ ศรีสุตา รัศมีพงศ์¹ มยุรฉัตร กันยะมี¹ นวรัตน์ จงเจษฎ์² มณีรัตน์ จับจิตต์³

Jaruwan Phaitrakoon¹ Srisuda Rassameepong¹ Mayurachat Kanyamee¹ Nawarat Chongchet² Maneerat Jubjitt³

¹คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ²โรงพยาบาลสุรินทร์

³โรงพยาบาลวชิรพยาบาล คณะแพทยศาสตร์วชิรพยาบาล มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช

¹Faculty of Nursing, Srinakharinwirot University, ²Surin Hospital

³Vajira Hospital, Faculty of Medicine, Navamindradhiraj University

Corresponding author: Jaruwan Phaitrakoon; Email: jaruwanph@g.swu.ac.th

Received: April 26, 2021 Revised: February 25, 2022 Accepted: June 24, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงสำรวจมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมบริโภค และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลังของนิสิตพยาบาล มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ชั้นปี 1-4 จำนวน 196 คน ใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สเปียร์แมน ผลจากการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ร้อยละ 49.00 และซื้อเครื่องดื่มบำรุงกำลัง ร้อยละ 41.80 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร คือ เกรดเฉลี่ยสะสม และด้านคุณภาพและความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r_s=.15$ และ $.33$) ซึ่งจะแปลผลได้ว่า เกรดเฉลี่ยสะสม และทัศนคติของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มบำรุงกำลัง พบว่าปัจจัยช่องทางการจำหน่าย มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มบำรุงกำลังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r_s=.16$) ผลการวิจัยในครั้งนี้ นำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาหรือออกแบบโปรแกรมในการแก้ปัญหาการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลังของนิสิตพยาบาล ซึ่งเป็นผู้นำด้านการสร้างเสริมสุขภาพแก่ประชาชน โดยเน้นความสำคัญของการบริโภคอาหาร และลดการใช้เครื่องดื่มบำรุงกำลังที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ

คำสำคัญ: เครื่องดื่มบำรุงกำลัง; นิสิตพยาบาลศาสตร์; พฤติกรรมการบริโภค; ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร



The Behaviors of Consuming Dietary Supplementary Products and Energy Drinks among Nursing Students, Srinakharinwirot University

Jaruwan Phaitrakoon¹ Srisuda Rassameepong¹ Mayurachat Kanyamee¹ Nawarat Chongchet² Maneerat Jubjitt³

¹Faculty of Nursing, Srinakharinwirot University, ²Surin Hospital

³Vajira Hospital, Faculty of Medicine, Navamindradhiraj University

Corresponding author: Jaruwan Phaitrakoon; Email: jaruwanph@g.swu.ac.th

Received: April 26, 2021 Revised: February 25, 2022 Accepted: June 24, 2022

Abstract

The aim of this study was to find out the consumption behaviors and factors correlated with consuming dietary supplements and energy drinks among nursing students of Srinakharinwirot University. The sample consisted of 196 nursing students (1–4 years). The statistics used to analyze the data were percentage, mean and standard deviation, and Spearman's rank correlation coefficient. The main findings showed that 49.00% of the sample consumed dietary supplementary products and 41.80% consumed energy drinks. The factors related to the consumption of dietary supplements were: Grade Point Average (GPA) and knowledge of quality and reliability of the product; the correlation coefficients (r_s) were .15 and .33 ($p=.03$, .01), respectively, which means that the GPA and knowledge of quality and reliability of the product varies consumption level of dietary supplements. The factor related to the level of energy drink consumption was the distribution channel. The correlation coefficient (r_s) was .16 ($p=.02$) which means that energy drink consumption level varies with distribution channel. The results of this study can be used as basic information for the design and development of programs to address consumption behavior problems of dietary supplements and energy drinks among nursing students, who are leaders in public health promotion. The emphasis should be on the importance of reducing energy drink consumption that impacts health.

Keywords: energy drinks; nursing students; consumption behavior; dietary supplements



ความเป็นมาและความสำคัญ

ปัจจุบันการบริโภคของประชาชนมีความเสี่ยงต่อสุขภาพ โดยเฉพาะเรื่องคุณค่าของอาหารที่รับประทาน ซึ่งนิยมบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์สุขภาพที่สามารถซื้อได้ง่ายและได้รับความนิยมจากผู้บริโภค เนื่องจากเชื่อว่าจะทำให้ได้รับสารอาหารเพิ่มมากขึ้น พฤติกรรมดังกล่าวส่วนมากพบในคนวัยรุ่นและวัยทำงาน โดยมีสาเหตุจากการขยายตัวของสังคมเมืองอย่างรวดเร็ว และแรงผลักดันทางเศรษฐกิจ ทำให้คนต้องทำงานนอกบ้านมากขึ้นการรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในปัจจุบันมีเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ด้วยการสร้างแรงจูงใจต่อผู้บริโภคในรูปแบบการขาย การโฆษณา การส่งเสริมการขายที่หลากหลาย ประกอบกับแนวโน้มทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในประเทศไทย มีการแข่งขันทางด้านราคาและการจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อมากขึ้น¹ จากการสำรวจความคิดเห็นในเรื่องพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของประชาชนอายุ 15 ปี ขึ้นไป 4 ภาค รวมกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 512 คนในเดือนตุลาคม 2559 พบว่ากลุ่มตัวอย่างยังมีความเข้าใจในเรื่องการรับประทานอาหารที่ไม่ถูกต้อง โดยร้อยละ 70 คิดเห็นว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นสิ่งจำเป็นต้องรับประทานเป็นประจำ พบในกลุ่มอายุ 21-30 ปีมากที่สุดร้อยละ 74² ซึ่งผลิตภัณฑ์เสริมอาหารคือผลิตภัณฑ์ที่ใช้รับประทานนอกเหนือจากการรับประทานอาหารตามปกติ โดยจะมีส่วนประกอบของสารอาหารและอาจมีส่วนประกอบอื่น ๆ เช่น เอนไซม์ หรือ โยเกิร์ตผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนั้นไม่เหมือนกับยา (drugs) จึงไม่มีผลในการป้องกันหรือรักษาโรค และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้สำหรับบุคคลทั่วไปที่ต้องการดูแลสุขภาพ ไม่ใช่ผู้ป่วย ในทางเภสัชกรรม “ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร” จะแตกต่างจาก “อาหารเสริม (dietary supplement)” ซึ่ง อาหารเสริม หมายถึงอาหารที่รับประทานเพิ่มเติมนอกเหนือจากอาหารหลัก(อาหารมีประโยชน์ 5 หมู่) โดยการให้อาหารเสริมมีวัตถุประสงค์ต่าง เช่น เพื่อช่วยให้สุขภาพแข็งแรง เพื่อเพิ่มพลังงานให้กับร่างกาย หรือเพื่อช่วยให้ร่างกายมีการเจริญเติบโตที่ดี เป็นต้น

นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลังเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคมากขึ้นและกำลังเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในกลุ่มคนทำงานเกือบทุกสาขาอาชีพทั้งหญิงและชาย โดยเฉพาะกลุ่มผู้ใช้แรงงานทางด้านอุตสาหกรรมหรือกลุ่มคนที่ต้องออกกำลังในการทำงานและกิจกรรมต่าง ๆ ทำให้เกิดอาการอ่อนเพลียเมื่อยล้าหลังจากการทำงานหรือกิจกรรมดังกล่าว เนื่องจากเครื่องดื่มบำรุงกำลัง มีสาร “เคเฟอีน” จึงเป็นสารตัวสำคัญที่ช่วยกระตุ้นให้ร่างกายสดชื่นได้ สารเหล่านี้มักจะอยู่ในเครื่องดื่มประเภท ชา (tea) กาแฟ (coffee) หรือเครื่องดื่มบำรุงกำลังยี่ห้อต่าง ๆ ที่มีส่วนผสมหลัก คือ “สารเคเฟอีน” ในปริมาณที่ไม่เกิน 50 มิลลิกรัม ต่อ 1 ขวด ที่ออกฤทธิ์กระตุ้นประสาททำให้รู้สึกตื่นเต้นและสดชื่นในบางรายที่บริโภคเครื่องดื่มบำรุงกำลังอาจจะนอนไม่หลับได้เช่นกัน ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลังขณะนี้เป็นที่นิยมบริโภคกันอย่างแพร่หลายมีกลุ่มเป้าหมายของตลาดผู้บริโภคที่กว้างขึ้นเพราะนอกจากจะมีกลุ่มผู้ใช้แรงงานแล้วยังมีบุคคลทั่วไป นิสิต นักศึกษา ที่หันมาดื่มเครื่องดื่มบำรุงกำลังเพิ่มขึ้น เพื่อต้องการความสดชื่นให้ร่างกายและใช้ในการอ่านหนังสือสอบ เมื่อมีกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้นผู้ประกอบการหลายรายเล็งเห็นถึงยอดขายอันมหาศาลจึงแข่งขันผลิตเครื่องดื่มบำรุงกำลังออกมามากหลายรูปแบบเพื่อขยายตลาดและตอบสนองความต้องการของตลาดในกลุ่มแต่ละกลุ่ม ทำให้การทำธุรกิจประเภทเครื่องดื่มบำรุงกำลังมีการแข่งขันชิงส่วนแบ่งทางการตลาดมากขึ้น³

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าอัตราการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักศึกษาพยาบาล พบว่ามีส่วนใหญ่มักมีการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (ร้อยละ 79.80) เนื่องจากมีทัศนคติว่าการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงสุขภาพร่างกายให้แข็งแรง (ร้อยละ 54.22) โดยการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมาจากเพื่อนให้คำแนะนำซึ่งมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้ออาหารเสริม (ร้อยละ 40.96) และซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ร้านขายยา⁴ นอกจากนี้พบว่าตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการรับประทานอาหารเสริม และเครื่องดื่มบำรุงกำลัง ได้แก่ อายุ ผลิตภัณฑ์ ราคา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด⁵⁻⁶ ทั้งนี้พยาบาลเป็นวิชาชีพที่ให้บริการสุขภาพแก่ประชาชน บทบาทของการสร้างเสริมสุขภาพจึงเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะพฤติกรรมการรับประทานอาหาร ที่รวมไปถึงการบริโภคอาหารเสริม และเครื่องดื่มบำรุงกำลัง เนื่องจากการสร้างเสริมสุขภาพควรเริ่มต้นส่งเสริมตั้งแต่การเป็นนิสิตพยาบาล ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจทำงานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลัง ของนิสิตพยาบาล



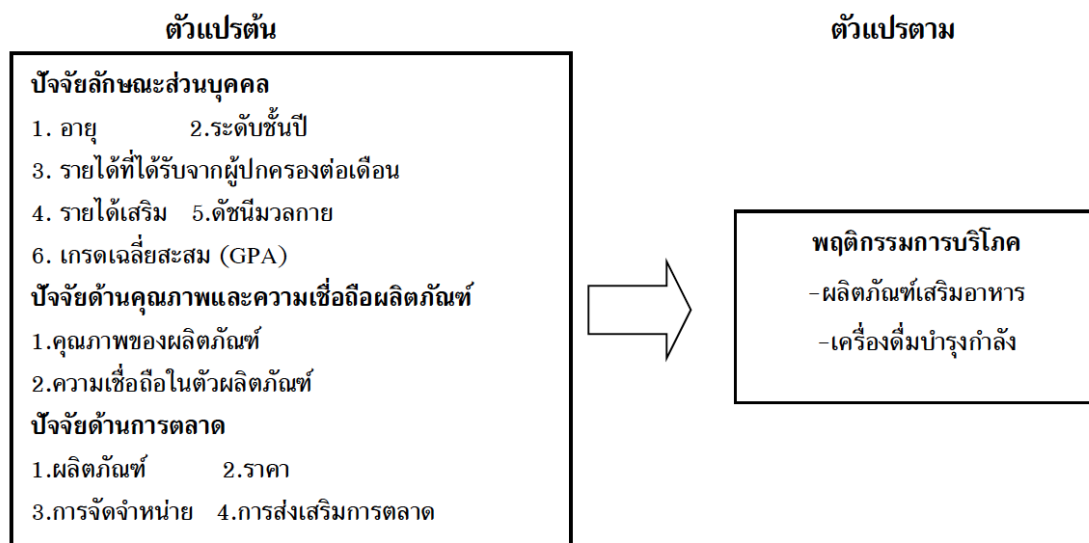
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ” เพื่อศึกษาพฤติกรรมบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลัง และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลังของนิสิตพยาบาล มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประกอบไปด้วย ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านคุณภาพและความเชื่อถือผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการตลาด โดยเพิ่มปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลที่น่าสนใจ เช่น เกรดเฉลี่ยสะสม (GPA) และดัชนีมวลกายในการทำวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวยังไม่มีการศึกษาในต่างประเทศเหล่านี้ อย่างไรก็ตามผลของงานวิจัยนี้สามารถเป็นแนวทางในการสร้างเสริมสุขภาพในการเลือกรับประทานอาหารถูกต้องต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลังของนิสิตพยาบาล
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลังของนิสิต

พยาบาล

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยการศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาแบบภาคตัดขวาง (cross-sectional descriptive study)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ นิสิตปริญญาตรี คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัย

ศรีนครินทรวิโรฒ ปีการศึกษา 2561 จำนวน 487 คน (นิสิตชั้นปีที่ 1 2 3 และ 4 จำนวน 116 117 94 และ 160 คน ตามลำดับ) ขนาดกลุ่มตัวอย่าง คำนวณโดยใช้สูตร กรณีที่ประชากรมีจำนวนแน่นอน ของ Yamane⁷ ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 196 คน การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) ด้วยการจับฉลาก ชั้นปี ละ 49 คน เก็บข้อมูลการวิจัยตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2561-มกราคม พ.ศ. 2562

การพิทักษ์สิทธิกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ได้ผ่านการรับรองจริยธรรมวิจัยจากคณะกรรมการสำหรับพิจารณาโครงการที่ทำในมนุษย์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ หมายเลขการรับรองจริยธรรม SWUEC-028/61E ลงวันที่ 23 เมษายน 2561 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ได้รับการยินยอมให้ข้อมูล โดยผู้วิจัยได้แนะนำตัว อธิบายวัตถุประสงค์การวิจัย ชี้แจงเอกสารผู้มีส่วนร่วมในงานวิจัย และให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ลงนามยินยอมเข้ารับการวิจัยด้วยความสมัครใจ หากมีผลต่อการเรียนกลุ่มตัวอย่าง สามารถยกเลิกการทำแบบสอบถามได้ทันที

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นใช้แบบสอบถามพฤติกรรมและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลัง ของนิสิตพยาบาล มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง ซึ่งแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ โดยแบบสอบถามนี้ได้ดัดแปลงมาจาก แบบสอบถามวิจัยปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงสมอง และความจำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทางอินเทอร์เน็ต⁵⁻⁶

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนิสิตคณะพยาบาลศาสตร์เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (check list) ได้แก่ ระดับชั้นปีที่ศึกษา รายได้ต่อเดือน และรายได้เสริมของนิสิต โดยเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด อายุ เกรดเฉลี่ยสะสม (GPA) และดัชนีมวลกาย เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิดโดยให้เติมคำตอบตามความเป็นจริง

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลัง ประกอบด้วยด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และความน่าเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์ เป็นแบบมาตราประมาณค่า (rating scale) มี 5 ระดับ แบ่งเป็น มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

แบบสอบถาม แต่ละข้อวิเคราะห์ข้อมูล โดยหาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีเกณฑ์พิจารณา คือ ระดับคะแนน 4.50–5.00, 3.50–4.49, 2.50–3.49, 1.50–2.49, และ 1.00–1.49 หมายถึง มีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลังในระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลัง ในระยะเวลา 6 เดือน ประกอบด้วย ความถี่ ปริมาณ ราคา ชนิด และสถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์ โดยเป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิดให้เติมคำตอบตามความเป็นจริง

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลัง ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และส่งเสริมการตลาดเป็นแบบมาตราประมาณค่า (rating scale) มี 5 ระดับ แบ่งเป็น มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยเกณฑ์การแปลความหมายแบบเดียวกับแบบประเมิน ใน ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลัง

คุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่สร้างขึ้นได้ผ่านการตรวจสอบความตรงของเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาเพื่อทดสอบดัชนีความเที่ยงตรง (content validity index: CVI) ในแบบสอบถามประกอบด้วย

1) ทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลัง 2) ด้านปัจจัยทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลัง ได้ค่า CVI เท่ากับ 1 นอกจากนี้ ได้มีการประเมินความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน จำนวน 30 คน โดยใช้วิธีสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .79 และ .88 ตามลำดับ



การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป เช่น อายุ ระดับชั้นปีที่ศึกษา รายได้ต่อเดือน รายได้เสริมของนิสิต เกรดเฉลี่ยสะสม (GPA) ดัชนีมวลกาย และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลังของนิสิตคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. วิเคราะห์ความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลังของนิสิตพยาบาล มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒโดยใช้สถิติ Spearman's correlation coefficient (rs) หรือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สเปียร์แมน

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนิสิต

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 196 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 92.30 ส่วนใหญ่อายุ 21 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 26 ดัชนีมวลกายส่วนใหญ่อยู่ในระดับเกณฑ์ที่ปกติเท่ากับร้อยละ 56.60 เกรดเฉลี่ยสะสม (GPA) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 4,001-5,000 บาท จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 37.20 ซึ่งมีรายได้เสริม จำนวน 9 คน ส่วนใหญ่มีรายได้เสริมไม่เกิน 4,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 77.80

ส่วนที่ 2 เหตุผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลัง

ข้อมูลเหตุผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลังขึ้นกับคุณภาพ โดยนักศึกษาเห็นด้วยในด้านตัวยาที่มีอยู่ในผลิตภัณฑ์ และสรรพคุณที่มีอยู่ในผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลาง (mean=3.47 SD=.88) และมาก (mean=3.76 SD=.84) ตามลำดับ และในส่วนของความน่าเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์พบว่านักศึกษาพิจารณาจากผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงและได้รับความนิยม คนที่รู้จักเคยทดลองใช้ ได้รับการรับรองจากสถาบันทางการแพทย์ หรือสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) อยู่ในระดับมาก (mean=3.63 SD=.85, mean=3.69 SD=.94 และ mean=4.37 SD=.74 ตามลำดับ) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นหรือเหตุผลของการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (n=196)

ข้อ	รายการ	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					$\bar{X}$ (SD)	ผลลัพธ์
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
คุณภาพของผลิตภัณฑ์								
1	ตัวยาที่มีอยู่ในผลิตภัณฑ์	22 (11.20)	76 (38.80)	76 (38.80)	18 (9.20)	4 (2.00)	3.47 (.88)	ปานกลาง
2	สรรพคุณที่มีอยู่ในผลิตภัณฑ์	37 (18.90)	89 (45.40)	59 (30.10)	9 (4.60)	2 (1.00)	3.76 (.84)	มาก
ความน่าเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์								
1	ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยม	27 (13.80)	90 (45.90)	63 (32.20)	13 (6.60)	3 (1.50)	3.63 (.85)	มาก
2	คนที่รู้จักเคยทดลองใช้	33 (16.80)	96 (49.00)	48 (24.50)	12 (6.10)	7 (3.60)	3.69 (.94)	มาก
3	ได้รับการรับรองจากสถาบันฯ	102 (52.00)	68 (34.70)	25 (12.80)	0 (.00)	1 (.50)	4.37 (.74)	มาก



ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และเครื่องดื่มบำรุงกำลัง ในระยะเวลา 6 เดือน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของพบว่า กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 196 คน พบซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์ 1-2 ครั้ง/เดือนจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 81.20 ปริมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์ 1-2 ชิ้น/ครั้งจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 90.60 ค่าใช้จ่าย (ต่อ 1 ชิ้น) 101-500 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 48.80 และกลุ่มตัวอย่างบริโภคเครื่องดื่มบำรุงกำลัง จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 41.80 ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์ 1-2 ครั้ง/เดือน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 63.40 ปริมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์ 1-2 ชิ้น/ครั้ง จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 92.70 ค่าใช้จ่าย (ต่อ 1 ชิ้น) 1-100 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 97.60 สถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และเครื่องดื่มบำรุงกำลัง ส่วนใหญ่ซื้อที่ร้านสะดวกซื้อ (7-11) รองลงมาคือร้านขายยา และห้างสรรพสินค้า ตามลำดับ โดยผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ซื้อบ่อย 3 อันดับแรก คือวิตามินซี ชุปไก่สกัด และน้ำมันตับปลา ส่วนเครื่องดื่มบำรุงกำลังที่ซื้อบ่อย 3 อันดับแรก กาแฟ (coffee) M150 (energy drink) และ สปอนเซอร์ (sports drink)

ตารางที่ 2 แสดงพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (n=96 คน) และเครื่องดื่มบำรุงกำลัง (n=82 คน)

รายละเอียด	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (n=96)		เครื่องดื่มบำรุงกำลัง (n=82)	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.การซื้อแบบบริโภค				
-ซื้อ	96	49.00	82	41.80
-ไม่ซื้อ	100	51.00	114	58.20
2.ความถี่ในการซื้อ				
-1-2 ครั้ง	78	81.20	52	63.40
-3-4 ครั้ง	15	15.70	20	24.40
-≥5 ครั้ง	3	3.10	10	12.20
3.ปริมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์				
-1-2 ชิ้น/ครั้ง	87	90.60	76	92.70
-3-4 ชิ้น/ครั้ง	7	7.30	4	4.90
-≥5 ชิ้น/ครั้ง	2	2.10	2	2.40
4.ค่าใช้จ่าย (ต่อ 1 ชิ้น)				
-1-100 บาท	36	43.90	80	97.60
-101-500 บาท	40	48.80	2	2.40
- > 501 บาท	6	7.30	0	.00

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลัง

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลัง โดยใช้สถิติ Spearman's correlation coefficient (r_s) พบว่า เกรดเฉลี่ยสะสม (GPA) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r_s) เท่ากับ .15 ($p<.05$) คุณภาพและความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r_s) เท่ากับ .33 ($p<.01$) และช่องทางการจำหน่าย พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r_s) เท่ากับ .16 ($p<.05$) ดังแสดงในตารางที่ 3



ตารางที่ 3 ปัจจัยมีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลัง

ปัจจัยส่วนบุคคล	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร		เครื่องดื่มบำรุงกำลัง	
	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r_s)	Sig.	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r_s)	Sig.
ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล				
อายุ	-.03	.65	-.03	.65
ระดับชั้นปี	-.01	.92	-.08	.23
เกรดเฉลี่ยสะสม (GPA)	.15	.03*	.01	.81
รายได้จากผู้ปกครอง/เดือน	.10	.15	.08	.23
รายได้เสริม/เดือน	.027	.70	.13	.05
ปัจจัยด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์				
คุณภาพและที่น่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์	.33	.01**	.06	.36
ปัจจัยด้านการตลาด				
ปัจจัยผลิตภัณฑ์	.07	.29	.02	.76
ปัจจัยราคา	.07	.30	.03	.62
ปัจจัยช่องทางการจำหน่าย	.01	.95	.16	.02*
ปัจจัยส่งเสริมการขาย	.01	.97	-.03	.67

* $p < .05$, ** $p < .01$

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลัง ของนิสิตพยาบาลมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ” สามารถนำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้ดังนี้

1. พฤติกรรมของการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลังของนิสิตพยาบาล มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พบว่ากลุ่มตัวอย่างซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารถึงร้อยละ 49.00 ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์ 1-2 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 81.20 และกลุ่มตัวอย่างบริโภคเครื่องดื่มบำรุงกำลัง ร้อยละ 41.80 ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์ 1-2 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 63.40 โดยสถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และเครื่องดื่มบำรุงกำลัง ส่วนใหญ่ซื้อที่ร้านสะดวกซื้อ (7-11) รองลงมาคือร้านขายยา และห้างสรรพสินค้า ตามลำดับ โดยผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ซื้อบ่อย 3 อันดับแรก คือวิตามินซี ชูปไก่สกัด และน้ำมันตับปลา ส่วนเครื่องดื่มบำรุงกำลังที่ซื้อบ่อย 3 อันดับแรก M150 (energy drink) และ สปอนเซอร์ (sports drink) สอดคล้องกับการศึกษาของบรรจง พลไชย⁴ ที่ศึกษาการแปรรูปผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักศึกษาพยาบาล พบว่า ส่วนมากซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทุก 1 เดือน (ร้อยละ 34.34) และซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ร้านขายยา และสอดคล้องกับการศึกษาของกฤษฎา กุลกระจำ และสุวลี โลวีรกรณ⁵ ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มส่งเสริมสุขภาพของนักศึกษา วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาเลือกซื้อเครื่องดื่มที่ร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 97.70 เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสรรพคุณ และโฆษณาที่มิดารา ที่ได้รับความนิยม

จากกลุ่มวัยรุ่น โดยซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากร้านขายยา หรือจากแหล่งที่ซื้อได้ง่าย ที่สามารถได้รับคำปรึกษาและช่วยในการตัดสินใจในการซื้อผลิตภัณฑ์จากพนักงานขาย หรือเภสัชกรประจำร้านซึ่งเป็นผู้มีความรู้ในการให้คำแนะนำในการบริโภค จะเห็นว่าจากหลายการศึกษาแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มเสริมสุขภาพของนักศึกษาพยาบาลที่มีพฤติกรรมที่ใกล้เคียงกัน

นอกจากนี้ชนิดของเครื่องดื่มบำรุงกำลังที่บริโภคอันดับแรกของนิสิตพยาบาล มีความสอดคล้องกับการศึกษาของจิราภรณ์ เสวตะ⁹ ที่ศึกษาการดื่มเครื่องดื่มชูกำลังของผู้ใหญ่ใช้แรงงานในตำบลต้นธง อำเภอมือง จังหวัดลำพูน พบว่ากลุ่มตัวอย่างบริโภคเครื่องดื่มชูกำลังอันดับแรก คือ กาแฟ (coffee) (ร้อยละ 67.8) เช่นเดียวกัน โดยเหตุผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลัง ประกอบด้วย 1) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ในด้านตัวยาที่มีอยู่ในผลิตภัณฑ์ และสรรพคุณที่มีอยู่ในผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลางและมากตามลำดับ และ 2) เหตุผลที่ทำให้เชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยม คนที่รู้จักเคยทดลองใช้ ได้รับการรับรองจากสถาบันทางการแพทย์ หรือสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) อยู่ในระดับมาก การที่นิสิตพยาบาลมีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลังที่ดี อาจเป็นเพราะนิสิตมีความเชื่อว่าการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อร่างกาย ร่วมกับกระแสของการบริโภคผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในกลุ่มวัยรุ่นที่มีการโฆษณาอยู่ทั่วไปทุกช่องทางการสื่อสารจนเป็นเรื่องปกติในชีวิตประจำวัน ประกอบกับการเรียนและการทำงานพยาบาลที่ต้องพักผ่อนไม่เป็นเวลาทำให้การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลังเป็นเรื่องปกติ ซึ่งเป็นไปตามการศึกษาของ ประจักษ์วงศ์ และภัทรระ แสนไชยสุริยา¹ ที่ได้ศึกษาความซุกและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการบริโภคอาหารของบุคลากรในโรงพยาบาลสกลนคร ผลการศึกษาพบว่า บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร 1 ครั้งต่อวัน และเหตุผลในการบริโภคคือ เพื่อบำรุงร่างกาย และสอดคล้องกับการศึกษาของ บรรจง พลไชย⁴ ที่ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักศึกษาพยาบาล มหาวิทยาลัยนครพนม พบว่ามีกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงสุขภาพร่างกายให้แข็งแรง (ร้อยละ 54.22) อย่างไรก็ตามการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลังเป็นสิ่งที่ไม่จำเป็นต้องบริโภคเนื่องจากผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีส่วนประกอบของสารอาหาร และอาจมีส่วนประกอบอื่น ๆ เช่น เอนไซม์ หรือ โยอาหาร ซึ่งไม่มีผลในการป้องกันหรือรักษาโรค ส่วนเครื่องดื่มบำรุงกำลังจะมีสารเคเฟอีน ที่ออกฤทธิ์กระตุ้นประสาททำให้รู้สึกตื่นเต้นและสดชื่น⁹ หากร่างกายมีการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ได้รับสารอาหารครบถ้วน และนอนหลับพักผ่อนที่เพียงพอก็ไม่จำเป็นต้องบริโภคผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลังของนิสิตพยาบาลมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปัจจัยมีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร คือ เกรดเฉลี่ยสะสม และคุณภาพและความเชื่อถือของผลิตภัณฑ์มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r=.15$ และ $.33$) ซึ่งจะแปลผลได้ว่า เกรดเฉลี่ยสะสม และคุณภาพและความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร จากผลการวิจัยนี้สินธุ์ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร 3 อันดับแรก คือ วิตามินซี ซูเปอร์โกลด์ และน้ำมันตับปลา ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีสรรพคุณในการบำรุงร่างกายและสมอง อาจส่งผลให้เพิ่มสมรรถนะของร่างกายในการเตรียมความพร้อมของการสอบได้ดี หรืออาจเป็นเพราะกลุ่มนิสิตที่มีเกรดเฉลี่ยหรือคะแนนในการสอบที่ดีอยู่แล้ว ต้องการรักษาระดับการเรียนให้สม่ำเสมอ จึงต้องพึ่งผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากการแนะนำของนิสิตที่เคยบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแล้วได้ผลการเรียนที่ดี ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มบำรุงกำลัง พบว่าปัจจัยช่องทางการจำหน่าย มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มบำรุงกำลัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r=.16$) ซึ่งจะแปลผลได้ว่า ช่องทางการจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มบำรุงกำลัง



ผลการวิจัยสอดคล้องกับการศึกษาของ จิตาภา พรหมสวาสดี⁵ นัทธมน เดชประภัสสร⁶ และ ญาดาณัฐ โชติวิจิตร¹⁰ พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลัง ทั้งนี้ จากการศึกษาของ ปราธณา พะสิม และวิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ¹¹ ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคพบว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นสิ่งที่สำคัญมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อสินค้า นอกจากนี้จากการศึกษาของ ชวัล วิณิชยพันธ์ และปรีชา วิจิตรธรรมรส¹² ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนัก ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่าถ้าผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น 1 ระดับ มีโอกาสที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ฯ เพิ่มขึ้นประมาณ 63% ดังนั้นปัจจัยช่องทางการจำหน่าย มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มบำรุงกำลังที่สำคัญมาก และทำให้ผลิตภัณฑ์สินค้าต่างๆ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายในกลุ่มนักเรียนนักศึกษา โดยที่กลุ่มผู้บริโภคยังไม่ได้ศึกษาประโยชน์ หรือความจำเป็นของการบริโภคผลิตภัณฑ์ดังกล่าวที่มากพอ โดยในปัจจุบันช่องทางการตลาดผ่านระบบออนไลน์เป็นที่นิยมมาก จากการศึกษาของ ปิยะมาภรณ์ ช่วยชูหนู¹³ ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์ พบว่าช่องทางการซื้อสินค้าบ่อยที่สุด คือ Facebook ประเภทสินค้าที่ซื้อบ่อยที่สุด คือ สินค้าแฟชั่น อย่างไรก็ตามขัดแย้งกับการศึกษาหลายชิ้น¹⁴⁻¹⁶ ที่พบว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมมีความสัมพันธ์กับปัจจัยอื่นๆ เช่น ประเภท ราคาของผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด และภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

จากผลงานวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลังของนิสิตพยาบาล ประกอบด้วยปัจจัยด้านอายุ และระดับชั้นปี อาจเป็นเพราะว่ากลุ่มตัวอย่างนั้นมาจากการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) ด้วยการจับฉลาก ชั้นปี ละ 49 คน ดังนั้นอายุและระดับชั้นปีของกลุ่มตัวอย่างจึงมีขนาดเท่ากันจึงไม่มีความสัมพันธ์กันกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลัง ส่วนรายได้จากผู้ปกครอง และรายได้เสริม ไม่มีความสัมพันธ์กับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลัง อาจเป็นเพราะว่านิสิตเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มบำรุงกำลัง ในความถี่ และปริมาณที่ซื้อไม่มาก ประกอบกับราคาไม่แพง จึงไม่สัมพันธ์กับรายได้จากผู้ปกครอง และรายได้เสริม ส่วนปัจจัยผลิตภัณฑ์ ราคา และส่งเสริมการขาย เป็นเพียงปัจจัยองค์ประกอบที่ไม่สัมพันธ์กับการเลือกซื้อ แต่จะเน้นช่องทางการจำหน่ายที่สะดวกต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และเครื่องดื่มบำรุงกำลัง เนื่องจากส่วนใหญ่ซื้อที่ร้านสะดวกซื้อ (7-11) มีอยู่ใกล้กับหอพักนิสิต ทำให้สามารถซื้อได้ตลอดเวลาที่ต้องการ

สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 196 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 92.30 ส่วนใหญ่อายุ 21 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 26 ดัชนีมวลกายส่วนใหญ่อยู่ในระดับเกณฑ์ที่ปกติเท่ากับร้อยละ 56.60 เกรดเฉลี่ยสะสม (GPA) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 4,001-5,000 บาท จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 37.20 ซึ่งมีรายได้เสริม จำนวน 9 คน ส่วนใหญ่มีรายได้เสริมไม่เกิน 4,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 77.80

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ได้แก่

- 1) เกรดเฉลี่ยสะสม พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r_s) เท่ากับ .15 และค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .03 ($p<.05$) ซึ่งหมายถึง เกรดเฉลี่ยสะสมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
- 2) คุณภาพและความเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r_s) เท่ากับ .33 และค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .01 ($p<.01$) ซึ่งหมายถึง คุณภาพและความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ



ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มบำรุงกำลัง ได้แก่

1) ปัจจัยช่องทางการจำหน่าย พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r_s) เท่ากับ .16 และค่านัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ .02 ($p < .05$) ซึ่งหมายถึง ช่องทางการจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มบำรุงกำลัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงร้อยละของนิสิตพยาบาลศาสตร์ ที่บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และเครื่องดื่ม บำรุงกำลัง สามารถเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาหรือออกแบบโปรแกรมในการแก้ปัญหาการบริโภคอาหารที่อาจจะส่งผล ต่อสุขภาพของนิสิตได้ การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปควรมีการทำการศึกษานิสิตที่เรียนในหลักสูตรวิทยาศาสตร์สุขภาพ สาขาอื่น ๆ เพื่อทราบข้อมูลการบริโภค และปัจจัยที่ส่งผลให้นิสิตบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และเครื่องดื่มบำรุงกำลังต่อไป

กิจกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่สนับสนุนเงินรายได้คณะพยาบาลศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ 2562 และนิสิตคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่ร่วมมือในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

References

1. Prajukwong R, Sanchaisuriya P. Prevalence and factors related to dietary supplement consumption of personnel in Sakon Nakhon Hospital. Journal of Sakon Nakhon Hospital 2013;16(2):60-8.(in Thai)
2. Jittasirinuwat P. The survey found 70% of Thai mistakenly believe that supplementation is necessary to eat regularly [internet]. 2020 [cited 21 February 2017]. Available from: <https://www.hfocus.org/content/2017/02/13475>.(in Thai)
3. Prachachatturakit A. Energy drink competition 3.6 billion [internet]. 2018 [cited: 1 August 2019]. Available from: http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1486359105.(in Thai).
4. Ponchai B. A study of attitude and dietary supplement product consumption behavior among nursing student in Nakhon Phanom University. FDA Journal 2016;Jan-April:51-7.(in Thai).
5. Promsavast T. Marketing mix factors affecting maintaining brain and memory supplements' buying behavior of consumers in Bangkok [Master thesis]. Bangkok: Srinakharinwirot University;2012.(in Thai)
6. Dejpraporn N. Factors affecting online purchase decisions for dietary supplements in Thailand [Master thesis]. Bangkok: Thammasat University;2015.(in Thai)
7. Yothongyod M. Sawadisan P. [Internet]. 2008 [cited 2020 August 15]. Available from: <http://www.fsh.mi.th/km/wp-content/uploads/2014/04/resch.pdf>
8. Kulkrachang K. and Lowwirakorn S. Health Promotion Beverage Consumption Behavior of Boromarajjonnani College of Nursing Students, Nakhon Ratchasima. KKKU Journal for Public Health Research (KKU-JPHR) 2013;6(1):11-21.(in Thai)
9. Sawaka J. Energy drink consumption among workers in Tonthong Sub-district, Mueang District, Lamphun Province. [Master thesis]. Chiang Mai: Chiang Mai University.2015.(in Thai)
10. Chotvijit Y. Marketing strategies for healthy whey protein drink in the central region of Thailand. Western University Research Journal of Humanities and Social Science 2016;2(1):11-21.(in Thai)



11. Prasim P, Rattanapernthamma W. The marketing-mix factors influencing the decision-making via online of consumer. [Master thesis]. Bangkok: Krirk University.2018.(in Thai)
12. Vinijchaiyanun C, Vichitthamaros P. Factors affecting weight control dietary supplements consumption of people in Bangkok. WMS Journal of Management Walailak University 2017;6(1):84–90.(in Thai)
13. Chuaychunoo P. Factors affecting consumer buying decisions about goods on social media. [Master thesis]. Bangkok: Thammasat University.2016.(in Thai)
14. Yungyoo S, Bunjongmanee P. Factors influencing consumer behaviors in buying whey protein supplement for men in Prachuap Khiri Khan Province and Phetchaburi Province. FEU Academic Review 2017;11(2): 210–23.(in Thai)
15. Puppasri T, Kurvong P. The behaviors of consuming supplementary food of students Kamphaeng Phet Rajabhat University MaeSot. Naresuan Research Conference Time 12 Naresuan University 2015;1349–451. (in Thai)
16. Nitisaiwong K, Chunhachaicharachai A. The factors affect the decision to purchase supplements of consumer in Bangkok. Pathumthani University 2017;9(1):102–8.(in Thai)