

ชื่อการค้นคว้าแบบอิสระ การใช้ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพของผู้ใช้บริการ ณ ห้องปฏิบัติการ
เภสัชชุมชน คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นางสาวมยุรี คงสัตย์

สาขาวิชา สาขาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วราภรณ์ ปิ่นฉวี	ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์ พาณี	ศิริสะอาด กรรมการ
อาจารย์ ดร. ทองปาน	เทียมราช กรรมการ
อาจารย์ ดร. สุกัญญา	ลินพิศาล กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวโน้ม ลักษณะของการใช้ วัตถุประสงค์ของการใช้ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ กับการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ ของผู้ให้บริการ ณ ห้องปฏิบัติการเภสัชชุมชน คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระหว่าง เดือนมีนาคม - เมษายน 2540 จำนวน 327 คน สุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ ไค-สแควร์

ผลการศึกษาพบว่า มีผู้ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ ร้อยละ 53.5 และปัจจุบันยังใช้ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพอยู่ ร้อยละ 39.8 ในกลุ่มผู้ที่เคยใช้ พบว่าผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ ที่มีการใช้มากที่สุดคือ ชุปไก่สกัด/รังนก ร้อยละ 46.3 รองลงมาคือ นมผึ้ง ร้อยละ 28.0 และผลิตภัณฑ์กระเทียม ร้อยละ 26.9 ผู้ที่เคยใช้ส่วนใหญ่ มีแนวโน้มการใช้ต่อไป ร้อยละ 47.7 ไม่นับว่าจะใช้ต่อไป ร้อยละ 37.7 และไม่ใช้ต่อไปแน่นอน ร้อยละ 14.6 ส่วนลักษณะการใช้พบว่ามีการใช้แบบเป็นประจำ มากกว่าแบบไม่ประจำ คิดเป็นร้อยละ 56.6 และร้อยละ 43.4

ชื่อการค้นคว้าแบบอิสระ การใช้ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพของผู้ใช้บริการ ณ ห้องปฏิบัติการ
เภสัชชุมชน คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นางสาวมยุรี คงสัตย์

สาขารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสาธารณสุขศาสตร์

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วราภรณ์ ปั่นฉนวนลี	ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์ พาณี ศิริสะอาด	กรรมการ
อาจารย์ ดร. ทองปาน เทียมราช	กรรมการ
อาจารย์ ดร. สุกัญญา ลินพิศาล	กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวโน้ม ลักษณะของการใช้ วัตถุประสงค์ของการใช้ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ กับการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ ของผู้ใช้บริการ ณ ห้องปฏิบัติการเภสัชชุมชน คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระหว่าง เดือนมีนาคม - เมษายน 2540 จำนวน 327 คน สุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ทดสอบสมมุติฐานโดยใช้ โค-สแควร์

ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ ร้อยละ 53.5 และปัจจุบันยังใช้ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพอยู่ ร้อยละ 39.8 ในกลุ่มผู้ใช้ที่เคยใช้นี้ พบว่าผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ ที่มีการใช้มากที่สุดคือ ชุปไก่สกัด/ริงนก ร้อยละ 46.3 รองลงมาคือ นมผึ้ง ร้อยละ 28.0 และผลิตภัณฑ์กระเทียม ร้อยละ 26.9 ผู้ที่เคยใช้ส่วนใหญ่ มีแนวโน้มการใช้ต่อไป ร้อยละ 47.7 ไม่แน่ใจว่าจะใช้ต่อไป ร้อยละ 37.7 และไม่ใช้ต่อไปแน่นอน ร้อยละ 14.6 ส่วนลักษณะการใช้พบว่ามีการใช้แบบเป็นประจำ มากกว่าแบบไม่ประจำ คิดเป็นร้อยละ 56.6 และร้อยละ 43.4

ตามลำดับ วัดประสงค์ในการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพพบว่า ส่วนใหญ่ใช้เพื่อบำรุงร่างกาย และป้องกันโรคโดยทั่วไปร้อยละ 35.9 รองลงมาคือคิดว่าตนเองสุขภาพไม่ดีจึงต้องการบำรุง ร้อยละ 27.7 และ เสริมส่วนประกอบของอาหาร ที่อาจได้รับไม่เพียงพอ ร้อยละ 11.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ ส่วนใหญ่มีความสนใจศึกษาหาข้อมูลเพื่อบำรุงรักษาสุขภาพด้วยตนเอง ร้อยละ 31.2 การโฆษณาผ่านสื่อมวลชน ร้อยละ 19.8 และเห็นว่าเพื่อนฝูงญาติพี่น้อง ใช้แล้วดีจึงใช้ตาม ร้อยละ 17.5 ส่วนใหญ่พบว่าผลการใช้อยู่ระหว่างเหมือนเดิมถึงไม่แน่ใจ ร้อยละ 55.5 มีเพียง ร้อยละ 44.5 เท่านั้นที่ระบุว่าใช้แล้วรู้สึกว่ามีสุขภาพดีขึ้น ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพยังไม่เห็นผลที่เด่นชัด

อายุกับการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) ส่วนเพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ก็กับการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

Independent Study Title The Use of Health-Promotion Products of Customers at The
Community Pharmacy Store Faculty of Pharmacy
Chiang Mai University

Author Miss Mayuree Kongsatt

Master of Public Health Public Health

Examining Committee :

Assist. Prof. Waraporn	Pannavalee	Chairman
Assoc. Prof. Panee	Sirisa-ard	Member
Lecturer Dr. Tongpaan	Tiamraj	Member
Lecturer Dr. Sukanya	Linpisarn	Member

Abstract

The objectives of this study were to investigate the trend of use, the usage patterns, the objectives and the factors which influenced the use of health-promotion products. In addition, the correlation between gender, age, education, occupation and the use of health-promotion products was studied. This study was performed from March to April, 1997 at The Community Pharmacy Store, Faculty of Pharmacy, Chiang Mai University. 327 samples were selected by purposive random sampling method. A questionnaire was used for data collection, and descriptive statistics and Chi-square test were used for data analysis.

The results of this study showed that 53.5 % of the samples had used health - promotion products whereas 39.8 % were still in using the products. The most popular

products were Essence of Chicken/Bird's Nest (46.3 %), Royal Jelly (28.0 %) and Garlic products (26.9 %). Most of the users showed the tendency to continue using the products (47.7 %). The remaining users indicated uncertainty (37.7 %) and discontinuity (14.6 %) of using the products. A regular usage pattern was found in more case than an irregular usage pattern (56.6 % and 43.4 %, respectively). The users stated that the objectives of using the products were for health promotion and general disease prevention (35.9 %), health restoration because they thought that they were unhealthy (27.7 %), and nutrition supplement (11.1%). The factors influencing the decision making of use were self-searching of the information for preventive and therapeutic purposes (31.2 %), advertisement(19.8 %), peer and family influence(17.5 %). It was also found that 44.5 % felt that their health improved after using the products while 55.5 % felt that their health was unchanged or they were not sure of improvement. This result indicated that the benefits of using the health-promotion products were not clear.

There was a significant correlation between the users age and the use of health - promotion products ($p < .05$). On the other hand, gender, education and occupation did not significantly correlate with the use of health-promotion products.