

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุ และความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยและพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุ ผลการศึกษาแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของกลุ่มตัวอย่าง

แสดงรายละเอียดตามลำดับดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้สูงอายุ

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลักสุดท้าย รายได้ ต่อเดือน ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารต่อเดือน ความคิดเห็นต่อราคาของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร สภาพความเป็นอยู่ของครอบครัว ที่อยู่อาศัยและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนภาวะสุขภาพของผู้สูงอายุ แสดงตามตาราง 4.1 ดังนี้

ตาราง 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก
สุดท้าย รายได้ ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร การรับรู้ราคา สภาพ
ความเป็นอยู่ของครอบครัว ที่อยู่อาศัย สิ่งแวดล้อมและภาวะสุขภาพ (N = 100)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	64	64.00
ชาย	36	36.00
อายุ		
60-69 ปี	40	40.00
70-79 ปี	45	45.00
80-89 ปี	14	14.00
91 ปี	1	1.00
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าประถมศึกษา	18	18.00
ประถมศึกษา	59	59.00
มัธยมศึกษา	15	15.00
อนุปริญญา	2	2.00
ปริญญาตรี	5	5.00
สูงกว่าปริญญาตรี	1	1.00
อาชีพหลักสุดท้าย		
เกษตรกร	36	36.00
รับจ้าง	25	25.00
ค้าขาย	21	21.00
ข้าราชการ	12	12.00
แม่บ้านหรือพ่อบ้าน	5	5.00
พนักงานบริษัท	1	1.00

ตาราง 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน		
1,000-5,000 บาท	76	76.00
5,001-10,000 บาท	9	9.00
10,001-15,000 บาท	5	5.00
15,001-20,000 บาท	5	5.00
20,001-25,000 บาท	5	5.00
ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารต่อเดือน		
500- 1,000 บาท	73	73.00
1,001-2,000 บาท	22	22.00
3,001-5,000 บาท	2	2.00
5,001-5,500 บาท	3	3.00
การรับรู้ราคาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร		
แพง	62	62.00
ไม่แพง	38	38.00
สภาพความเป็นอยู่ของครอบครัว		
อยู่กับลูกหลานหรือญาติ	64	64.00
อยู่ลำพังกับคู่สมรส	23	23.00
อยู่ลำพังโดยไม่มีคู่สมรส	13	13.00
ที่อยู่อาศัย สิ่งแวดล้อม		
บ้านส่วนตัวอยู่นอกเมือง	52	52.00
บ้านส่วนตัวอยู่ในเมือง	47	47.00
สถานสงเคราะห์หรือวัด	1	1.00

ตาราง 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ภาวะสุขภาพ		
มีโรคประจำตัว	58	58.00
ปวดเมื่อย	(14)	(14.00)
ความดันโลหิตสูง	(12)	(12.00)
เบาหวาน	(11)	(11.00)
กระเพาะอาหาร	(6)	(6.00)
ความดันโลหิตต่ำ	(4)	(4.00)
ภูมิแพ้	(4)	(4.00)
โรคหัวใจ	(3)	(3.00)
กระดูกผุ	(3)	(3.00)
โรคเกี่ยวกับตา	(3)	(3.00)
นิ้ว	(2)	(2.00)
ไตอักเสบ	(2)	(2.00)
โคเรสเตอรอลในเลือดสูง	(1)	(1.00)
อัมพฤกษ์	(1)	(1.00)
ไม่มีโรคประจำตัว	42	42.00

ตาราง 4.1 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 64.00 อายุ 70-79 ปี ร้อยละ 45.00 การศึกษาระดับประถมศึกษา ร้อยละ 59.00 มีอาชีพเกษตรกร ร้อยละ 39.00 รายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 76.00 มีค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 73.00 รับรู้ราคาผลิตภัณฑ์ว่ามีราคาแพง ร้อยละ 62.00 อยู่กับลูกหลานหรือญาติ ร้อยละ 64.00 อาศัยบ้านส่วนตัวนอกเมืองและในเมืองเป็นจำนวนใกล้เคียงกัน ร้อยละ 52.00 และ 47.00 ตามลำดับ และส่วนมากมีโรคประจำตัว ร้อยละ 58.00 เป็น โรคปวดเมื่อยมากที่สุด ร้อยละ 14.00

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของกลุ่มตัวอย่าง คอลอบคลุมถึงการบริโภค ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแต่ละชนิด พฤติกรรมการบริโภค ปริมาณที่บริโภค ระยะเวลา ผลการบริโภค ตลอดจนแนวโน้มการบริโภค แสดงตามตาราง 4.2 ดังนี้

ตาราง 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร แต่ละชนิด พฤติกรรมการบริโภค ปริมาณที่บริโภค ระยะเวลา ผลการบริโภคและ แนวโน้มการบริโภค (N = 100)

พฤติกรรมการบริโภค	จำนวน	ร้อยละ
ชนิดของผลิตภัณฑ์ที่บริโภค *		
สารสกัดจากแคลเซียม	55	55.00
สารสกัดจากชัญพืช	55	55.00
ซูปไก่สกัด	36	36.00
รังนก	34	34.00
น้ำมันกระเทียม	33	33.00
นมผึ้ง	30	30.00
สารสกัดจากเห็ดหลินจือ	26	26.00
น้ำมันปลา	25	25.00
สาหร่ายเกลียวทอง	23	23.00
สารสกัดจากส้มแขก	13	13.00
ใยอาหารสกัดจากบุก	10	10.00
วิตามิน	4	4.00
ฮอว์โมน	1	1.00
พฤติกรรมการบริโภค		
บริโภคเป็นประจำ	55	55.00
เจ็บป่วยหรือพักฟื้น	29	29.00
รู้สึกอ่อนเพลีย	6	6.00

ตาราง 4.2 (ต่อ)

พฤติกรรมบริโภค	จำนวน	ร้อยละ
ไม่แน่นอนแล้วแต่ความพอใจ	4	4.00
เมื่อทำงานหนักหรือเล่นกีฬา	3	3.00
ได้รับสารอาหารไม่ครบ 5 หมู่	2	2.00
รู้สึกเครียด	1	1.00
ปริมาณบริโภคต่อครั้ง		
ตามคำบอกเล่าของผู้แนะนำ	45	45.00
ตามความพอใจของตนเอง	34	34.00
ตามที่ระบุในฉลาก	21	21.00
ระยะเวลาการบริโภค		
น้อยกว่า 1 เดือน	6	6.00
1-6 เดือน	21	21.00
7 เดือน-1 ปี	8	8.00
นานกว่า 1 ปี	65	65.00
ผลการบริโภค		
ได้ผลเป็นที่น่าพอใจ	77	77.00
เหมือนเดิมไม่มีการเปลี่ยนแปลง	23	23.00
แนวโน้มการบริโภค		
จะบริโภคต่อ	84	84.00
ไม่แน่ใจ	16	16.00

* เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ

ตาราง 4.2 กลุ่มตัวอย่างบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากที่สุด คือ สารสกัดจากแคลเซียมและธาตุฟอสฟอรัส ร้อยละ 55.00 เท่ากัน รองลงมาคือซูปลั๊กสกัด รังนก น้ำมันกระเทียม นมผึ้ง ร้อยละ 30.00-36.00 ส่วนมากบริโภคเป็นประจำ ร้อยละ 55.00 รองลงมาบริโภคเมื่อป่วยหรือพักผ่อน ร้อยละ 29.00 บริโภคตามคำบอกเล่าของผู้แนะนำ ร้อยละ 45.00 มีระยะเวลาการบริโภคนานกว่า 1 ปี ร้อยละ 65.00 ผลของการบริโภคเป็นที่น่าพอใจร้อยละ 77.00 และมีแนวโน้มที่จะบริโภคต่อ ร้อยละ 84.00

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย ปัจจัยนำ ปัจจัยเอื้อและปัจจัยเสริม แสดงตามตาราง 4.3-4.6 ดังนี้

ตาราง 4.3 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับคะแนนปัจจัยนำ ด้านความรู้ ความเชื่อ และแรงจูงใจ (N = 100)

ปัจจัยนำ	จำนวน	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
ความรู้				
- ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสามารถรับประทานทดแทนอาหารได้	62	62.00	0.62	ปานกลาง
- การตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม-อาหารควรปรึกษาแพทย์	54	54.00	0.54	ปานกลาง
- ถ้ากินอาหารครบ 5 หมู่ สิ่งที่ได้จากผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีอยู่ครบถ้วน	58	58.00	0.58	ปานกลาง
- การเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดที่จำเป็นต่อความต้องการของร่างกายขณะนั้น	66	66.00	0.66	ปานกลาง
ความเชื่อ				
- ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารใช้รับประทานทดแทนอาหารได้	50	50.00	0.50	ปานกลาง
- ถ้าเรามีสุขภาพดีและใส่ใจการรับประทานอาหาร ก็ไม่จำเป็นต้องรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	36	36.00	0.36	ปานกลาง
- ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยให้สุขภาพดีขึ้น	17	17.00	0.17	น้อย
แรงจูงใจ				
- ด้านสุขภาพ	79	79.00	0.79	มาก
- โฆษณาชวนเชื่อ	11	11.00	0.11	น้อย
- รูปแบบผลิตภัณฑ์สวยงาม ใช้ง่าย	9	9.00	0.09	น้อย
- ชื่อเสียงของสินค้า หรือบริษัทผู้ผลิต	1	1.00	0.01	น้อย

ตาราง 4.3 กลุ่มตัวอย่างมีความรู้อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อมีระดับคะแนนร้อยละ 54.00-66.00 มีความเชื่ออยู่ในระดับน้อย-ปานกลางร้อยละ 17.00-50.00 มีแรงจูงใจที่ระดับน้อย-มาก ร้อยละ 1.00-79.00

ตาราง 4.4 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับคะแนนปัจจัยเอื้อ ด้านอำนาจซื้อและความสะดวกในการซื้อ (N = 100)

ปัจจัยเอื้อ	จำนวน	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
อำนาจซื้อ				
ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์				
500- 1,000 บาท	73	73.00	0.73	มาก
1,001-2,000 บาท	22	22.00	0.22	น้อย
3,001-5,000 บาท	2	2.00	0.02	น้อย
5,001-5,500 บาท	3	3.00	0.03	น้อย
การรับรู้ราคาผลิตภัณฑ์				
ราคาแพง	62	62.00	0.62	ปานกลาง
ราคาไม่แพง	38	38.00	0.38	น้อย
ความสะดวกในการซื้อผลิตภัณฑ์				
ห้างสรรพสินค้า	44	44.00	0.44	ปานกลาง
ร้านขายยา	28	28.00	0.28	น้อย
ศูนย์จำหน่ายตรง	10	10.00	0.10	น้อย
ลูกหลานเป็นผู้ซื้อให้	3	3.00	0.03	น้อย

ตาราง 4.4 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีคะแนนค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ระดับ 500 บาท ถึง 1,000 บาทในระดับมากร้อยละ 73.00 รับรู้ราคาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีราคาแพงที่ระดับปานกลาง ร้อยละ 62.00 ความสะดวกที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากห้างสรรพสินค้ามากที่สุดที่ระดับ ปานกลางร้อยละ 44.00

ตาราง 4.5 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับคะแนนปัจจัยเอื้อ
ด้านทักษะการซื้อ

ทักษะการซื้อ*	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
ตรวจสอบเครื่องหมายอนุมัติจาก อย.	56.00	0.56	ปานกลาง
ตรวจสอบ วัน เดือน ปี ที่หมดอายุ	56.00	0.56	ปานกลาง
ตรวจสอบข้อมูลบนฉลากที่บอก			
สารอาหารที่เป็นส่วนประกอบ	50.00	0.50	ปานกลาง
พิจารณาคุณค่าทางโภชนาการ			
ของสารอาหารที่ระบุไว้	53.00	0.53	ปานกลาง
อ่านคำเตือนคำแนะนำหรือวิธี			
รับประทานที่ระบุไว้	58.00	0.58	ปานกลาง

* เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ

ตาราง 4.5 กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนทักษะการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในระดับปานกลาง
ทุกข้อมีระดับคะแนนร้อยละ 50.00-58.00

ตาราง 4.6 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับคะแนนปัจจัยเสริม
ด้านการรับรู้ข่าวสารจากแหล่งข้อมูล อิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิง และการได้รับคำชมเชย
ด้านสุขภาพ (N = 100)

ปัจจัยเสริม	จำนวน	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
การรับรู้ข่าวสารจากแหล่งข้อมูล*				
โทรทัศน์	81	81.00	0.81	มาก
วิทยุ	38	38.00	0.38	ปานกลาง
หนังสือพิมพ์นิตยสารหรือวารสารทั่วไป	28	28.00	0.28	น้อย
วารสารเกี่ยวกับสุขภาพ	18	18.00	0.18	น้อย
เอกสารโฆษณาของผู้ผลิต	18	18.00	0.18	น้อย
อิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิง				
ลูกหลานของผู้สูงอายุ	69	69.00	0.69	มาก
ตัดสินใจบริโภคเอง	26	26.00	0.26	น้อย
บุคลากรทางสาธารณสุข (หมอ, พยาบาล, เภสัชกร เป็นต้น)	25	25.00	0.25	น้อย
ญาติพี่น้องของผู้สูงอายุ	20	20.00	0.20	น้อย
ผู้ขายผลิตภัณฑ์	19	19.00	0.19	น้อย
เพื่อนในชมรม	17	17.00	0.17	น้อย
เพื่อนนอกชมรม	11	11.00	0.11	น้อย
การได้รับคำชมเชยด้านสุขภาพ				
เคยได้รับคำชมเชย	78	78.00	0.78	มาก
ไม่เคยได้รับคำชมเชย	22	22.00	0.22	น้อย

*เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ

ตาราง 4.6 กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนการได้รับข่าวสารจากโทรทัศน์ที่ระดับมากร้อยละ 81.00 รองลงมาเป็นวิทยุมีระดับคะแนนปานกลางร้อยละ 38.00 กลุ่มตัวอย่างได้รับอิทธิพลจากลูกหลาน มีระดับคะแนนมากร้อยละ 69.00 ได้รับแรงเสริมจากคำชมเชยด้านสุขภาพหลังบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีระดับคะแนนมากร้อยละ 78.00

ตาราง 4.7 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับคะแนนปัจจัยนำ
ปัจจัยเอื้อ และปัจจัยเสริมรายรวมและรายด้าน (N = 100)

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ระดับคะแนน
1. ปัจจัยนำ	40.27	0.40	ปานกลาง
2. ปัจจัยเอื้อ	37.20	0.37	ปานกลาง
3. ปัจจัยเสริม	33.57	0.33	ปานกลาง
รวม	37.01	0.37	ปานกลาง

ตาราง 4.7 กลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยรายรวมที่ระดับคะแนนปานกลาง ร้อยละ 37.01 มีปัจจัยรายด้านโดยปัจจัยนำมีคะแนนร้อยละ 40.27 ปัจจัยเอื้อมีคะแนนร้อยละ 37.20 และปัจจัยเสริมมีคะแนน 33.57

ส่วนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำ ปัจจัยเอื้อ และปัจจัยเสริมกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของกลุ่มตัวอย่าง นำเสนอตามตาราง 4.8-4.10 ดังนี้

ตาราง 4.8 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
(N = 100)

ปัจจัยนำ	χ^2	P-value
ความรู้	4.485	.106
ความเชื่อ	6.545	.085
แรงจูงใจ	2.138	.544

ตาราง 4.8 ปัจจัยนำทุกด้านไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ตาราง 4.9 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเอื้อกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
(N=100)

ปัจจัยเอื้อ	χ^2	P-value
อำนาจซื้อ		
ค่าใช้จ่าย	2.208	.530
การรับรู้ราคา	4.461	.035*
ความสะดวกในการซื้อ	4.148	.528
ทักษะการซื้อ	1.388	.500

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 4.9 ปัจจัยเอื้อเกือบทุกเรื่องไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ยกเว้นเรื่องการรับรู้ราคาผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 4.10 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเสริมกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
ของกลุ่มตัวอย่าง (N = 100)

ปัจจัยเสริม	χ^2	P-value
การรับรู้ข่าวสารจากแหล่งข้อมูล		
โทรทัศน์	0.631	.427
วิทยุ	1.442	.230
หนังสือพิมพ์นิตยสารหรือวารสารทั่วไป	0.393	.531
วารสารเกี่ยวกับสุขภาพ	0.331	.565
เอกสารโฆษณาของผู้ผลิต	1.207	.272
อิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิง		
ลูกหลานของผู้สูงอายุ	0.170	.680
ตัดสินใจบริโภคเอง	1.531	.216
บุคลากรทางสาธารณสุข (หมอ, พยาบาล, เภสัชกร เป็นต้น)	0.660	.417
ญาติพี่น้องของผู้สูงอายุ	1.010	.315
ผู้ชายผลิตภัณฑ์	0.053	.818
เพื่อนในชมรม	0.522	.470
เพื่อนนอกชมรม	0.001	.974
การได้รับคำชมเชยด้านสุขภาพ	0.191	.662

ตาราง 4.10 ปัจจัยเสริมทุกด้านและทุกเรื่อง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภค
ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร