

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยตั้งวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และศึกษาถึงความคาดหวังของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ตลอดจนศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยกลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนทั่วไปทั้งชายและหญิง ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการใช้แบบสอบถาม ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยคัดเลือกร้านขายยาแต่ละตำบล เป็นสถานที่เก็บข้อมูล จำนวน 16 ร้าน จาก 16 ตำบล จากนั้นสุ่มแบบบังเอิญ (accidental sampling) จากประชาชนที่เดินเข้ามาในร้าน ร้านละ 15 ตัวอย่าง รวมข้อมูลทั้งหมด 240 ตัวอย่าง ใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลและแสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และ Logit Model สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

#### ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ทั้งหมด 240 คน เป็นเพศหญิง ร้อยละ 67.9 เป็นเพศชาย ร้อยละ 32.1 ส่วนใหญ่อายุ 26-45 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 40.3 รองลงมาคือ รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 33.8 ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ที่ 5,001 - 10,000 บาท และมีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าร้อยละ 72.5

#### พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ได้แบ่ง กลุ่มผลิตภัณฑ์เป็น 3 กลุ่ม คือ ผลิตภัณฑ์ลดความอ้วน ผลิตภัณฑ์เพื่อบำรุงร่างกาย และผลิตภัณฑ์เพื่อหวังผลเฉพาะทาง จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 87.5 เคยซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 59.6 จะซื้อต่อไปในอนาคต ส่วนการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผู้บริโภค ร้อยละ 56.2 ซื้อให้ทั้งตนเอง และผู้อื่น ร้อยละ 55.7 บริโภคมานาน ตั้งแต่ 1 - 12 เดือน กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อวิตามินรวมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.2 รองลงมาคือ ซุปไก่สกัดและโยเกิร์ต คิดเป็นร้อยละ 40.0 และ 30.0 ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารต่อเดือนอยู่ที่ 401-700 บาท จากการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์เพื่อหวังผลเฉพาะทาง มีการบริโภคสม่ำเสมอแบบวันละครั้งมากที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อบำรุงร่างกาย และกลุ่มผลิตภัณฑ์ลดความอ้วน กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากที่สุดจากโทรทัศน์ ร้อยละ 15.5 รองลงมาคือ นิตยสาร และญาติหรือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 14.4 และ 13.3 ตามลำดับ ทุกกลุ่มที่บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร รู้สึกว่า สุขภาพ “ดีขึ้น” หลังจากได้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมาได้ระยะหนึ่ง โดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อบำรุงร่างกาย ผลิตภัณฑ์เพื่อหวังผลเฉพาะทาง และผลิตภัณฑ์ลดความอ้วนตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างคาดหวังประโยชน์ของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจะสามารถบำรุงร่างกายได้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.2

### ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

จากการศึกษาโดยใช้ตัวแปรทั้งสิ้น 13 ตัวแปรในแบบจำลอง Logit ได้แก่ เพศ รายได้ บริโภคตามบุคคลที่มีชื่อเสียง บริโภคตามเพื่อน การสนใจของตัวแทนจำหน่าย บรรจภัณฑ์ การให้ของแถม การให้ส่วนลด ความต้องการสารอาหารเพิ่ม ความต้องการเพื่อรักษาโรค ความต้องการลดน้ำหนัก ความต้องการเพื่อชะลอวัย โฆษณา ผลปรากฏว่าตัวแปรที่สามารถอธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร คือ ต้องการเพื่อรักษาโรค บริโภคตามเพื่อน และเชื่อตามโฆษณาที่ได้รับทราบสรรพคุณมา ซึ่งอธิบายได้ว่า การที่ผู้บริโภคต้องการรักษาโรคให้หาย มีผลทำให้บุคคลเหล่านั้นมีโอกาสตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพิ่มขึ้น 44.7% ที่ระดับนัยสำคัญที่  $\alpha = 0.05$  เพื่อนมีผลทำให้บุคคลที่อยู่ใกล้ชิดมีโอกาสตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพิ่มขึ้น 15.1% ที่ระดับนัยสำคัญที่  $\alpha = 0.01$  การสนใจจากโฆษณามีผลทำให้บุคคลที่เชื่อข้อมูลจากโฆษณา มีโอกาสตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เพิ่มขึ้น 14.1% ที่ระดับนัยสำคัญที่  $\alpha = 0.01$

## 5.2 การอภิปรายผล

### การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารให้ทั้งตนเองและผู้อื่น ทั้งนี้อาจสืบเนื่องมาจากความเชื่อถือในสรรพคุณของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ซึ่งผู้บริโภคได้รับข้อมูลจากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจ จึงทำให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีความจำเป็นต่อร่างกาย ผู้บริโภคจึงซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมาบริโภคและซื้อให้บุคคลที่เขาปรารถนาจะให้มีสุขภาพดี ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงอาจทำให้

เดียวกับผลการศึกษาของ บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ที่พบว่าผู้บริโภคเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในครั้งแรกนั้นเพราะอยากลอง แต่ในครั้งต่อ ๆ ไปนั้น เกิดจากความมั่นใจและความเชื่อในตัวผลิตภัณฑ์และจากการโฆษณา

### ประเภทของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่าง เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อบำรุงร่างกายมากที่สุด สำหรับชนิดของผลิตภัณฑ์ ประชาชนเลือกซื้อวิตามินรวมมากที่สุด เนื่องจากในปัจจุบันที่คนทำงานแข่งกับเวลาอย่างเร่งรีบ ทำให้พฤติกรรมของกลุ่มคนที่ต้องทำงานนอกบ้านไม่สามารถพื้พันติดกับพฤติกรรมการกินอยู่ได้มากนัก ดังนั้นการรับประทานโปรตีน ไขมัน คาร์โบไฮเดรตในปริมาณสูงโดยละเลยผักสด ผลไม้ ที่เป็นแหล่งของวิตามินและเกลือแร่ ผู้บริโภคจึงควรตระหนักและรับประทานผักสด ผลไม้ให้มากขึ้น ในสังคมเมืองที่ความเป็นอยู่ อย่างรีบเร่งอาจเป็นการยากที่จะรับประทานผักสดผลไม้ เพื่อให้ได้คุณค่าครบถ้วน การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วิตามินชนิดสำเร็จรูป จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง เพื่อหวังจะให้ร่างกายแข็งแรง ด้วยเหตุนี้จึงทำให้วิตามินรวม เป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารกลุ่มตัวอย่าง ซื้อมากที่สุด

### แหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

จากผลการศึกษาพบว่าแหล่งข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่าง ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากที่สุดคือโทรทัศน์ ทั้งนี้เนื่องจากโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีทั้งเสียงและเห็นภาพเคลื่อนไหว ทำให้ผู้บริโภคเห็นสินค้า ทำให้โทรทัศน์เป็นสื่อที่ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าหลายประเภท นิยมใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นไปในทางเดียวกับผลการศึกษาของวิไลวรรณ กระจาย ที่พบว่า การรับรู้จากสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ และสิ่งตีพิมพ์ เป็นปัจจัยที่มีผลทำให้การบริโภคอาหารเสริมของกลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ กรวิไล วงศ์ใจมา ที่พบว่า สื่อโทรทัศน์มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากที่สุด

### ความคาดหวังประโยชน์ของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

จากผลการศึกษาพบว่าความคาดหวังประโยชน์ของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของ กลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คือ สามารถบำรุงร่างกาย ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคได้รับข้อมูลจากการโฆษณาและมีความเชื่อว่าการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร จะสามารถบำรุงร่างกายได้ ซึ่งเป็นไปในทางเดียวกับผลการศึกษาของสรายุจิต ฉายทองคำและคณะ พบว่า สิ่งจูงใจในการทำให้เกิดการซื้อ คือ เพื่อเสริมสุขภาพและบำรุงร่างกายให้ได้รับสารอาหารครบถ้วน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ

การศึกษาของกรวิไล วงศ์ใจมา ที่พบว่าเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารส่วนใหญ่ คือ บำรุงสุขภาพทั่วไปและป้องกันโรค เช่นเดียวกับการศึกษาของธีรรัตน์ จันทร์ศรี พบว่าเหตุผลที่ตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร คือ ใช้เพื่อส่งเสริมสุขภาพมากที่สุด

### ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

จาก Logit Model พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ความต้องการเพื่อรักษาโรค เพราะต้องการหายจากโรคที่เป็นอยู่เร็วขึ้น และผู้บริโภคคิดว่าถ้าได้รับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารร่วมกับยารักษาโรคน่าจะทำให้โรคที่ตนเป็นอยู่มีอาการดีขึ้น เร็วกว่าได้รับยาอย่างเดียว ประกอบกับในปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์เสริมอาหารออกมามากมาย ซึ่งได้แยกเฉพาะในการรักษาโรค ทำให้กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจได้เร็วขึ้น อีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารคือ เพื่อน เพราะมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดทำให้เกิดการเรียนรู้ในผลิตภัณฑ์ เมื่อใช้ได้ผลจึงบอกต่อกันไปเรื่อย ๆ ซึ่งตรงกับผลการศึกษาในตาราง 4.3 ที่พบว่าเพื่อน เป็นแหล่งข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารเรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นอันดับ 3 อีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร คือ แรงจูงใจจากโฆษณา เนื่องจากปัจจุบันมีสื่อหลายประเภทที่เข้าถึงผู้บริโภคอย่างใกล้ชิด ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ นิตยสาร ทำให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสาร และสรรพคุณของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างละเอียด ทำให้การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารได้เร็วและง่ายขึ้น ซึ่งทั้ง 3 ปัจจัยนี้เราสามารถนำมาเป็นประโยชน์ในการวางตำแหน่งและกลยุทธ์ของธุรกิจได้โดยเน้นผลิตภัณฑ์เพื่อหวังผลเฉพาะทาง เช่น สารสกัดจากใบแปะก๊วย เลซิติน และเน้นโฆษณาเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร มีการนำรายการส่งเสริมการขายเพื่อนแนะนำเพื่อนมาเป็นสมาชิก เป็นต้น ทำให้กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจได้เร็วขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกรวิไล วงศ์ใจมา ที่พบว่าเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารส่วนใหญ่ คือ บำรุงสุขภาพทั่วไป และป้องกันโรค

### 5.3 ข้อเสนอแนะของการศึกษา

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูง จะบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาน้อย ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจนี้ ควรให้ความสำคัญในเรื่องการเผยแพร่ข้อมูล การประชาสัมพันธ์และการกระจายข่าวสารเกี่ยวกับผลประโยชน์ของการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไปยังประชาชนให้มากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ตลาดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีการขยายตัวมากขึ้น ในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ควรมีการบริโภคอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ร่างกายได้รับสารอาหารอย่างครบถ้วนและต่อเนื่อง เพราะผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไม่ใช่ยาบรรเทาอาการเจ็บป่วยจากการขาดสารอาหาร แต่เป็นโภชนาการทางป้องกัน ซึ่งควรบริโภคล่วงหน้าก่อน

อาการเจ็บป่วยจากการขาดสารอาหาร แต่เป็นโภชนาการทางป้องกัน ซึ่งควรบริโภคล่วงหน้าก่อนเกิดอาการของโรค สำหรับผลรวมทั้งหมดของค่าใช้จ่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเฉลี่ยต่อเดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีค่าใช้จ่าย อยู่ในช่วง 701 – 1,000 บาท มากที่สุด จากข้อมูลดังกล่าวทางบริษัทหรือเจ้าของกิจการสามารถนำมาเป็นประโยชน์ในการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ โดยราคาของผลิตภัณฑ์ต่อ 1 กล่องหรือ 1 เดือน ควรอยู่ในช่วง 701 – 1,000 บาท จึงจะเหมาะสม หรือถ้าต้องการขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มคนที่ยังมีรายได้ไม่สูงมากนัก ควรเลือกผลิตหรือเลือกสินค้ามาวางในร้านในช่วงราคา 401 – 700 บาท ปัจจุบันนี้พบว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารออกวางจำหน่ายมากมาย อันจะพบได้ตามสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ ซึ่งบางผลิตภัณฑ์มีการโฆษณาสรรพคุณเกินจริง เช่น ผลิตภัณฑ์ลดน้ำหนัก เมื่อใช้แล้วจะเห็นผลภายใน 1 สัปดาห์ หรืออาหารเสริมบำรุงสมอง เมื่อทานผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะทำให้สมองมีความจำดี เป็นต้น และพบว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแต่ละชนิด มีราคาแพงมากและประโยชน์ที่ได้จากผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเหล่านี้ยังไม่ชัดเจนว่ามีมากหรือน้อยเพียงไร ดังนั้นผู้บริโภคจึงควรพิจารณาถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์เหล่านั้นด้วย และจากการศึกษาพบว่าความต้องการเพื่อรักษาโรคและแรงจูงใจจากโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นหน่วยงานราชการควรมีการเข้มงวดในการคุ้มครองผู้บริโภค เพราะผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบางชนิดก็โฆษณาเกินจริงและมีราคาแพง ทำให้ผู้บริโภคเชื่อและซื้อสินค้าไปบริโภคในราคาเกินจริง ซึ่งผู้ผลิตและจำหน่ายมักจะให้ข้อมูลด้านบวกกับผลิตภัณฑ์ของตน ดังนั้นก่อนตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคควรศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากหลาย ๆ แหล่งข้อมูล เนื่องจากการโฆษณาถึงแม้จะมีกฎหมายควบคุม แต่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งมีหน้าที่โดยตรงก็ยังไม่สามารถควบคุมดูแลได้ครบถ้วน ผู้บริโภคจึงต้องหาข้อมูลเพื่อเป็นการคุ้มครองตนเอง โดยเฉพาะการโฆษณาในแง่ความคุ้มค่าในการใช้ ถ้าผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ถูกต้องทั้งด้านประโยชน์และโทษ จะทำให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจได้ว่า จะซื้อหรือไม่ซื้อ ในส่วนของรัฐบาลหรือผู้เกี่ยวข้อง ควรเสนอข้อมูลของผลิตภัณฑ์ในแง่มุมต่าง ๆ ทั้งทางด้านประโยชน์และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ตลอดจนหามาตรการในการควบคุมการโฆษณา โดยเฉพาะการโฆษณาจากการขายตรง หาวิธีการส่งเสริมจริยธรรมของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายให้นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของตนอย่างถูกต้อง พยายามทำให้เกิดการแข่งขันในตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคจะได้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีและราคาถูก และนำเสนอทางเลือกอื่น ๆ เพื่อให้มีสุขภาพดี เช่น ให้ความรู้ด้านโภชนาการกับผู้บริโภค ให้ความรู้ด้านประโยชน์และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร การณรงค์ให้ผู้บริโภครับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่

#### 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

เนื่องจากการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจำเป็นต้องอาศัยความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นอย่างดี ดังนั้น การที่จะให้ความรู้ดังกล่าวกระจายอย่างรวดเร็วและทั่วถึง จึงมีการใช้สื่อโฆษณาในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เป็นจำนวนมาก ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรจะมีการศึกษาถึงพฤติกรรมในการดูสื่อต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างด้วย และควรมีการศึกษาในเรื่องเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์สุขภาพอื่น ๆ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเครื่องมือแพทย์ เนื่องจากในสังคมปัจจุบันกำลังได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเพิ่มขึ้น