

Received: 03/11/66 Revised: 07/01/67 Accepted: 08/03/67

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักของนักเรียนหญิง
อาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ

FACTORS AFFECTING DIETARY SUPPLEMENTARY CONSUMPTION BEHAVIOR
AMONG FEMALE STUDENTS AT VOCATIONAL CERTIFICATE LEVEL

ประภาศรี เพ่งอินทร์^{***}, เอ็มอัมชา วัฒนบุรานนท์^{***}, ปาจริย์ อับดุลลากาซิม^{***} และ รุจดี โชติกาวิรินทร์^{****a}

^{*}นิสิตหลักสูตรสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

^{**}สถานอนามัยเฉลิมพระเกียรติ 60 พรรษา นวมินทราชินี บ้านกลาง

^{***}คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

^aผู้รับผิดชอบบทความ (Rotruedee Chotigawin; Email: rotruedee@buu.ac.th)

Prapasri Pleng-in^{***}, Aimutcha Wattanaburanon^{***}, Pajaree Abdullakasim^{***} and Rotruedee Chotigawin^{****a}

^{*}Student of Master of Public Health Program, Faculty of Public Health, Burapha University, Thailand

^{**}Queen Sirikit Health Center, Bankang, Thailand

^{***}Faculty of Public Health, Burapha University, Thailand

^aCorresponding author (Rotruedee Chotigawin; Email: rotruedee@buu.ac.th)

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงพรรณนาแบบตัดขวางนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักของนักเรียนหญิงอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ จังหวัดปทุมธานี จำนวน 359 คน สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และวิเคราะห์ปัจจัยการทำนายด้วยสถิติถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการศึกษา พบว่า นักเรียนมีอายุเฉลี่ย 17 ปี ค่า BMI อยู่ในเกณฑ์ปกติ ร้อยละ 56.82 ส่วนใหญ่ไม่เคยมีประวัติการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก ร้อยละ 72.70 และมีความพึงพอใจในรูปร่างของตนเอง ร้อยละ 55.43 โดยส่วนใหญ่ นักเรียนเข้าถึงแหล่งซื้อขายผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก ร้อยละ 91.36 และการได้รับข้อมูลข่าวสาร อยู่ในระดับน้อย ร้อยละ 68.52 ในขณะที่คะแนนความรู้อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 71.31 (ค่าเฉลี่ย = 16.33 ± 3.86) ทักษะคิดอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 71.59 (ค่าเฉลี่ย = 36.59 ± 6.83) และพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 52.37 (ค่าเฉลี่ย = 20.11 ± 3.33) และพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก ได้แก่ ทักษะคิด ($\beta = 0.420, p < 0.001$) ประวัติการบริโภค ($\beta = 0.399, p < 0.001$) และการได้รับข้อมูลข่าวสาร ($\beta = -0.154, p < 0.01$) และสามารถร่วมทำนายพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก ได้ร้อยละ 28.7 (Adj. $R^2 = 0.287, p < 0.001$)

ผลการศึกษาดังกล่าว สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและบุคลากรทางด้านสาธารณสุขในการส่งเสริมพฤติกรรมบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักที่ถูกต้อง และเหมาะสมให้นักเรียนนักศึกษาต่อไป

คำสำคัญ: พฤติกรรมการบริโภค; ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก; นักเรียนอาชีวศึกษาหญิง

Abstract

This cross-sectional descriptive research aimed to determine the factors affecting the consumption behavior of weight loss dietary supplements among female students at vocational certificate-level in Pathum Thani province. The samples were 359 female students that were employed by a stratified sampling technique. Data was collected by questionnaire and analyzed by descriptive statistics and stepwise multiple regression analysis.

The result found that the average age of female students were 17 years old, the BMI values of 56.82 %, the majority of were within the normal level, 72.70 % of them have never a history of consuming weight loss dietary supplements and 55.43 % expressed satisfaction with their body shape. Most students accessing sources of purchasing weight loss dietary supplements was 91.39 % and receiving information was at low level for 68.52 %. Moreover, score of the knowledge was at good level for 71.31 % (mean = 16.33 ± 3.86), a good level of attitude for 71.59 % (mean = 36.59 ± 6.83) and the consumption behavior of weight loss dietary supplements was also good level for 52.37 % (mean = 20.11 ± 3.33). The factors affecting the consumption behavior of weight loss dietary supplements were attitudes ($\beta = 0.420$, $p < 0.001$), a history of consuming ($\beta = 0.399$, $p < 0.001$) and receiving information ($\beta = -0.154$, $p < 0.01$) were statistically significant predictors of the weight loss dietary supplements consumption behavior at 28.7 % (Adjusted $R^2 = 0.287$, $p < 0.001$).

This research results recommend related agencies and healthcare personnels to promote the correct and suitable behaviors in consuming weight-loss dietary supplements continuously.

Keywords: Consumer behavior; Weight loss dietary supplements; Vocational female students.

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงสังคมกลายเป็นสังคมบริโภคนิยมอย่างรวดเร็ว พฤติกรรมการบริโภคอาหารต้องพึ่งอาหารจานด่วนและอาหารสำเร็จรูปที่มีแป้งและไขมันสูงเพิ่มมากขึ้น จากข้อมูลพฤติกรรมสุขภาพของประชากร ปี 2564 พบพฤติกรรมของคนไทยที่นิยมรับประทานอาหารไขมันสูง ร้อยละ 42 อาหารแปรรูป ร้อยละ 39 และเครื่องดื่มเติมน้ำตาล ร้อยละ 34 ประกอบกับการเคลื่อนไหวร่างกายและการออกกำลังกายที่น้อยลง ทำให้เกิดผลต่อปัญหาน้ำหนักเกินเกณฑ์หรือภาวะอ้วน¹ โดยสังคมปัจจุบันมีค่านิยมที่ชื่นชอบการมีรูปร่างสมส่วนหรือรูปร่างผอมบางว่าจะได้รับการยอมรับจากสังคมมากกว่า ทำให้มีวัยรุ่นมากกว่า

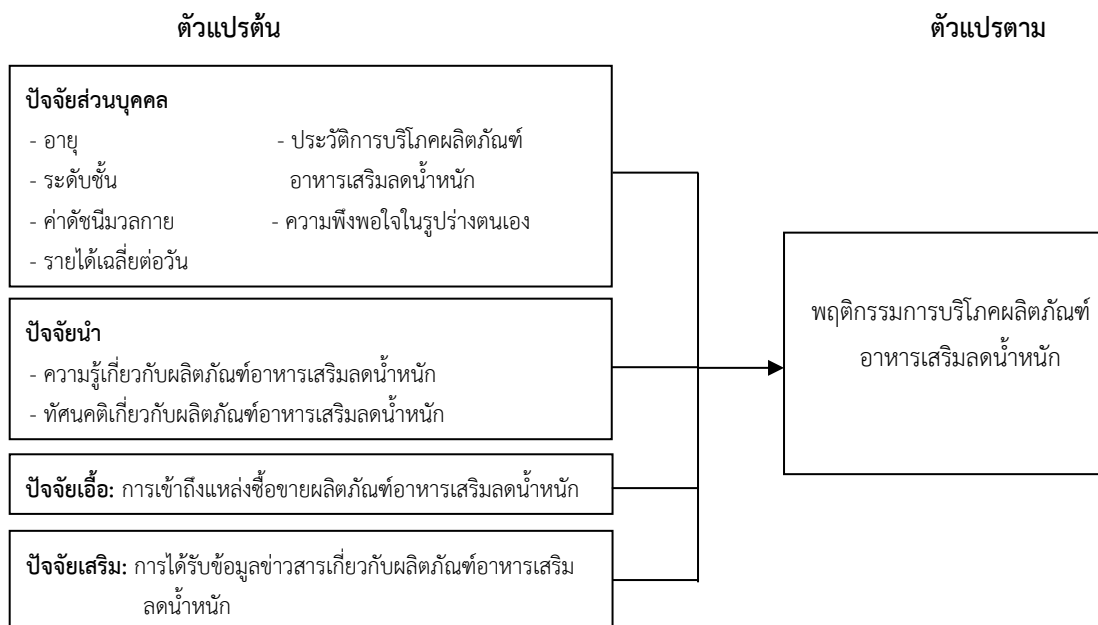
ร้อยละ 70 รู้สึกไม่พึงพอใจกับรูปร่างในปัจจุบันแม้ว่าน้ำหนักและส่วนสูงของตนอยู่ในเกณฑ์ปกติ ยิ่งไปกว่านั้นแม้ในกลุ่มวัยรุ่นที่มีน้ำหนักน้อยกว่าเกณฑ์ปกติก็ยังมีความรู้สึกอยากให้น้ำหนักลดลงไปอีกเพื่อให้ได้รับการยอมรับมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นหญิงที่มีความสนใจเรื่องรูปร่าง กลัวว่าจะไม่เป็นที่ดึงดูดใจผู้อื่น สูญเสียภาพลักษณ์ สูญเสียความภาคภูมิใจในตนเอง และไม่พึงพอใจในรูปร่างของตนเอง โดยคนกลุ่มนี้มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น²

จากความต้องการดังกล่าวจึงเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักเพิ่มขึ้น โดยถือว่าเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่หลายท่านเลือกใช้เพื่อลดน้ำหนัก จากข้อมูลจากศูนย์พิษวิทยารามาธิบดี ในปี 2558-2560 พบว่า มีผู้ที่เจ็บป่วยจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ลดน้ำหนัก 244 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 80) อยู่ในช่วงอายุ 13-48 ปี (ร้อยละ 86) โดยได้ทำการเก็บตัวอย่างเลือดและปัสสาวะตรวจ พบว่า มีสารไซบูทรามินถึงร้อยละ 14 แอลคาร์นิทีน ร้อยละ 4.5³ และจากการสำรวจของศูนย์บริการวิจัยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ปี 2562 พบว่า การบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักที่วัยรุ่นส่วนใหญ่ในจังหวัดปทุมธานีตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ผลิตภัณฑ์ลดน้ำหนักถึงร้อยละ 70⁴ ทั้งนี้จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ⁵ ระดับชั้นของนักเรียน⁶ ค่าดัชนีมวลกาย ความพึงพอใจในรูปร่างของตนเอง⁷ ความรู้และทัศนคติ การเข้าถึงแหล่งซื้อขายผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก⁵ การได้รับข้อมูลข่าวสาร^{5,8} มีความสัมพันธ์และมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก จะเห็นได้ว่าปัญหาพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมลดน้ำหนัก มีหลายปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้งปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก เช่น การเข้าถึงแหล่งซื้อขาย และการได้รับอิทธิพลด้านสื่อและสังคม สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎี PRECEDE-PROCEED model⁹ ซึ่งเป็นเครื่องมือวินิจฉัยสาเหตุจากพฤติกรรมที่สำคัญ สามารถสร้างเป็นกรอบแนวคิดวิเคราะห์สถานการณ์ ปัญหาและค้นหาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมสุขภาพแบบสหปัจจัยได้อย่างครอบคลุม โดยมีองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสุขภาพ ได้แก่ ปัจจัยนำที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจในการแสดงพฤติกรรม ปัจจัยเอื้อที่เป็นแหล่งทรัพยากรที่จำเป็นในการแสดงพฤติกรรม และปัจจัยเสริมที่ได้รับหรือคาดว่าจะได้รับจากบุคคลอื่นซึ่งเป็นผลจากการกระทำของตนเอง

กลุ่มวัยรุ่น ในช่วงวัย 14-25 ปี เป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย จิตใจและสังคม เช่น การเปลี่ยนแปลงรูปร่าง อารมณ์หงุดหงิดง่าย การเปลี่ยนแปลงสถานที่เรียน หรือการเริ่มเข้าสู่วัยทำงาน เหล่านี้มักส่งผลให้เกิดความวิตกกังวล โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกี่ยวกับสรีระหรือรูปร่างของตนเองที่เห็นได้ง่ายและชัดเจน จึงทำให้กลุ่มวัยรุ่นเหล่านี้หันมาให้ความสนใจกับการบริโภคอาหารเสริม เพื่อลดความวิตกกังวลได้อย่างรวดเร็วทันใจ และวัยรุ่นบางคนมีพฤติกรรมการบริโภคไม่เหมาะสมและผิดวิธี พฤติกรรมดังกล่าวนี้สามารถนำไปสู่ผลกระทบต่อสุขภาพของวัยรุ่นในระยะยาวได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักในกลุ่มนักเรียนหญิงอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ในจังหวัดปทุมธานี เนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีอายุอยู่ในช่วงของวัยรุ่นและเป็นวัยที่เตรียมเข้าสู่การทำงาน อีกทั้งในประเทศไทยยังมีการศึกษาวิจัยที่ทำการศึกษาระดับดังกล่าวนี้ไม่มากนัก งานวิจัยส่วนใหญ่มักมุ่งเน้นในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และการโฆษณา ผลการศึกษาที่ได้สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนในการวางแผน และส่งเสริมพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่ถูกต้องในเด็กเยาวชนหญิงต่อไป

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดจากทฤษฎี PRECEDE-PROCEED model ของ Green & Kreuter⁹ ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำตาลของนักเรียนหญิงอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ในจังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่สามารถทำนายพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำตาลของนักเรียนหญิงอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ในจังหวัดปทุมธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนาแบบตัดขวาง (Cross-Sectional Research) ในนักเรียนหญิงอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จังหวัดปทุมธานี ระหว่างเดือนกันยายน พ.ศ. 2565 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2565

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ เป็นนักเรียนหญิงอาชีวศึกษาที่กำลังศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ภาครัฐ ชั้นปีที่ 1 ถึงปีที่ 3 จังหวัดปทุมธานี จำนวน 3 แห่ง รวมมีนักเรียนหญิงทั้งหมด 1,754 คน¹⁰ เกณฑ์คัดเลือกเข้า คือ นักเรียนหญิงอาชีวศึกษา ที่ยินดีให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามการวิจัย คำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของ

Taro Yamane¹¹ ได้จำนวน 326 คน และเพื่อป้องกันการสูญหายของการเก็บข้อมูล จึงคำนวณเพื่อการสูญหายอีกร้อยละ 10 ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ จึงเท่ากับ 359 คน

การได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่าง ใช้การสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) โดยแบ่งกลุ่มของตัวอย่างแต่ละวิทยาลัยตามชั้นปี คือ ชั้นปีที่ 1 ชั้นปีที่ 2 และชั้นปีที่ 3 สุ่มเลือกนักเรียนแต่ละชั้นปีในแต่ละวิทยาลัยตามขนาดสัดส่วน (Proportion allocation) และสุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบเป็นระบบ (Systematic sampling) โดยนำรายชื่อของนักเรียนหญิงอาชีวศึกษาแต่ละชั้นปีมาเรียงแล้วทำการสุ่มโดยเริ่มจากรายชื่อลำดับที่ 1 และทำการสุ่มแบบหนึ่งคนเว้นสองคน

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง ประกอบด้วย 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับชั้น น้ำหนัก ส่วนสูง รายได้ต่อวัน ประวัติการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก และความพึงพอใจในรูปร่างของตนเอง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบและเติมข้อความ จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก เป็นคำถามเกี่ยวกับความหมายของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก ประโยชน์และอันตราย การเลือกซื้อและวิธีการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น มีลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ 2 ตัวเลือก คือ ใช่ กับ ไม่ใช่ เกณฑ์การให้คะแนน คือ ตอบถูกให้ 1 คะแนน ตอบผิดให้ 0 คะแนน จำนวน 20 ข้อ โดยแบ่งระดับความรู้เป็น 3 ระดับ ตามเกณฑ์ของ Bloo¹² ได้แก่ ระดับดี ร้อยละ 80 ขึ้นไป ระดับปานกลาง ร้อยละ 60-79 และระดับน้อย น้อยกว่าร้อยละ 60

ส่วนที่ 3 ทศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก ประโยชน์และอันตรายในการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Likert scale) 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5 คะแนน เห็นด้วย 4 คะแนน ไม่แน่ใจ 3 คะแนน ไม่เห็นด้วย 2 คะแนน และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1 คะแนน จำนวน 9 ข้อ โดยแบ่งระดับทัศนคติเป็น 3 ระดับ ตามเกณฑ์ของ Best¹³ ได้แก่ ระดับดี ระดับปานกลาง และระดับน้อย

ส่วนที่ 4 การเข้าถึงแหล่งซื้อขาย มีลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ ได้แก่ เคย 1 คะแนน และไม่เคย 0 คะแนน จำนวน 8 ข้อ โดยแบ่งระดับการเข้าถึงแหล่งซื้อขายเป็น 3 ระดับ ตามเกณฑ์ของ Best¹³ ได้แก่ ระดับมาก ระดับปานกลาง และระดับน้อย

ส่วนที่ 5 การได้รับข้อมูลข่าวสาร มีลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ ได้แก่ เคย 1 คะแนน และไม่เคย 0 คะแนน จำนวน 10 ข้อ โดยแบ่งระดับการได้รับข้อมูลข่าวสารเป็น 3 ระดับ ตามเกณฑ์ของ Best¹³ ได้แก่ ระดับมาก ระดับปานกลาง และระดับน้อย

ส่วนที่ 6 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก วิธีการบริโภค ปริมาณที่บริโภคและความถี่ในการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 3 ระดับ ได้แก่ ปฏิบัติเป็นประจำ 2 คะแนน ปฏิบัติบางครั้ง 1 คะแนน ไม่เคยปฏิบัติเลย 0 คะแนน จำนวนทั้งหมด 14 ข้อ โดยแบ่งระดับพฤติกรรมเป็น 3 ระดับ ตามเกณฑ์ของ Best¹³ ได้แก่ ระดับดี ระดับปานกลาง และระดับน้อย

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างและเนื้อหา (Validity) ของเครื่องมือทุกชุด โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อถามคำถามแต่ละข้อกับจุดประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) มีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 จากนั้นนำเครื่องมือไปทำการทดสอบ (Try Out) กับกลุ่มที่มีความคล้ายคลึงกับตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ ดังนี้ ทดสอบความยากง่ายของแบบสอบถามความรู้ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.20-0.90 ทดสอบค่าอำนาจจำแนกของความรู้ มีค่ามากกว่า 0.20 และทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ได้แก่ ความรู้หาค่าความเชื่อมั่นด้วยสูตร KR-20 มีค่าเท่ากับ 0.50 ในส่วนทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่าเท่ากับ 0.72 และ 0.79 ตามลำดับ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ติดต่อประสานงานวิทยาลัย โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัย และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแก่ผู้อำนวยการวิทยาลัย เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูล และทำหนังสือขอใช้พื้นที่ในการดำเนินงานวิจัย
2. ผู้วิจัยนัดประชุมชี้แจงผู้ช่วยเก็บข้อมูลและครูประจำชั้น เกี่ยวกับขั้นตอนและวิธีการเก็บแบบสอบถาม
3. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยแนะนำตัวและชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัย ให้ยินยอมเข้าร่วมการวิจัยแบบสอบถามการวิจัยและใบคำชี้แจงแก่ผู้ปกครองของนักเรียน เพื่อขออนุญาตผู้ปกครองให้นักเรียนตอบแบบสอบถามการวิจัยและไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวและเก็บเป็นความลับ
4. นักเรียนส่งใบยินยอมเข้าร่วมการวิจัย และตอบแบบสอบถามการวิจัย โดยผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วน สมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักของนักเรียนหญิงอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ในจังหวัดปทุมธานี โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

การพิทักษ์สิทธิกลุ่มตัวอย่าง

ในวิจัยนี้ได้รับการพิจารณาจากคณะกรรมการวิจัยในมนุษยมหาวิทยาลัยบูรพา เมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2565 ใบรับรองโครงการวิจัย G-HS011/2565 ผู้วิจัยได้ทำการพิทักษ์สิทธิของกลุ่มตัวอย่าง โดยชี้แจงให้นักเรียนทราบเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับการทำวิจัย เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บแบบสอบถามเป็นไปตามความสมัครใจ กลุ่มตัวอย่างมีอิสระในการตอบคำถาม และมีสิทธิ์ปฏิเสธการทำแบบสอบถาม และข้อมูลที่ได้จากการวิจัย ผู้วิจัยถือว่าเป็นความลับ และนำมาใช้เพื่อการวิจัยเท่านั้น โดยนำเสนอในลักษณะกลุ่ม และไม่มีการกระทำใด ๆ ที่เป็นอันตรายต่อกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัย

1. ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก ทศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก การเข้าถึงแหล่งซื้อขายผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก การได้รับข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักของนักเรียนหญิงอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ในจังหวัดปทุมธานี

1.1 ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักเรียนหญิงอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ มีอายุระหว่าง 17-18 ปี (อายุเฉลี่ย 17.26 ปี, SD 1.50) กระจายอยู่ในระดับชั้น ปวช.1-3 พอ ๆ กัน น้ำหนักและส่วนสูงอยู่ในเกณฑ์ของค่าดัชนีมวลกายส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ปกติมีค่าอยู่ระหว่าง 18.50-22.99 ร้อยละ 56.82 (ดัชนีมวลกายเฉลี่ย 21.13 กิโลกรัมต่อตารางเมตร, SD 3.29) มีรายได้เฉลี่ยต่อวันอยู่ระหว่าง 100-200 บาท ร้อยละ 48.47 (รายได้เฉลี่ย 195 บาท, SD 88.63) ส่วนใหญ่ไม่เคยมีประวัติการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักในรอบ 1 ปี ร้อยละ 72.70 และกว่าครึ่งพึงพอใจในรูปร่างของตนเอง ร้อยละ 55.43 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล	จำนวน (N = 359)	ร้อยละ
อายุ		
15-16 ปี	127	35.38
17-18 ปี	135	37.60
19-21 ปี	97	27.02
ค่าเฉลี่ย (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) 17.26 (1.50)		
ค่ามัธยฐาน (ค่าต่ำสุด-ค่าสูงสุด) 17 (15-21)		
ระดับชั้นเรียน		
ปวช.1	136	37.88
ปวช.2	105	29.25
ปวช.3	118	32.87
ดัชนีมวลกาย		
น้ำหนักน้อยหรือผอม (BMI < 18.50)	65	18.11
ปกติ (BMI 18.50-22.99)	204	56.82
น้ำหนักเกิน (BMI 23.00-24.99)	60	16.71
ภาวะอ้วนระดับที่ 1 (BMI 25.00-29.99)	25	6.96
ภาวะอ้วนระดับที่ 2 (BMI 30.00 ขึ้นไป)	5	1.40
ค่าเฉลี่ย (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) 21.13 (3.29)		
ค่ามัธยฐาน (ค่าต่ำสุด-ค่าสูงสุด) 20.70 (14.19-43.70)		

ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล	จำนวน (N = 359)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อวัน		
ต่ำกว่า 100 บาท	71	19.78
100-200 บาท	174	48.47
201-300 บาท	94	26.18
301-400 บาท	8	2.23
401 บาท ขึ้นไป	12	3.34
ค่าเฉลี่ย (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) 195.18 (88.63)		
ค่ามัธยฐาน (ค่าต่ำสุด-ค่าสูงสุด) 200 (80-500)		
ประวัติการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก		
เคยและยังบริโภคอยู่	20	5.57
เคยแต่เลิกบริโภคแล้ว	78	21.73
ไม่เคย	261	72.70
ความพึงพอใจในรูปร่างของตนเอง		
พอใจ	199	55.43
ไม่พอใจ	160	44.57

1.2 ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก นักเรียนมีคะแนนความรู้เฉลี่ยเท่ากับ 16.33 คะแนน (SD 3.86 คะแนน) ค่าต่ำสุด 3 คะแนน, ค่าสูงสุด 20 คะแนน เมื่อนำคะแนนความรู้มาจัดระดับ จากคะแนนเต็ม 20 คะแนน พบว่า มีความรู้อยู่ในระดับดี ร้อยละ 71.31 ซึ่งนักเรียนมีความรู้ที่น้อยที่สุดในเรื่อง “ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก คือ ยาที่ใช้ในการลดน้ำหนักประเภทหนึ่ง” (ร้อยละ 34.26) “ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อลดน้ำหนักที่มีการปลอมปนสารโฆบูทรามินสามารถทำให้เสียชีวิตได้” และ “คุณภาพและประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักขึ้นอยู่กับราคา” (ร้อยละ 66.57)

1.3 ทักษะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก มีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 36.59 คะแนน (SD 6.83 คะแนน) ค่าต่ำสุด 21 คะแนน, ค่าสูงสุด 45 คะแนน เมื่อนำคะแนนมาจัดระดับทักษะคติ จากคะแนนเต็ม 45 คะแนน พบว่า นักเรียนมีทักษะคติอยู่ในระดับดี ร้อยละ 71.59 โดยเห็นด้วยว่า การเลือกซื้อบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก ต้องแสดงข้อมูลรายละเอียดสินค้าอย่างชัดเจน (ร้อยละ 61.84) ในขณะเดียวกัน พบว่า นักเรียนหญิงอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพยังมีความเห็นว่าการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักที่ได้มาตรฐาน จะไม่มีผลข้างเคียงต่อสุขภาพ (ร้อยละ 3.34)

1.4 การเข้าถึงแหล่งซื้อขายผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย เท่ากับ 1.07 คะแนน (SD 1.69 คะแนน) ค่าต่ำสุด 0 คะแนน, ค่าสูงสุด 8 คะแนน เมื่อนำคะแนนมาจัดระดับการเข้าถึง จากคะแนนเต็ม 8 คะแนน พบว่า นักเรียนมีระดับการเข้าถึงอยู่ในระดับน้อย ร้อยละ 91.36 โดยพบว่า มีการเข้าถึงแหล่งซื้อขายผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักมากที่สุด คือ ช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook, Line, Twitter, Tiktok และ Instagram (ร้อยละ 30.08) ส่วนแหล่งซื้อขายที่มีการเข้าถึงได้น้อยที่สุด คือ ร้านค้าใกล้ชุมชน/ใกล้โรงเรียน (ร้อยละ 2.51)

1.5 การได้รับข้อมูลข่าวสาร มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย เท่ากับ 2.67 คะแนน (SD 3.24 คะแนน) ค่าต่ำสุด 0 คะแนน, ค่าสูงสุด 10 คะแนน เมื่อนำคะแนนมาจัดระดับการได้รับข้อมูลข่าวสาร จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน พบว่า นักเรียนมีระดับการได้รับข้อมูลข่าวสาร อยู่ในระดับน้อย ร้อยละ 68.52 โดยพบว่า มีการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักส่วนใหญ่ผ่านช่องทาง Social network เช่น Facebook, Line, Twitter, Tiktok และ Instagram (ร้อยละ 54.87) ส่วนการได้รับข้อมูลผ่านช่องทางอื่น ๆ ที่เคยได้รับข้อมูลน้อยที่สุด คือ ผ่านโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แถม) ในช่วงเทศกาลพิเศษ ตามห้างสรรพสินค้า (ร้อยละ 23.68)

1.6 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับดี เท่ากับ 20.11 คะแนน (SD 3.33 คะแนน) ค่าต่ำสุด 8 คะแนน, ค่าสูงสุด 27 คะแนน เมื่อนำคะแนนมาจัดระดับการได้รับข้อมูลข่าวสาร จากคะแนนเต็ม 28 คะแนน พบว่า นักเรียนมีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับดี ร้อยละ 52.37 โดยพบว่า พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักที่เหมาะสมของนักเรียนที่มีการปฏิบัติเป็นประจำมากที่สุด คือ การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักที่มีมาตรฐานได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) (ร้อยละ 67.69) ส่วนพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักที่ไม่เหมาะสม ซึ่งมีการปฏิบัติเป็นประจำ และมีการปฏิบัติบางครั้งมากที่สุด คือ การบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก เมื่อมีความจำเป็นต้องใช้ (ร้อยละ 49.30) รองลงมา คือ บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นจากฉลากผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักที่ควรบริโภค (ร้อยละ 37.05) และการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักจากสรรพคุณการโฆษณาชวนเชื่อของผู้จำหน่าย เพราะน่าเชื่อถือ (ร้อยละ 37.70) ตามลำดับ

2. ความสามารถในการทำนายของพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักของนักเรียนหญิง อาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ในจังหวัดปทุมธานี

พบว่า ตัวแปรทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก สามารถทำนายพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักได้มากที่สุด ($\beta = .420, p < 0.001$) รองลงมาคือ ประวัติการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก ($\beta = .399, p < 0.001$) และการได้รับข้อมูลข่าวสาร ($\beta = -.154, p < 0.001$) ตามลำดับ โดยตัวแปรทั้ง 3 นี้เป็นปัจจัยที่ร่วมกันทำนายพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก ได้ร้อยละ 28.7 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดังตารางที่ 2) และสามารถสร้างสมการทำนายพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก ได้ดังนี้

$$\text{สมการในรูปคะแนนดิบ} \quad P = 12.220 + 0.205 A + 2.977 \text{ HIS} - 0.158 \text{ REC}$$

$$\text{สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน} \quad Z' P = 0.420 Z' A + 0.399 Z' \text{ HIS} - 0.154 Z' \text{ REC}$$

เมื่อ

- P = พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก
- A = ทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก
- HIS = ประวัติการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก
- REC = การได้รับข้อมูลข่าวสาร

ตารางที่ 2 ค่าสถิติวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนของตัวแปรที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก

ตัวแปร	B	S.E.	Beta	t	Sig.	p-value
ทัศนคติ (A)	0.205	.023	.420	8.727	.000	<0.001
ประวัติการบริโภค (HIS)	2.977	.369	.399	8.074	.000	<0.001
การได้รับข้อมูลข่าวสาร (REC)	-.158	.054	-.154	-2.947	.003	<0.001
ค่าคงที่ = 12.220, F = 48.950, p-value<0.001, R = .541, R ² = .293, Adj. R ² = .287						

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักของนักเรียนหญิงอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ จังหวัดปทุมธานี อภิปรายผลการศึกษาที่สำคัญได้ดังนี้

พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักของนักเรียนหญิงอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ จังหวัดปทุมธานี ส่วนใหญ่มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 52.37 เนื่องมาจากความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักอยู่ในระดับดี จึงส่งผลให้พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักของนักเรียนหญิงอยู่ในระดับที่ดีเช่นกัน⁽⁹⁾ แต่การศึกษายังพบว่า พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักในบางประเด็นที่ยังมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ซึ่งมีการปฏิบัติอยู่ เช่น การบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก เมื่อมีความจำเป็นต้องใช้ และการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นจากฉลากผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักที่ควรบริโภค รวมถึงการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักจากสรรพคุณการโฆษณาชวนเชื่อของผู้จำหน่าย ซึ่งการที่นักเรียนบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักที่ไม่เหมาะสม อาจจะยังไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อสุขภาพที่จะตามมา เนื่องจากปัจจุบันเป็นสังคมที่ต้องการความเร่งรีบและรวดเร็วทันสมัย ต้องการการเป็นที่ยอมรับของสังคมและมีพฤติกรรมการเลียนแบบศิลปินดาราส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก ซึ่งผลิตภัณฑ์บางยี่ห้อไม่ได้มาตรฐานและไม่ได้มาตรฐาน รวมถึงการได้รับสื่อโฆษณาให้หลงเชื่อจึงก่อให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักที่ไม่เหมาะสม

ปัจจัยที่สามารถทำนายพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักของนักเรียนหญิงอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ในจังหวัดปทุมธานี

1) ทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก สามารถทำนายพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักได้มากที่สุด ($\beta = .420, p < 0.001$) เนื่องจากว่านักเรียนที่มีความคิดเห็นถึงอันตรายและประโยชน์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักที่ดีและถูกต้องจะมีวิธีการเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักสำหรับการบริโภคที่ดีด้วย ซึ่งทัศนคติต่อการบริโภคมีผลต่อแนวโน้มของจิตใจหรือความรู้สึกที่คงที่ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์และความเชื่อที่สะสมกันมานานและผ่านการประเมินคุณค่าว่ามีลักษณะดีหรือไม่ดีหรือผลเชิงบวกหรือเชิงลบ พฤติกรรมของบุคคลนั้นจะเป็นไปตามทัศนคติของตน⁹ นอกจากนี้ ทัศนคติยังเกี่ยวข้องกับความเชื่อตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned; TRA) โดยหากบุคคลเชื่อว่าพฤติกรรมจะนำไปสู่ผลลัพธ์เชิงบวก ก็จะมีทัศนคติต่อการบริโภคอาหารที่ดีหรือเห็นด้วยต่อพฤติกรรมนั้น ตรงกันข้ามหากบุคคลเชื่อว่าพฤติกรรมจะนำไปสู่ผลลัพธ์เชิงลบ

ก็จะมิตศนคคตอการบรโภคอาหารทไม่ดีหรือตอตันพฤตกรรมนััน ๑^๑ สอดคลอ้งกับการศคษาของ กนกพร มณโณมาส¹⁴ พบวาทศนคคตอการบรโภคอาหารอั่งสรพคุณลตน้ำหนกมค้ความสัมพันธ์กัการบรโภคผลตภัณท์อาหารอั่งสรพคุณลตน้ำหนก และการศคษาของ ชวล วทนจชัณนัันท์ และปรคชา วจจตรธรรมรส⁵ ทค้พบวาทศนคคตอการบรโภคผลตภัณท์สรค้อาหารเพอ้คควบคุมน้ำหนกมค้ผลตอพฤตกรรมการบรโภคผลตภัณท์สรค้อาหารเพอ้คควบคุมน้ำหนก

2) ประวตคการบรโภคผลตภัณท์อาหารสรค้ลตน้ำหนก สามารถท้านายพฤตกรรมการบรโภคผลตภัณท์อาหารสรค้ลตน้ำหนกของนักรยณได้ ($\beta = .399, p < 0.001$) เนอ้จจากว้านักรยณทค้เคยบรโภคผลตภัณท์อาหารสรค้ลตน้ำหนกมาแล้ว จะมค้ประสพการณ้และมค้วค้การเลอ้กค้อและค้ผลตภัณท์อาหารสรค้ลตน้ำหนกหลากหลายท้งทค้ได้มาตรฐานและมค้ได้ตามมาตรฐาน ซค้เป็นการเรยณรู้จากประสพการณ้เดมค้ด้วยกระบวนการสร้างความรู้ ทักษะ และเจตคคตค้ด้วยการน้าเอาประสพการณ้เดมมาปรบค้ตอสถานการณ์นััน ๑ ตามทฤษฎค้การเรยณรู้จากประสพการณ้ (Experiential Learning Theory) ของ David A. Kolb¹⁵

3) การค้รับค้ข้อมูลข่าวสาร สามารถท้านายพฤตกรรมการบรโภคผลตภัณท์อาหารสรค้ลตน้ำหนกของนักรยณได้ ($\beta = -.154, p < 0.001$) เนอ้จจากว้าหากนักรยณหญงอาศค้การศคษาในระดับทศนคคตบรค้วค้ชค้ฟ ค้รับค้ข้อมูลข่าวสารลตลงจะท้าพฤตกรรมการบรโภคผลตภัณท์อาหารสรค้ลตน้ำหนกอยุ่ในระดับค้และเหมาะสมเพ่มซค้เนอ้จจากปจจุบนับรค้ษผลตภัณท์อาหารสรค้ลตน้ำหนกมค้การค้สอ้โฆษณาทค้ค้ข้อมูลเกยวค้กับผลตภัณท์ทค้ไม่ครบถ้วน รวมถ้การประชาสมค้พันธค้ชกขวนค้ให้หลงเชอ้ ท้าให้มค้การควบคุมสอ้โฆษณาทค้เกนจรง และมค้บทลงโทษสำหรบบุคคลทค้น้าข้อมูลอ้นเพน้เทอ้จเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์¹⁶ ส่ผลค้ให้การค้รับค้ข้อมูลข่าวสารลตลง ถ้แม้วจะมค้ชอ้ทางการค้ถ้ถึงวค้การค้ซอ้ผลตภัณท์อาหารสรค้ลตน้ำหนกค้ได้หลากหลายวค้ค้ตาม ซค้ปจจยสรค้เพน้สค้ทค้ส่ผลค้เกยวค้กับค้การเปลยณแปลงพฤตกรรมและมค้การค้องค้ของพฤตกรรมนััน ๑^๑

ท้งน้จจากการศคษา ยงพบปจจยทค้ไม่สามารถรวมท้านายพฤตกรรมการบรโภคผลตภัณท์อาหารสรค้ลตน้ำหนกของนักรยณ ได้แก่ ความรู้เกยวค้กับผลตภัณท์อาหารสรค้ลตน้ำหนก และการค้ถ้ถึงแหล่ซอ้ขายผลตภัณท์อาหารสรค้ลตน้ำหนก อาจเนอ้จมาจากความรู้เกยวค้กับผลตภัณท์อาหารสรค้ลตน้ำหนกของนักรยณเพน้ปจจยทค้กอ้เกยวค้กับแรงจูงจ้ในการแสดงพฤตกรรมของบุคคลซค้เพน้ความพอจ้ของบุคคลจากประสพการณ้การเรยณรู้ ความพอจ้น้อาจมค้ผลท้งน้ด้าน การสนบสนุนหรือยบย้งการแสดงพฤตกรรมค้ได้ ซค้นอยุ่กัแต่ละบุคคล^๑ ในส่วของปจจยด้านการค้ถ้ถึงแหล่ซอ้ขายผลตภัณท์อาหารสรค้ลตน้ำหนก ไม่สามารถรวมท้านายพฤตกรรมการบรโภคผลตภัณท์อาหารสรค้ลตน้ำหนกของนักรยณได้ เนอ้จจากปจจุบนัการค้ถ้ถึงแหล่ซอ้ขายผลตภัณท์อาหารสรค้ลตน้ำหนก หรือผลตภัณท์สขภาพอ้น ๑ ส่วใหญ่ท้คคนสามารถค้ถ้ถึงค้ถ้างาย และสค้ค้ผ่านชอ้ทางออนไลน์ เพน้ Facebook Line Twitter Tiktok Instagram Website เพน้ต้น ซค้อาจจะยงไม่สามารถท้าให้เกยวค้พฤตกรรมการบรโภคผลตภัณท์อาหารสรค้ลตน้ำหนกค้ค้ได้ โดยการมค้พฤตกรรมการบรโภคผลตภัณท์อาหารสรค้ลตน้ำหนกทค้เหมาะสมนััน อาจมาจากปจจยอ้น ๑ อย่างเชน้ ความตอ้การส่วบุคคลทางกายภาพหรือจ้ใจ ข้อมูลทค้ค้รับเกยวค้กับผลตภัณท์อาหารสรค้ ความเชอ้และทศนคคต และประสพการณ้ส่วทัวทค้เกยวค้กับผลตภัณท์อาหารสรค้ลตน้ำหนก ด้วยเหตุปจจยค้ถ้างว้น จ้จ้ท้าให้ความรู้และการค้ถ้ถึงแหล่ซอ้ขายผลตภัณท์อาหารสรค้ลตน้ำหนก ไม่สามารถรวมท้านายพฤตกรรมการบรโภคผลตภัณท์อาหารสรค้ลตน้ำหนกในการวจจยค้ร้งน้ได้

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนแนวคิดหรือค่านิยมเกี่ยวกับการควบคุมน้ำหนักที่ถูกริธี เพื่อสร้างทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักที่ดี และส่งผลให้นักเรียนมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักที่ดีด้วย
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการส่งเสริมและให้ความรู้เกี่ยวกับการลดน้ำหนัก โดยเน้นในกลุ่มที่ไม่มีประวัติการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์ ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักที่ไม่เหมาะสมได้
3. สถาบันการศึกษาควรมีการประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และข้อควรระวังในการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักให้มากขึ้น และสม่ำเสมอ ผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้นักเรียนได้รับรู้ข้อมูลที่หลากหลายที่จะส่งผลให้ลดพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักที่ไม่เหมาะสมได้อย่างต่อเนื่อง

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะ และขอขอบคุณผู้อำนวยวยการวิทยาลัยอาชีวศึกษา คณะครูอาจารย์ รวมถึงนักเรียนหญิงอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ จังหวัดปทุมธานี ที่ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลและทำให้งานวิจัยนี้สามารถดำเนินไปได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

1. สำนักงานสถิติแห่งชาติ. สํารวจพฤติกรรมและการดูแลสุขภาพของประชากร (พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหาร). [อินเทอร์เน็ต]. [วันที่ค้นข้อมูล: 1 ธันวาคม 2565]. เข้าถึงได้จาก: <https://shorturl-ddc.moph.go.th/GECVo>.
2. WHO. Overweight and the global health situation. [internet]. [cited: 2021 December 3]. Available from: <https://www.who.int/home/search?indexCatalogue=genericsearchindex1 &searchQuery=Obesity&wordsMode=AllWords>.
3. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. พิชัยร้าย “ไซบูทรามีน”. [อินเทอร์เน็ต]. [วันที่ค้นข้อมูล: 4 ธันวาคม 2565]. เข้าถึงได้จาก: <https://zhort.link/jEa>.
4. ศูนย์บริการวิจัยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์. ธุรกิจบัณฑิตยโพลเผยชาวกรุงซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ-อาหารเสริม ครั้งละไม่ต่ำกว่า 1,000 บาท. [อินเทอร์เน็ต]. [วันที่ค้นข้อมูล: 1 ธันวาคม 2565]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.dpu.ac.th/dpurdi/survey/31>.
5. ชวัล วิณิชยนันท์, ปรีชา วิจิตรธรรมรส. ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. Journal of Management Walailak University, 2560; 6(1): 84-90.
6. วารุณี ชลวิหารพันธ์. ความชุกของการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพเพื่อควบคุมน้ำหนักอย่างไม่เหมาะสมของวัยรุ่นหญิงในจังหวัดสระบุรีและปัจจัยที่มีผล. วารสารเภสัชกรรมไทย, 2559; 8(2): 442-455.

7. สุพัตรา บุตรราช และคณะ. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครอุดรธานี. วารสารการแพทย์โรงพยาบาลศรีสะเกษ สุรินทร์ บุรัมย์. 2561; 33(3): 359-374.
8. จูติกาญจน์ พลัฒาสี และพรพรพร เครือวงษ์. พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรแม่สอด. เอกสารประกอบการประชุมวิชาการระดับชาติ "นเรศวรวิจัย" ครั้งที่ 12: วิจัยและนวัตกรรมกับการพัฒนาประเทศ, 2559; 1439-1451.
9. Green, L.W., Gielen, A.C., Ottoson, J.M., Peterson, D. V., & Kreuter, M. W., Health Program Planning, Implementation, and Evaluation: Creating Behavioral, Environmental and Policy Change. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2022.
10. สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. จำนวนนักเรียน-นักศึกษาทั้งหมด จำแนกตามสถานศึกษา ปีการศึกษา 2564. [อินเทอร์เน็ต]. [วันที่ค้นข้อมูล : 10 ธันวาคม 2565]. เข้าถึงได้จาก: http://www.esbuy.net/_files_school/00000789/data/00000789_1_20210702-090428.pdf.
11. Taro Yamane. Statistics: an introductory analysis. New York: New York: Harper & Row, 1973.
12. Bloom, B. S. Learning for Mastery. Instruction and Curriculum. Regional Education Laboratory for the Carolinas and Virginia, Topical Papers and Reprints, Number 1, 1968.
13. Best, J. W. Research in Education. New Jersey: Prentice hall Inc, 1977.
14. กนกพร มณีมาส. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอสังสรพคุณลดน้ำหนักของนักเรียนหญิงระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยเทคโนโลยีเทคนิคราชบุรี. [อินเทอร์เน็ต]. [วันที่ค้นข้อมูล: 20 พฤษภาคม 2565]. เข้าถึงได้จาก: <https://he01.tci-thaijo.org/index.php/TJPP/article/view/193881>.
15. Kolb, D. A. Experiential learning: Experience as the source of learning and development. Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, N.J., 2005; 38.
16. พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560". ราชกิจจานุเบกษา, 2560; เล่ม 134.