

ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติ ในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

นัฐชา อีบรอเฮม^a ฉัฐวิณั ลิทธิศิริอรธ^b ธัญญา วัฒน^c ดุจเดือน พันธุมนาวิณวิ^d

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ และเพื่อทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานโดยใช้ปัจจัยจิตลักษณะเดิม สถานการณ์ และจิตลักษณะตามสถานการณ์ ในกลุ่มรวม และเมื่อจำแนกตามเพศ สถานภาพ รายได้ อาชีพ กลุ่มตัวอย่าง คือ วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานอายุ 18-40 ปี จำนวน 330 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า เอกลักษณ์แห่งตน มุ่งอนาคตควบคุมตน ความเชื่ออำนาจโน้ตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ อิทธิพลตัวแบบ การสนับสนุนจากครอบครัว ทศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม และภูมิคุ้มกันตนทางจิต มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 และ ตัวแปรทั้งหมด 9 ตัวแปร ร่วมกันทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ได้ร้อยละ 45.0 โดยตัวแปรที่สามารถทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานเป็นอันดับแรก คือ ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม รองลงมาได้แก่ เอกลักษณ์แห่งตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และมุ่งอนาคตควบคุมตน ตามลำดับ

คำสำคัญ: วัยผู้ใหญ่ตอนต้น, น้ำหนักเกินมาตรฐาน, พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติ, อาหารเสริมความงาม

^a นักศึกษาปริญญาโท คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ E-mail: thehunnynutchaa@gmail.com

^{b,c} อาจารย์ประจำ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

^d อาจารย์ประจำ คณะพัฒนาสังคมและยุทธศาสตร์การบริหาร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ E-mail: db719nida@gmail.com

รับบทความ: 4 ตุลาคม 2565 แก้ไขบทความ: 2 ธันวาคม 2565 ตอบรับบทความ: 20 ธันวาคม 2565

Psychosocial Factors Related to Mindful Risk-Taking Behaviors for Consuming Beauty Supplements of Early Adulthood with Overweight

Nutcha Ibrohem^a Shuttawwee Sitsira-at^b Vitanya Vanno^c Duchduen Bhanthumnavin^d

Abstract

The objectives of this study to correlational and predictive mindful risk-taking behavior of beauty supplement consumption among overweight young adults by using psychological trait factors, situational factors, and psychological situation factors for the whole group and divided by gender, income, occupation and status. The sample included 330 overweight young adults from 18 to 40, and selected by stratified sampling. The statistics for data analysis consisted of t-test, F-test, Pearson correlation coefficient, and multiple regression analysis. The study revealed ego identity, future orientation and self-control, internal locus of control, achievement motivation, role model, social support from family, attitude toward beauty supplement consumption, behavioral intention to beauty supplement consumption, and psychological immunity in beauty supplement consumption that were positively correlated with mindful risk-taking behavior of beauty supplement consumption with a statistical significance level of .01; and all nine variables were able to jointly predict mindful risk-taking behavior in beauty supplement consumption by 45%. The first variable to predict mindful risk-taking behavior in beauty supplement consumption among overweight young adults was psychological immunity in beauty supplement consumption, followed by ego identity, achievement motivation, and locus of control respectively.

Keywords: Early Adulthood, Overweight, Mindful Risk-Taking Behavior, Beauty Supplements

^a Master Student, Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University. E-mail: thehunnynutcha@gmail.com

^{b, c} Lecturer, Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University

^d Professor, School of Social Development and Management Strategy, National Institution of Development Administration

Received: 4 October 2022 Revised: 2 December 2022 Accepted: 20 December 2022

บทนำ

จากรายงานการสำรวจสุขภาพประชาชนไทยด้วยการตรวจร่างกายสำนักงานสำรวจสุขภาพประชาชนไทยในปี 2562-2563 (สสท.) (2564) (National Health Examination Survey Office (NHESO, 2021) พบว่าความชุกของภาวะอ้วนลงพุง (รอบเอว ≥ 90 ซม. ในชาย และ ≥ 80 ซม. ในหญิง) มีร้อยละ 27.7 ในผู้ชาย เมื่อเปรียบเทียบกับผลการสำรวจฯ เมื่อปี 2557 ความชุกของภาวะอ้วน (BMI ≥ 25 kg/m²) มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในผู้หญิงความชุกเพิ่มจากร้อยละ 41.8 ในปี 2557 เป็นร้อยละ 46.4 ส่วนในผู้ชายเพิ่มจากร้อยละ 32.9 เป็น ร้อยละ 37.8 จากการการสำรวจภาวะอ้วนลงพุงในผู้ชายมีความชุกเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 26.0 เป็นร้อยละ 27.7 ส่วนในผู้หญิงค่อนข้างคงเดิม โดยมีร้อยละ 51.3 ในปี 2557 และร้อยละ 50.4 ภาวะน้ำหนักเกินหรือการมีน้ำหนักเกินมาตรฐานนั้นเป็นสาเหตุของการเสียชีวิตมากถึง 20,000 รายหรือคิดเป็นร้อยละ 5.1 ของการเสียชีวิตทั้งหมดในปี พ.ศ. 2547 การมีน้ำหนักเกินมาตรฐานจัดเป็นปัจจัยเสี่ยงทางสุขภาพอันดับสองในประชากรไทยเพศหญิงและอันดับหกในประชากรไทยเพศชาย ซึ่งก่อให้เกิดภาวะโรคต่างๆ เช่น เบาหวาน ความดันโลหิตสูง ข้อเข่าเสื่อม โรคตับ นั้วในถุงน้ำดี นั้วในไต โรคหลอดเลือดสมอง โรคหลอดเลือดหัวใจ โรคไขมัน ในเลือดสูง มีปัญหาในการหายใจ มักเป็นโรคนอนหลับแล้วหยุดหายใจ อีกทั้งยังเสี่ยงต่อการเกิดมะเร็งหลายโรค เช่น มะเร็งเต้านม มะเร็งลำไส้ใหญ่ มะเร็งหลอดอาหาร และมะเร็งกระเพาะอาหาร ประเทศไทยนั้นต้องประสบกับสถานการณ์ที่เป็นปัญหาสุขภาพที่มาจากภาวะน้ำหนักเกินการมีน้ำหนักเกินมาตรฐาน และโรคอ้วนที่ทวีรุนแรงมากขึ้นเรื่อยๆ (Faculty of Medicine Ramathibodi Hospital, 2017) งานวิจัยของ สุพินญา คงเจริญ (Supinya Kongjarern, 2017) พบว่า พฤติกรรมที่เป็นปัญหาของบุคคลที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน คือ พฤติกรรมการบริโภคที่ไม่เหมาะสม โดยบุคคลที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานและบุคคลที่มีภาวะโภชนาการเกินจะมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมและมีพฤติกรรมที่เสี่ยงในด้านต่างๆ จากการบริโภค

ด้วยปัจจัยหลายๆ ด้านบุคคลในสังคมจึงหันไปใช้อาหารเสริมความงามเป็นคำตอบในการแก้ไข ปัญหาในเรื่องรูปลักษณ์และส่งผลให้การบริโภคอาหารเสริมความงามจึงเป็นที่นิยมของคนในสังคม Persistence Market Research (PMR, 2022) ได้วิเคราะห์ถึงตลาดผลิตภัณฑ์อาหารเสริมไว้ว่า ในช่วงปี 2564 เอเชียแปซิฟิกเป็นภูมิภาคที่มีตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ใหญ่ที่สุด คิดเป็น 31.2% ของตลาดโลก โดยในระหว่างปี 2557 จนถึงปี 2563 ตลาดอาหารเสริมในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกคาดว่าจะมีการเติบโตถึง 9.1 อีกทั้งภูมิภาคนี้ยังมีความสำคัญต่อพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม นริศธร ตูลาผล (Naritthorn Tulaphol, 2016) อธิบายว่าการซื้อขายของอาหารเสริมความงามในประเทศไทยนั้นมีมูลค่าประมาณ 1.4 หมื่นล้านบาทหรือคิดเป็นสัดส่วน 21% ของมูลค่าการซื้อขายอาหารเสริมในประเภทต่างๆ ทั้งนี้ในช่วงปี 2554-2558 อาหารเสริมความงามนั้นมีการ

ขยายตัวและเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีอัตราเฉลี่ยสะสมสูงถึง 12% ต่อปี โดยประเภทของอาหารเสริมที่มีการซื้อขายที่สูงที่สุดคืออาหารเสริมประเภทบำรุงผิวและประเภทควบคุมน้ำหนัก จากผลการศึกษาของ ALTamimi (2019) ได้ศึกษาการบริโภคอาหารเสริมในประเทศซาอุดีอาระเบีย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่บริโภคอาหารเสริมด้วยเหตุผลด้านความงามเป็นหลัก เช่นการดูแลผิวพรรณและบำรุงผม จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่าอาหารเสริมความงามนั้นเป็นที่นิยมในสังคมและบุคคลในสังคมมีการบริโภคอาหารเสริมความงามเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่เดียวการบริโภคอาหารเสริมย่อมมีความเสี่ยงที่สามารถเกิดอันตรายได้เช่นกัน โดยอาหารเสริมความงามบางจำพวกอาจขาดคุณภาพไม่ปลอดภัย ไม่มีเครื่องหมายที่ถูกต้องในการรับรองและผิดกฎหมาย ซึ่งอาหารเสริมความงามกลุ่มนี้อาจมีการใช้สื่อช่องทางต่างๆ สำหรับการโฆษณาเพื่อการหลอกลวงหรือกล่าวอ้างสรรพคุณที่เกินจริงทำให้ผู้บริโภคได้รับผลกระทบตามมา Perez et al. (2020) ได้ศึกษาความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของอาหารเสริมบำรุงผิว ผม และเล็บในร้านค้าปลีกจากการสำรวจร้านค้าปลีก พบว่า ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมนั้นขาดการกำกับดูแลด้านกฎระเบียบโดยส่วนใหญ่ขาดฉลากคำเตือนบนบรรจุภัณฑ์ซึ่งรวมถึงความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับส่วนผสมของอาหารเสริมและสามารถซื้อขายได้ง่ายโดยไม่ต้องผ่านหมอหรือผู้เชี่ยวชาญ จากข้อมูลของศูนย์เฝ้าระวังและรับรองเรียนผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาพบว่า ในปีงบประมาณ 2558 มีเรื่องร้องเรียนเข้ามารวมทั้งสิ้น 1,315 เรื่อง โดยส่วนใหญ่ที่ได้รับแจ้งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอาหารเสริมความงามเรื่องที่ได้รับร้องเรียน ในกลุ่มอาหารเสริมความงาม และเครื่องสำอาง ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอ้างทำให้ผิวขาว ไร้ริ้วรอย 2) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอ้างทำให้ผิวขาวเนียน 3) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอ้างช่วยลดน้ำหนัก 4) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอ้างทำให้หน้าอกโต 5) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอ้างบำรุงร่างกาย/รักษาอาการต่างๆ (Trongrit Thongmeekhaun, 2018) ในส่วนของสถิติในปีงบประมาณ 2562 พบการร้องเรียนผลิตภัณฑ์สุขภาพในทุกช่องทางของ ออย. ทั้งหมด 1,750 เรื่อง โดยพบเป็นผลิตภัณฑ์อาหารมากที่สุด 930 เรื่อง รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์ยา 300 เรื่อง และเครื่องสำอาง 257 (Food and Drug Administration – FDA, 2019) จากข้อมูลข้างต้นพบว่าผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและยาที่มีความเสี่ยงหากผู้บริโภคไม่คัดสรรก่อนบริโภคนั้นอาจเกิดอันตรายได้

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติพบว่างานวิจัยของดุจเดือน พันธุมนาวิน (Duchdeun Bhanthumnavin, 2015) ได้อธิบายถึงพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติด้านการบริโภคไว้ว่าเป็นการที่บุคคลนั้นมีวิธีในการเลือกบริโภคในสิ่งที่รับประทานและคุณภาพของสิ่งที่บริโภคเข้าสู่ร่างกายอย่างเหมาะสม โดยผู้บริโภคที่มีความตระหนักรู้หรือรับรู้ว่าจะตนเองกำลังบริโภคสิ่งใดโดยผ่านการคัดสรร การคิดอย่างมีวิจารณญาณโดยมีการพิจารณาเกี่ยวกับประโยชน์หรือโทษและหลีกเลี่ยงการบริโภคในสิ่งที่ไม่ดีต่อสุขภาพต่อการบริโภค พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสตินั้นมีความสำคัญต่อ

ชีวิตถ้าบุคคลนั้นมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติจะช่วยลดความเสี่ยงในแต่ละด้าน หรือช่วงลดผลกระทบที่อาจจะขึ้นต่อชีวิตลงได้เนื่องจากทุกๆ การกระทำนั้นผ่านการไตร่ตรองมาอย่างดีแล้ว เช่น การเลือกซื้ออาหารเสริมความงาม ถ้าบุคคลมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติจะคำนึงถึงประโยชน์และโทษ มีการหาข้อมูลในด้านความปลอดภัยของอาหารเสริมก่อนบริโภคเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจพบได้จากการบริโภคอาหารเสริม จากเหตุผลข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาตัวแปรที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน โดยศึกษาว่าปัจจัยจิตลักษณะเดิม ได้แก่ เอกลักษณ์แห่งตน มุ่งอนาคตควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ปัจจัยสถานการณ์ ได้แก่ อิทธิพลของตัวแบบจากสื่อและเพื่อน การสนับสนุนจากครอบครัว และปัจจัยจิตลักษณะตามสถานการณ์ ได้แก่ ทศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงามมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามเพียงใดและตัวแปรใดเป็นตัวแปรทำนายที่สำคัญของพฤติกรรมดังกล่าว ซึ่งการใช้อาหารเสริมความงามของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นนั้นเป็นอีกประเด็นที่สำคัญในสังคมปัจจุบันที่ควรให้ความสำคัญ เนื่องจากการใช้อาหารเสริมความงามนั้นมีทั้งข้อดีและข้อเสีย ซึ่งข้อเสียนั้นอาจเสี่ยงที่จะเกิดอันตรายต่อสุขภาพร่างกายด้วยเหตุผลนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานโดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์หรือแนวทางการศึกษาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคและเป็นแนวทางในการวางแผนกำหนดนโยบายในการลดผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่เสี่ยงอันตรายต่อร่างกาย ผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปเป็นข้อมูลเสนอแนะจนนำไปสู่การแก้ไขหรือพัฒนาต่อไปในทิศทางที่เหมาะสมให้แก่หน่วยงานด้านการดูแลหรือการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้หน่วยงานประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ความรู้ถึงความเสี่ยงและวิธีลดความเสี่ยงให้กับผู้บริโภคและผู้ผลิตอาหารเสริมความงามรวมทั้งผู้ที่ใช้อาหารเสริมความงาม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน เมื่อจำแนกตาม เพศ สถานภาพสมรส รายได้ อาชีพ
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจิตลักษณะ เดิม สถานการณ์ และจิตลักษณะตามสถานการณ์ กับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

3. เพื่อทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานโดยใช้ปัจจัยจิตลักษณะเดิม สถานการณ์ และจิตลักษณะตามสถานการณ์ในกลุ่มรวม และเมื่อจำแนกตามเพศ สถานภาพสมรส รายได้ อาชีพ

บททวนวรรณกรรม

การดำเนินชีวิตบนพื้นฐานของการมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสตินั้นเป็นเรื่องสำคัญเนื่องจากการมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติจะสามารถช่วยลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในชีวิต เนื่องจากในทุกๆ การกระทำที่อาจเกิดความเสี่ยงได้นั้นจะผ่านกระบวนการคิดอย่างมีวิจารณญาณผ่านการไตร่ตรองถึงผลดีและผลเสียที่อาจจะเกิดขึ้นได้หรือการหาข้อมูลในด้านต่างๆ เพื่อลดความเสี่ยงหรือรับมือกับความเสี่ยง การมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสตินับว่าเป็นเรื่องสำคัญที่บุคคลพึงมีเพื่อการดำเนินชีวิตที่ปลอดภัยมากยิ่งขึ้น ในงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎีต้นไม้อัจฉริยะ (Duangduen Bhanthumnavin, 1995) เป็นแนวคิดทฤษฎีหลักในงานวิจัย เป็นทฤษฎีที่กำหนดจิตลักษณะ 8 ประการ ซึ่งจำเป็นต่อการเกิดและการคงอยู่ของพฤติกรรมที่น่าปรารถนาต่างๆ ของคนไทย

ความหมายของอาหารเสริมความงาม

อาหารเสริมความงามได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลายท่าน ดังนี้ (Raj nibhas Sukeaw Samakrad hamrongthai, 2021) อธิบายว่า อาหารเสริมความงามนั้นเป็นอาหารที่บริโภคเพื่อความงามซึ่งเป็นกลุ่มของอาหารที่เน้นเฉพาะด้านความสวยงาม มีสารอาหารที่ให้สรรพคุณและมีหน้าที่เพื่อบำรุงให้ดีขึ้น เช่น ผิวที่ดูขาวกระจ่างใส ผิวเนียนนุ่ม ผิวที่ไม่ขาดน้ำชุ่มชื้น สารอาหารเหล่านี้จะถูกดูดซึมได้อย่างรวดเร็ว สารประเภทนี้ล้วนเป็นสารที่ถูกนำมาใช้ในการผลิตเครื่องสำอางต่างๆ และเป็นสารที่สกัดจากธรรมชาติ เช่น วิตามิน แร่ธาตุประเภทต่างๆ หรือสารอาหารที่พบได้จากพืช ผัก ผลไม้ สำหรับ ปรียาพร คงพันธุ์ วิจิตร (Preeyaporn Kongpunvijit, 2015) อธิบายว่า อาหารเสริมความงามนั้นเป็นสารอาหารที่มาจากสารสกัดที่มีส่วนผสมจากสารธรรมชาติซึ่งได้จากพืชผักและผลไม้ มีหน้าที่เพื่อเติมเต็มในส่วนที่ขาดส่วนที่ต้องการแก้ไข การบำรุงผิว และป้องกันการทำลายผิวจากอนุมูลอิสระ นอกจากนี้ยังรักษาสมดุลของร่างกายตั้งแต่ฮอร์โมน สารอนุมูลอิสระ สารต้านอนุมูลอิสระ และระบบชีวเคมีในร่างกายให้สมดุลกันเพื่อให้สวยจากภายในไม่ใช่แค่ความสวยงามภายนอกเท่านั้น และนนทิดา ทองออนและปราณี เอี่ยมลออ ภัคดี (Nanthida Thongorn & Pranee Eamlaorpakdee, 2017) อธิบายว่า อาหารเสริมความงามเป็นอาหารที่ให้คุณค่าเฉพาะซึ่งจะมีสารอาหารที่มีคุณสมบัติทางด้านความสวยความงามโดยเน้นไปที่การดูแลผิวพรรณและส่วนใหญ่มักเป็นสารสกัดที่ได้มาจากพืช ผัก ผลไม้ และจากสัตว์ต่างๆ ที่มีส่วนประกอบของคอลลาเจน

จากความหมายข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของอาหารเสริมความงามได้ว่า อาหารเสริมความงามนั้นบริโภคเพื่อความงามและแก้ไขในเรื่องของรูปลักษณ์ภายนอกทั้งร่างกายและใบหน้า เช่น บริโภคเพื่อดูแลผิว ผมและร่างกาย ส่วนประกอบสำคัญนั้นได้จากสารสกัดจากธรรมชาติที่ผลิตมาจากพืช ผัก ผลไม้ และสัตว์ฯ

ประเภทของอาหารเสริมความงาม

Rajnibhas Sukeaw Samakradhamrongthai (2021) ได้แบ่งออกเป็น 3 ประเภทโดยประเภทแรกเป็นอาหารเสริมเพื่อบำรุงผิวพรรณ คืออาหารเสริมที่สามารถช่วยในเรื่องของผิวพรรณ ซึ่งมีสรรพคุณช่วยดูแลผิวพรรณ ปรับสภาพผิวให้มีความชุ่มชื้น ทำให้สีผิวสม่ำเสมอ ประเภทที่สองนั้นเป็นอาหารเสริมเพื่อลดน้ำหนัก เป็นผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่เป็นตัวช่วยหรือเตรียมร่างกายนั้นให้มีประสิทธิภาพหรือมีความสามารถที่จะช่วยให้ควบคุมมวลร่างกายให้น้ำหนักคงที่ ประเภทที่สามเป็นอาหารเสริมเพื่อบำรุงสมองเป็นอาหารเสริมที่เหมาะสมกับกลุ่มคนที่ต้องใช้สมองในการคิดในการทำงาน หรือกลุ่มคนที่มีความเหนื่อยล้าไม่ค่อยมีเวลาในการพักผ่อน ซึ่งกลุ่มคนประเภทนี้จะเป็กลุ่มเป้าหมายหลักของการบริโภคอาหารเสริมประเภทนี้เนื่องจากมีคุณสมบัติที่สามารถช่วยบรรเทาความเครียด โดยกลุ่มอาหารเสริมในประเภทนี้ ได้แก่ น้ำมันปลา ไบโอะก๊วย และวิตามินบี เป็นต้น ทั้งนี้การเลือกซื้ออาหารเสริมความงามในทุกประเภทก็มีข้อคำนึงถึงการเลือกซื้อเช่นกันเนื่องโดยอาหารเสริมประเภทความงามนั้นมีราคาแพง ควรศึกษาข้อมูลของอาหารเสริมถึงสถานที่ที่ผลิต ไบรรับรองว่าได้รับการพิสูจน์ทางวิทยาศาสตร์เรียบร้อยแล้วว่าได้ผลจริง

ความหมายของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติ

จากการประมวลแนวคิดเกี่ยวกับความหมายของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสตินั้น ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าความหมายของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติจากการศึกษาความหมายของความเสี่ง ประเภทของความเสี่ง และความเสี่งอย่างมีสติ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

จากการศึกษาความหมายของความเสี่งจุฑารัตน์ ใจดี และชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์ Jutarat Jaidee & Chompunuch Punyapiroje (2015) อธิบายว่า ความไม่แน่นอนว่าจะได้ผลลัพธ์ตามเป้าหมายหรือจุดประสงค์ที่ตั้งเป้าหมายไว้ ในส่วนของสุภาภรณ์ พลนิกร (Supaporn Polnikorn, 2005) อธิบายว่า ความไม่แน่นอนที่ผู้บริโภคต้องเจอเมื่อไม่สามารถทราบถึงผลลัพธ์ของการตัดสินใจซื้อนั้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับ วุฒิ สุขเจริญ (Wut Sookcharoen, 2015) อธิบายว่า ความไม่แน่นอนที่ผู้บริโภคต้องเผชิญเมื่อไม่สามารถรู้ถึงผลที่จะเกิดตามมาในการตัดสินใจซื้อ Cunningham (1967) ได้อธิบายความเสี่งไว้ว่าคือความไม่แน่นอนที่รับรู้ได้ถึงผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคซึ่งอาจให้เกิดผลกระทบในทางลบของผลิตภัณฑ์หากผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่งของผลิตภัณฑ์ในระดับสูงและ Kotler Philip & Armstrong

Gary (2001) อธิบายว่าการประเมินความเสี่ยงที่บุคคลคาดว่าจะเกิดขึ้นซึ่งผู้บริโภคนั้นต้องพบเจอจากการซื้อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

จากความหมายข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของความเสี่ยงได้ว่า ความเสี่ยงคือความไม่แน่นอนที่ผู้บริโภคต้องพบเจอจากการซื้อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเมื่อไม่ทราบถึงผลที่จะเกิดจากผลิตภัณฑ์

ประเภทของความเสี่ยง

นักวิชาการและนักวิจัยได้มีการแบ่งประเภทของความเสี่ยงไว้ในมิติต่างๆ ดังเช่น Yates & Stone (1992) ได้อธิบายถึงลักษณะของความเสี่ยงไว้ว่าประกอบด้วย 1) ความเสี่ยงด้านการใช้งาน คือ ความบกพร่องบางอย่างของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ไม่สามารถทำตามคุณสมบัติที่บอกไว้ได้เท่าที่ควร 2) ความเสี่ยงด้านกายภาพ คือ ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นอันตรายต่อร่างกาย 3) ความเสี่ยงด้านการเงินคือ การสูญเสียเงินจากการซื้อผลิตภัณฑ์แล้วไม่ได้ผลเทียบเท่ากับเงินที่เสียไป 4) ความเสี่ยงด้านสังคมคือ ผลกระทบของผลิตภัณฑ์ที่มีความนิยมต่อผู้ใช้ 5) ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา คือ ผลกระทบต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีต่อสภาพจิตใจของบุคคลผู้บริโภคและ 6) ความเสี่ยงด้านเวลา คือ ความล้มเหลวของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อเงินโอกาสที่เสียไปหากเจอผลิตภัณฑ์หรือบริการอื่นๆที่ดีกว่า สำหรับ Kotler Philip & Armstrong Gary (2001) ได้อธิบายประเภท ของความเสี่ยงที่ไว้ว่าประกอบด้วย 1) ความเสี่ยงด้านหน้าที่ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทั้งหมด โดยผลิตภัณฑ์ไม่ได้เป็นไปตามที่บุคคลคาดหวังเอาไว้ 2) ความเสี่ยงต่อร่างกายตนเองและผู้อื่น เป็นความปลอดภัยโดยรวมต่อร่างกาย 3) ความเสี่ยงที่รู้สึกไม่คุ้มค่าหลังจากที่ซื้อบางสิ่งมา ราคาที่ไม่เหมาะสมกับสินค้า 4) ความเสี่ยงด้านสังคม เป็นความต้องการ ถูกยอมรับจากคนในสังคม การไม่สูญเสียชื่อเสียง 5) ความเสี่ยงด้านความรู้สึก เป็นความรู้สึกที่มีผลต่อความสัมพันธ์ของบุคคลและ 6) ความเสี่ยงที่อาจเสียเวลา เป็นความคิดที่มีผลกับเวลา เช่น เสียเวลาเมื่อผลที่ได้ไม่เป็นไปตามผลลัพธ์ที่คิดไว้หรือตามที่ตั้งใจไว้

ในการประมวลเอกสารเกี่ยวกับความหมายของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติ ผู้วิจัยได้แนวทางมาจาก งานวิจัยของ ดุจเดือน พันธุมนาวิน (Duchdeun Bhanthumnavin, 2015) ที่นำมาใช้เป็นแนวคิดหลักในงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาความหมาย และประเภทของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติ สรุปว่าพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติ หมายถึงการที่บุคคลกระทำบางสิ่ง บนพื้นฐานการมีสติ การรู้ตัว รอบครอบ และคิดพิจารณาก่อนจะกระทำการสิ่งต่างๆ โดยคำนึงถึงประโยชน์และโทษ

งานวิจัยดังกล่าวแบ่งพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติเป็น 4 ประเภท คือ 1) พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติด้านการคบเพื่อน 2) พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติด้านการเดินทาง 3) พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติด้านการบริโภค 4) การสนับสนุนเพื่อนให้เสี่ยงอย่างมีสติ โดย พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในงานวิจัยฉบับนี้ได้แนวทางการศึกษามาจาก พฤติกรรมเสี่ยงมีสติด้านการบริโภค

ในงานวิจัยดังกล่าว นอกจากนี้ ทศนันท์ ตันติรัศมี (Tassanan Tantirassamee, 2013) ได้สรุปประเภทของความเสี่ยงของผู้บริโภคได้เป็น 6 ประเภทดังนี้คือ 1) ความเสี่ยงด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ คือ ความเสี่ยงที่ผลิตภัณฑ์ทำหน้าที่ไม่ได้ตามที่ระบุไว้กับผู้บริโภค และก่อให้เกิดความเสียหายเกิดขึ้นหรือไม่สามารถทำตามประโยชน์ที่ได้แสดงไว้ หรือเป็นความรู้สึกที่ว่าเมื่อผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์ไปแล้วไม่รู้วิธีการใช้งาน หรือเมื่อใช้งานแล้วอาจเกิดความเสียหาย หรือเกรงว่าผลิตภัณฑ์ไม่สามารถทำประโยชน์ได้จริงๆ เช่นการซื้ออาหารเสริมความงามมาแล้วไม่เป็นไปตามที่ผลิตภัณฑ์ระบุ 2) ความเสี่ยงด้านกายภาพ คือ ความเสี่ยงที่ผลิตภัณฑ์อาจจะมีผลกระทบหรือเป็นปัญหาต่อชีวิต ร่างกายของตนเองและผู้อื่นเนื่องจากมีคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน และอาจมีอันตรายจากการใช้งานนอกจากนี้ยังรวมถึงความสะอาดและความน่าเชื่อถือของร้านค้าหรือ ตรายผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดมีความเสี่ยงที่ไม่เหมือนกัน ตัวอย่างเช่น การตัดสินใจซื้ออาหารเสริมความงามยี่ห้อที่ไม่เคยใช้มาก่อนอาจทำให้เกิดผลเสียข้างเคียงใช้แล้วอาจเกิดอาการแพ้ 3) ความเสี่ยงด้านการเงิน คือ ความเสี่ยงที่กลัวว่าผลิตภัณฑ์ไม่คุ้มค่า ไม่เหมาะสมต่อราคาเป็นความเสี่ยงด้านการเงินของผู้ซื้อหรือความรู้สึกว่าไม่คุ้มค่าในผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมา เพราะพบว่ามีผู้ขายคนอื่นในราคาที่ต่ำกว่าในสถานการณ์ลักษณะนี้ ผู้บริโภคจะไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่พบในร้านแรก เพราะหวังว่าจะอาจพบร้านที่ราคาต่ำกว่า 4) ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา คือ ความเสี่ยงที่เกิดจากการคัดสรรผลิตภัณฑ์ที่ไม่ดีอาจทำลายภาพลักษณ์ของตนเอง ทำให้มีการรับรู้คุณค่าในตนเองด้านลบยังรวมถึงความวิตกกังวลความไม่สบายใจที่มีผลมาจากการคาดหวังในผลิตภัณฑ์ความรู้สึกเสียค่าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ 5) ความเสี่ยงด้านสังคม คือ การรับรู้ถึงความไม่แน่นอนว่าบุคคลอื่นจะคิดกับตนเองในด้านลบทำให้เกิดความอับอายต่อผู้คน 6) ความเสี่ยงด้านเวลา คือ ความเสี่ยงที่จะสูญเสียเวลาไปในการที่จะต้องค้นหาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ เมื่อผลิตภัณฑ์ทำหน้าที่ไม่ได้ไม่ดีตามที่คาดหวังรวมถึง ความล้าสมัยของผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็วแต่การให้บริการอย่างรวดเร็วทำให้ผู้บริโภคลดการรับรู้ความเสี่ยงในด้านเวลาได้

จากเอกสารข้างต้นผู้วิจัยจึงได้สรุปเป็นตารางสังเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเสริมความงามดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 สังเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมความงาม

ชื่อนักวิจัย	ความคุม น้ำหนัก/ ลดความอ้วน	เสริม ความงาม	บำรุง สมอง	ป้องกันและ รักษาโรค	บำรุง สุขภาพ
Samakradhamrongthai (2021)	✓	✓	✓		
ปรียาพร คงพันธุ์จิตร (2015)		✓			✓
นันทิดา ทองออนและ ปราณี เอี่ยมลออภักดี (2017)		✓			

จากการประมวลความหมาย ประเภทของความเสี่ยง และจากการสังเคราะห์ประเภทของอาหารเสริมและอาหารเสริมความงาม สรุปว่า พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม หมายถึง พฤติกรรมในการบริโภคอาหารเสริมความงามอย่างมีวิจารณญาณมีการคิดพิจารณา ก่อนการบริโภคอาหารเสริม โดยมีการศึกษาข้อมูลในด้านประโยชน์และโทษที่จะเกิดขึ้นของอาหารเสริมความงามเมื่อบุคคลยังไม่ทราบผลลัพธ์ที่แท้จริงของการบริโภคอาหารเสริม โดยแบ่งเป็น 4 ด้าน คือ

1) ความเสี่ยงด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ (Functional Risk) หมายถึง พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมความงามเมื่อรับรู้ว่าคุณสมบัติหรืออาหารเสริมความงามนั้นอาจไม่สามารถทำหน้าที่ได้เท่าที่ควรหรือไม่ได้เป็นไปตามที่คาดหวัง ตามเป้าหมายที่ตั้งใจเอาไว้

2) ความเสี่ยงด้านกายภาพ (Physical Risk) หมายถึง พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมเมื่อรับรู้ว่าจะอาจมีอันตราย หรือความผิดปกติที่จะเกิดขึ้นต่อร่างกายจากการบริโภคและหลังการบริโภคอาหารเสริมความงาม

3) ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk) หมายถึง พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมเมื่อรับรู้ว่าจะอาจสูญเสียเงินจากการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมความงามแล้วไม่ได้ผลมีความรู้สึกว่าไม่คุ้มค่ากับเงินที่เสียไป

4) ความเสี่ยงด้านเวลา (Time Risk) หมายถึง พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมเมื่อรับรู้ว่าจะต้องสูญเสียเวลาไปกับการค้นหาข้อมูลของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมความงามที่ต้องการหรือสูญเสียเวลาหากได้รับผลกระทบจากอาหารเสริมความงามเมื่อผลิตภัณฑ์ทำหน้าที่ได้ไม่ดีตามที่คาดหวัง

การวัดพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

การวัดพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้แนวทางการวัดพฤติกรรมดังกล่าวจากการศึกษางานวิจัยของ ดุจเดือน พันธุนาวิน (Duchdeun Bhanthumnavin, 2015) ที่ได้ศึกษาปัจจัยเชิงเหตุของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติของนักเรียนมัธยมศึกษา: การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล ในงานวิจัยนี้ได้มีการสร้างแบบวัดพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติด้านการกินแบบวัดเป็นชนิดมาตรประเมินรวมค่าประกอบด้วยมาตร 6 หน่วย ตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย” มีข้อคำถามที่นำไปใช้จริงในการวิจัยจำนวน 12 ข้อ รวมทั้งได้ศึกษางานวิจัยของรุจิเรศ พิชิตานนท์ (Rujiret Pichitanon, 2003) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมฉลาดเลือกกินของนักเรียนวัยรุ่นตอนปลาย ในงานวิจัยนี้ได้มีการสร้างแบบวัดพฤติกรรมฉลาดเลือกกิน โดยใช้กรอบของทฤษฎีปฏิสัมพันธ์นิยม และทฤษฎีพัฒนาการทางการรู้คิด แบบวัดเป็นชนิดมาตรประเมินรวมค่าประกอบด้วยมาตร 6 หน่วย สำหรับ กฤตพิสิษฐ์ ตั้งจิตปรารณา, ดุจเดือน พันธุนาวิน, ดวงเดือน พันธุนาวิน และศรีณัฏ์ พิมพ์ทอง (Ghritphisitt Tangchitprattanan, Duchduen Bhanthumnavin, Duangduen Bhanthumnavin, & Saran Pimthong, 2019) ได้ศึกษาจิตลักษณะและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อขายอย่างมีวิจารณญาณของนักศึกษาระดับปริญญาตรีกลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4 จำนวน 622 คน สุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบวัดประเภทมาตรประเมินรวมค่า จำนวน 18 ข้อ โดยมีแนวคิดของ Bloom ซึ่งมีองค์ประกอบในการบริโภค 4 มิติคือ 1) การตรวจสอบเพื่อดูความสอดคล้องของแหล่งข้อมูลต่างๆ 2) การคิดคำนึงถึงความเกี่ยวข้องกับผลต่างๆ 3) การตัดสินใจเกี่ยวกับประสิทธิผลของเทคนิควิธีการเลือกหรือตัดสินใจ และ 4) การคิดทบทวนเกี่ยวกับความก้าวหน้าของตนเอง ในแต่ละข้อมีมาตรประเมิน 6 หน่วย ตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย” และ ดวงกมล พรหมลักขโณ (Duangkamol Promlukkano, 2006) ได้ศึกษาปัจจัยเชิงเหตุและผลของพฤติกรรมฉลาดดูแลสุขภาพตนเองของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในโครงการโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพ กลุ่มตัวอย่างคือนักเรียนมัธยมปีที่ 5 จำนวน 4 โรงเรียน จำนวน 541 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบวัดประเภทมาตรประเมินรวมค่า โดยแบบวัดมีแนวคิดทฤษฎีปฏิสัมพันธ์นิยม

จากการประมวลผลการวัดพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามใช้แบบวัดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองโดยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิดการวัดพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคของ ดุจเดือน พันธุนาวิน (Duchdeun Bhanthumnavin, 2015) แบบวัดมีลักษณะเป็นมาตรประเมินรวมค่า (Summated Rating Scale) 6 ระดับ คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่

จริง ไม่จริงเลยผู้ที่ได้คะแนนมากกว่าหมายถึงมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามที่สูงกว่าผู้ที่ได้คะแนนต่ำกว่า

สมมติฐานของการวิจัย

1. เปรียบเทียบพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน เมื่อจำแนกตาม เพศ สถานภาพ รายได้ อาชีพ ดังนี้

1.1 วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานเพศหญิงมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามสูงกว่าเพศชาย

1.2 วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานสถานภาพโสดมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามสูงกว่าสถานภาพ

1.3 วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีรายได้ไม่พอใช้มีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมสูงกว่ารายได้พอใช้และเหลือเก็บ

1.4 วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานอาชีพพนักงานเอกชนมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามสูงกว่าอาชีพอื่นๆ

2. ปัจจัยจิตลักษณะเดิม ได้แก่ เอกลักษณะแห่งตน มุ่งอนาคตควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน ดังนี้

2.1 เอกลักษณะแห่งตน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

2.2 มุ่งอนาคตควบคุมตน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

2.3 ความเชื่ออำนาจในตน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

2.4 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

3. ปัจจัยสถานการณ์ ได้แก่ อิทธิพลของตัวแบบ และการสนับสนุนจากครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน ดังนี้

3.1 อิทธิพลของตัวแบบจากสื่อและเพื่อน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

3.2 การสนับสนุนจากครอบครัว มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

4. ปัจจัยจิตตามสถานการณ์ ได้แก่ ทศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม และภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

4.1 ทศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงามมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

4.2 ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงามมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

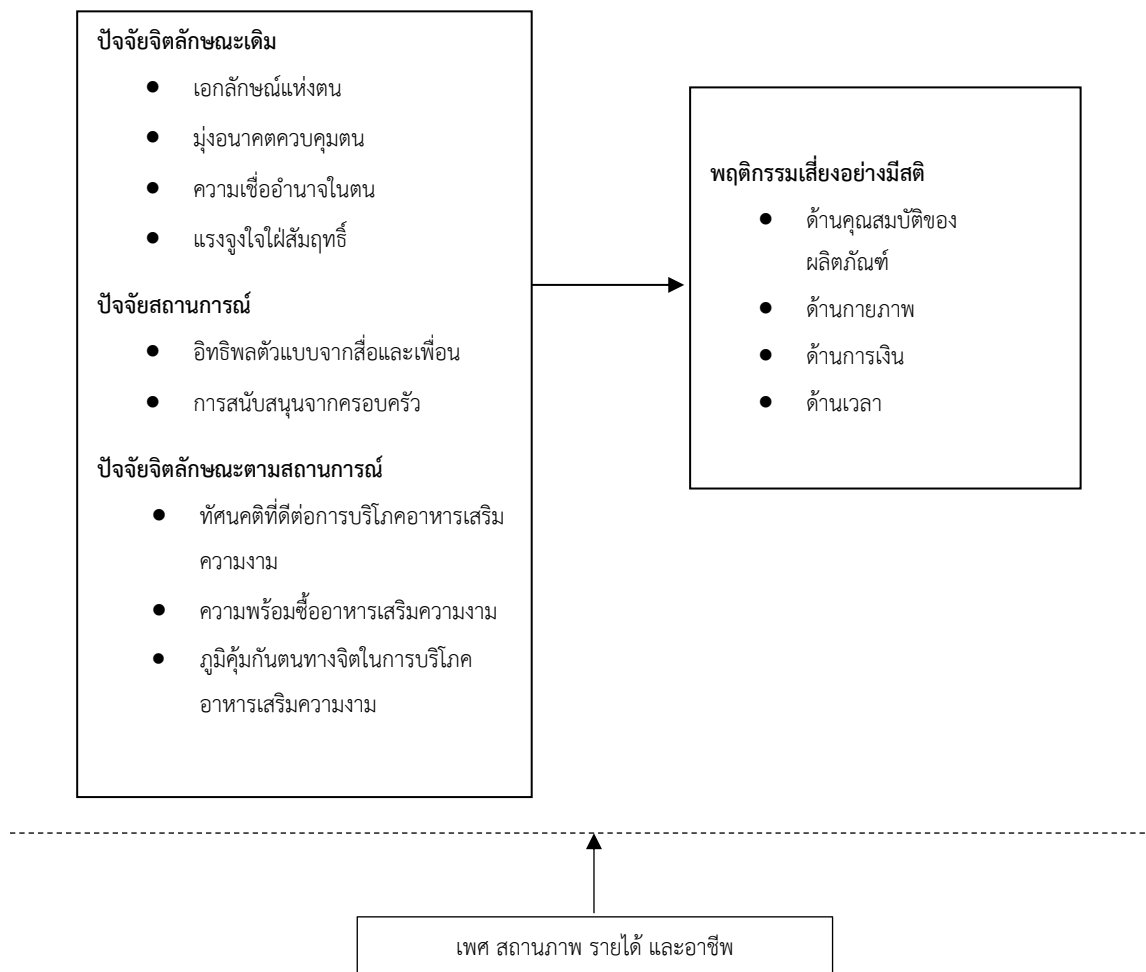
4.3 ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงามมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

4.4 มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

5. ปัจจัยจิตลักษณะเดิม ได้แก่ เอกลักษณ์แห่งตน มุ่งอนาคตควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ปัจจัยสถานการณ์ ได้แก่ อิทธิพลของตัวแบบจากสื่อและเพื่อน การสนับสนุนจากครอบครัวและปัจจัยจิตตามสถานการณ์ ได้แก่ ทศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานได้ในกลุ่มรวม และเมื่อจำแนกตามเพศ สถานภาพ รายได้ อาชีพ อย่างน้อยร้อยละ 30

กรอบแนวคิดของการวิจัย

ในการศึกษาปัจจัยจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานโดยมีปัจจัยจิตลักษณะเดิม ปัจจัยสถานการณ์ และปัจจัยจิตลักษณะตามสถานการณ์ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม โดยได้ศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎีต้นไม้จริยธรรม (Duangduen Bhanthumnavin, 1995) และ แนวคิดการรับรู้ความเสี่ยง Yates and Stone (1992) ดังภาพประกอบ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง วิทยาลัยผู้ใหญ่วัยรุ่นตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน อายุ 18 - 40 ปี การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) การคำนวณกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการ G*Power กำหนดค่า effect size เท่ากับ .05 ค่าความคลาดเคลื่อน .05 กำหนดค่า power เท่ากับ .80 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยจำนวน 322 คน (Buchner et.al, 2007; Boonjai Srisatidnarakul, 2010) ทั้งนี้เพื่อป้องกันข้อมูลสูญหายหรือไม่ครบถ้วน ผู้วิจัยจึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวน 2% ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างไว้ ประมาณ 330 คน ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำขนาดกลุ่ม

ตัวอย่างดังกล่าวมาออกแบบวิธีการสุ่มโดยชั้นแรก เป็นการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ชั้นภูมิแรกเป็นอาชีพ แบ่งเป็นกลุ่ม อาชีพพนักงานเอกชน อาชีพข้าราชการ อาชีพอิสระ และอื่นๆ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิย่อยให้มีสัดส่วนที่เท่ากัน คือ ชั้นภูมิละ 110 คน ชั้นภูมิที่ 2 เป็นเพศ ได้แก่ เพศชาย และเพศหญิง ขนาดกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 55 คน ต่อมาสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการขออนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒซึ่งได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เลขที่ SWUEC-G-068/2565E จากนั้นติดต่อประสานงานกับผู้ช่วยดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง แล้วชี้แจงวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยและการเก็บข้อมูลครั้งนี้จะถูกเก็บเป็นความลับโดยข้อมูลที่ได้นำไปศึกษาในการวิจัยครั้งนี้เท่านั้นให้กลุ่มตัวอย่างรับทราบและขอความร่วมมือในการตอบแบบวัด หากมีข้อสงสัยเกี่ยวกับข้อคำถามก็จะสามารถติดต่อกับผู้วิจัยได้ทันที โดยระบุไว้ในแบบฟอร์มในส่วนต้น ก่อนกลุ่มตัวอย่างจะเริ่มตอบแบบวัด และดำเนินการเก็บข้อมูล โดยใช้ Google Form

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบวัดพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหาร เสริมความงาม แบบวัดเอกลักษณ์แห่งตน แบบวัดมุ่งอนาคตควบคุมตน แบบวัดความเชื่ออำนาจในตน แบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ แบบวัดอิทธิพลของตัวแบบจากสื่อและเพื่อน แบบวัดการสนับสนุนจากครอบครัว แบบวัดทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม แบบวัดความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม แบบวัดภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม แบบวัดข้อมูลส่วนบุคคล แบบวัดทุกฉบับมีลักษณะเป็นแบบวัดมาตราประมินรวมค่า (Summated Rating Scales) โดยให้ผู้ตอบรายงานตนเอง (Self-report) แต่ละข้อประกอบ ด้วย มาตรฐาน 6 หน่วย ตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย” เกณฑ์การให้คะแนน ข้อความทางบวก การให้คะแนนให้จาก 6 5 4 3 2 1 ตามลำดับจาก จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง และไม่จริงเลย สำหรับข้อความทางลบ เกณฑ์การให้คะแนนจะให้ในทิศทางกลับกัน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน จากนั้นผู้วิจัยนำข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านมาปรับปรุงข้อคำถาม แล้วนำไปทดลองใช้กับกลุ่มทดลองหาคุณภาพแบบวัด (Tryout) จำนวน 40 คน แบบวัดพฤติกรรมนี้ไม่ได้ทำ EFA และ CFA จากนั้นดำเนินการตรวจสอบคุณภาพรายข้อด้วยการวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Item Discrimination) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนข้อนั้นกับคะแนนรวมที่ไม่มีข้อนั้น (Item-Total Correlation) แล้วทำการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของคะแนนจากแบบวัดด้วยการวิเคราะห์ค่า Cronbach's Alpha ซึ่งในงานฉบับนี้แบบวัดพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามมีค่าตั้งแต่ .275 ถึง .768 มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ตั้งแต่ 2.027 ถึง 6.489 มีความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha เท่ากับ .870

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นจำแนกตามตัวแปรภูมิหลัง ได้แก่ เพศ สถานภาพ รายได้ และอาชีพ โดยปรากฏผลดังตารางที่ 2

ตาราง 2 ค่าร้อยละของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานจำแนกตามเพศ สถานภาพ รายได้ และอาชีพ

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
-ชาย	132	40.0
-หญิง	198	60.0
สถานภาพ		
-โสด	237	71.8
-สมรส	93	28.2
รายได้		
-พอใช้	177	53.6
-ไม่พอใช้	53	16.1
-เหลือเก็บ	100	30.3
อาชีพ		
-พนักงานเอกชน	106	32.1
-ข้าราชการ	73	22.1
-อิสระ	106	32.1
-นิสิต นักศึกษา	42	12.6

จากตารางที่ 2 วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีค่า BMI มากกว่า 25 เพศชาย มีจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 ในขณะเดียวกันเพศหญิงมีจำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 โดยแบ่งเป็นสถานภาพ โสด มีจำนวน 237 คน ร้อยละ 71.8 สมรสมีจำนวน 93 คน ร้อยละ 28.2 ในส่วนของรายได้ พบว่ารายได้พอใช้ จำนวน 177 คน ร้อยละ 53.6 รายได้ไม่พอใช้ จำนวน 23 คน ร้อยละ 16.1 รายได้เหลือเก็บ จำนวน 100 คน ร้อยละ 30.3 ในส่วนของอาชีพ พบว่าพนักงานเอกชน มีจำนวน 106 คน ร้อยละ 32.1 อาชีพข้าราชการ มีจำนวน 73 คน ร้อยละ 22.1 อาชีพอิสระ มีจำนวน 106 คน ร้อยละ 32.1 อาชีพนิสิต นักศึกษา มีจำนวน 42 คน ร้อยละ 12.6

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน ตาราง 3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน เมื่อจำแนกตามตัวแปร เพศ สถานภาพ รายได้และอาชีพ

ตัวแปร	n	พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติ ในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวม			พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์			พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านกายภาพ			พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านการเงิน			พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านเวลา		
		M	S.D.	t	M	S.D.	t	M	S.D.	t	M	S.D.	t	M	S.D.	t
-หญิง	198	5.23	0.69	4.16**	5.17	0.76	3.96**	5.31	0.76	4.00**	5.21	0.77	3.81**	5.22	0.94	3.00**
-ชาย	132	4.83	0.95		4.78	0.97		4.89	1.03		4.81	1.03		4.85	1.18	
สถานภาพ																
-สมรส	93	5.13	0.74	0.90	5.09	0.75	1.01	5.21	0.75	0.98	5.05	0.91	0.19	5.22	0.88	1.74
-โสด	237	5.04	0.86		4.99	0.91		5.11	0.96		5.07	0.91		5.01	1.11	

**p < .01,

หมายเหตุ: n แทน จำนวนของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

M แทน ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

t แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาการแจกแจงแบบที (t-test)

จากตารางที่ 3 พบว่า วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานเพศหญิงมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน และด้านเวลาสูงกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานเมื่อจำแนกตามสถานภาพโสดและสมรส พบว่า วัยผู้ใหญ่ตอนต้น ที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่สถานภาพโสดและสถานภาพสมรส มีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวม ไม่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแปรปรวนของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม โดยรวมและรายด้านของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานเมื่อจำแนกตามตัวแปรรายได้ โดยปรากฏผลดังตารางที่ 4

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวมและรายด้าน ของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน จำแนกตามตัวแปรรายได้

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวม				
ระหว่างกลุ่ม	2	4.337	2.169	3.176*
ภายในกลุ่ม	327	223.253	0.683	
รวม	329	227.590		
พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์				
ระหว่างกลุ่ม	2	4.850	2.425	3.213*
ภายในกลุ่ม	327	246.772	0.755	
รวม	329	251.622		
พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านกายภาพ				
ระหว่างกลุ่ม	2	3.117	1.559	1.898
ภายในกลุ่ม	327	268.546	0.821	
รวม	329	271.663		

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านการเงิน				
ระหว่างกลุ่ม	2	4.481	2.241	2.727
ภายในกลุ่ม	327	268.641	0.822	
รวม	329	273.122		
พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านเวลา				
ระหว่างกลุ่ม	2	7.411	3.705	3.338*
ภายในกลุ่ม	327	363.020	1.110	
รวม	329	370.431		

*p <.05

หมายเหตุ: df แทน ระดับชั้นแห่งความเป็นอิสระ MS แทน ค่าเฉลี่ยของผลบวกของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง
SS แทน ระดับชั้นแห่งความแปรปรวน F แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์การแจกแจงแบบเอฟ

ตารางที่ 4 พบว่า วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน ที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้วิจัยทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธี LSD ปรากฏผลดังตารางที่ 5 ตารางที่ 6 ตารางที่ 7 และตารางที่ 8

การเปรียบเทียบภายหลัง (Post-Hoc)

ตาราง 5 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามตามรายได้

รายได้	N	Mean	เหลือเก็บ	พอใช้	ไม่พอใช้
			5.20	5.06	4.85
เหลือเก็บ	100	5.20	-	0.13	0.35*
พอใช้	117	5.06		-	0.21
ไม่พอใช้	53	4.85			-

*P <.05

จากตารางที่ 5 พบว่า วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีรายได้เหลือเก็บมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวมสูงกว่าผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีรายได้ไม่พอใช้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 6 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ตามรายได้

รายได้	N	Mean	เหลือเก็บ	พอใช้	ไม่พอใช้
			5.13	5.03	4.75
เหลือเก็บ	117	5.13	-	0.94	0.37*
พอใช้	53	5.03		-	0.27*
ไม่พอใช้	100	4.75			-

*p <.05

จากตารางที่ 6 พบว่า วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีรายได้เหลือเก็บ และมีรายได้พอใช้มีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์สูงกว่าผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีรายได้ไม่พอใช้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 7 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านการเงินตามรายได้

รายได้	N	Mean	เหลือเก็บ	พอใช้	ไม่พอใช้
			5.18	5.05	4.82
เหลือเก็บ	117	5.18	-	0.13	0.35*
พอใช้	53	5.05		-	0.22
ไม่พอใช้	100	4.82			-

*P <.05

จากตารางที่ 7 พบว่า วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีรายได้เหลือเก็บมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ด้านการเงินสูงกว่าผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีรายได้ไม่พอใช้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 8 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านเวลาตามรายได้

รายได้	N	Mean	เหลือเก็บ	พอใช้	ไม่พอใช้
			5.29	4.87	5.01
เหลือเก็บ	117	5.29	-	0.27*	0.41*
พอใช้	53	4.87		-	0.13
ไม่พอใช้	100	5.01			-

*p < .05

จากตารางที่ 8 พบว่า วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีรายได้เหลือเก็บมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ด้านเวลาสูงกว่าผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีรายได้พอใช้และไม่พอใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวมและรายด้าน ของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน จำแนกตามตัวแปรอาชีพ

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวม				
ระหว่างกลุ่ม	5	6.955	1.391	2.043
ภายในกลุ่ม	324	220.635	0.681	
รวม	329	227.590		
พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์				
ระหว่างกลุ่ม	5	10.020	2.004	2.687
ภายในกลุ่ม	324	241.602	0.746	
รวม	329	251.622		
พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านกายภาพ				
ระหว่างกลุ่ม	5	7.530	1.506	1.847
ภายในกลุ่ม	324	264.133	0.815	
รวม	329	271.663		
พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านการเงิน				
ระหว่างกลุ่ม	5	6.920	1.384	1.684

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
ภายในกลุ่ม	324	266.202	0.822	
รวม	329	273.122		
พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านเวลา				
ระหว่างกลุ่ม	5	7.448	1.290	1.148
ภายในกลุ่ม	324	363.983	1.123	
รวม	329	370.431		

หมายเหตุ: df แทน ระดับชั้นแห่งความเป็นอิสระ MS แทน ค่าเฉลี่ยของผลบวกของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง
SS แทน ระดับชั้นแห่งความแปรปรวน F แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์การแจกแจงแบบเอฟ

จากตารางที่ 9 พบว่า วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามไม่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานกับตัวแปรปัจจัยทางจิตลักษณะเดิม ได้แก่ เอกลักษณ์แห่งตน มุ่งอนาคตควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ปัจจัยสถานการณ์ ได้แก่ อิทธิพลตัวแบบจากสื่อและเพื่อน การสนับสนุนจากครอบครัว ปัจจัยจิตลักษณะตามสถานการณ์ ได้แก่ ทศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน โดยปรากฏผลดังตารางที่ 10

ตาราง 10 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตลักษณะเดิม สถานการณ์และจิตลักษณะตามสถานการณ์ กับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน (n = 330)

ตัวแปร	MFS	FR	PR	MR	TR	EI	LOC	IIC	IP	MSF	FS	PAS	PSS	PIS
MFS		.903**	.928**	.919**	830**	.448**	.395**	.338**	.437**	.207**	.170**	.163**	.282**	.541**
FR			.785**	.764**	.652**	.385**	.347**	.345**	.402**	.135*	.126*	.103*	.217**	.467**
PR				.789**	.732**	.408**	.372**	.328**	.420**	.192**	.176**	.131**	.282**	.485**
MR					.713**	.442**	.345**	.302**	.402**	.189**	.144**	.156**	.240**	.495**
TR						.362**	.371**	.203**	.328**	.259**	.179**	.231**	.295**	.517**
EI							.464**	.423**	.492**	.080	.033	.002	.165**	.219**
LOC								.474**	.422**	.044	.081	-.024	.119*	.275**
IIC									.536**	-.017	.095*	-.060	-.036	.180**
IP										.205**	.158**	.097**	.194**	.259**
MSF											.686**	.651**	.603**	.255**
FS												.658**	.531**	.225**
PAS													.536**	.264**
PSS														.329**
PIS														
mean	5.07	5.01	5.14	5.05	5.07	4.95	4.87	4.76	4.87	3.74	3.43	3.94	3.93	5.20
S.D.	0.83	0.87	0.90	0.91	1.06	0.70	0.76	0.81	0.60	1.22	1.31	1.29	1.06	0.71

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

หมายเหตุ*

MFS หมายถึง พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวม
 PR หมายถึง พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านกายภาพ
 TR หมายถึง พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านเวลา

FR หมายถึง พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
 MR หมายถึง พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านการเงิน
 EI หมายถึง เอกลักษณ์แห่งตน

LOC หมายถึง มุ่งอนาคตควบคุมตน	IIC หมายถึง ความเชื่ออำนาจในตน
IP หมายถึง แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์	MSF หมายถึง อิทธิพลตัวแบบจากสื่อและเพื่อน
FS หมายถึง การสนับสนุนจากครอบครัว	PAS หมายถึง ทักษะที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม
PSS หมายถึง ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม	PIS หมายถึง ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามกับปัจจัยจิตลักษณะเดิม ปัจจัยสถานการณ์ ปัจจัยจิตลักษณะตามสถานการณ์ พบว่าเอกลักษณ์แห่งตน มุ่งอนาคตควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ อิทธิพลของตัวแบบจากสื่อและเพื่อน การสนับสนุนจากครอบครัว ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ทักษะที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม และความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงามมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในการวิจัย พบว่า ไม่มีตัวแปรคู่ใดมีค่าสหสัมพันธ์มากกว่า .80 และเมื่อพิจารณาค่า VIF พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 1.24 – 2.49 ซึ่งไม่เกินเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 10 และมีค่า Tolerance อยู่ระหว่าง .40 - .80 มากกว่าเกณฑ์ที่ระบุไว้ คือ .20 รวมถึงค่า Durbin-Watson ซึ่งพบว่าตัวแปรแต่ละตัวมีความคลาดเคลื่อนที่เป็นอิสระออกจากกัน คือ 1.98 ซึ่งเข้าใกล้ 2.00 แสดงว่าตัวแปรทุกตัวมีความเป็นอิสระออกจากกัน จึงไม่มีปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่สูงเกินไปหรือปัญหาภาวะเส้นตรงร่วมพหุ (Multicollinearity) (Hair et al., 2006)

ส่วนที่ 5 ผลการทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม โดยรวมและรายด้าน โดยใช้ปัจจัยจิตลักษณะเดิม ปัจจัยสถานการณ์ ปัจจัยจิตลักษณะตามสถานการณ์ของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานในกลุ่มรวม และกลุ่มย่อยเมื่อจำแนกตามเพศ สถานภาพ รายได้ และอาชีพ โดยปรากฏผลดังตารางที่ 11

ตาราง 11 ผลการทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม โดยใช้ปัจจัยจิตลักษณะเดิม ปัจจัยสถานการณ์ ปัจจัยจิตลักษณะตามสถานการณ์ ของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานในกลุ่มรวม และเมื่อจำแนกตาม เพศ สถานภาพ รายได้ และอาชีพ

พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน				
ตัวแปรภูมิหลัง	จำนวนคน	พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม		
		R2 %	ทำนาย	β
รวม	330	45.0	9,1,4,2	.418,.221,.177,.103
ชาย	132	51.2	9,8,1,3	.401,.215,.183,.164
หญิง	198	43.1	9,1,4	.409,.291,.205
โสด	237	38.7	9,1,4	.401,.235,.201
สมรส	93	72.5	9,1,2,5	.510,.299,.252,.169
พอใช้	177	36.6	9,1,2	.421,.241,.151
ไม่พอใช้	35	69.6	9,4,8	.444,.411,.229
เหลือเก็บ	100	56.0	9,3,1,4	.341,.332,.219,.205
เอกชน	106	42.2	1,9,4	.353,.286,.262
ข้าราชการ	73	56.6	4,9,8	.494,.220,.207
อิสระ	106	57.3	9,1	.636,.332
นักศึกษา	42	50.8	9	.673
น้ำหนักปกติรวม	350	41.9	9,1,3	.360,.256,.210

หมายเหตุ* 1 =เอกลักษณ์แห่งตน 2 = มุ่งอนาคตควบคุมตน
 3 = ความเชื่ออำนาจในตน 4 =แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์
 5 = อิทธิพลตัวแบบจากสื่อและเพื่อน 6 = การสนับสนุนจากครอบครัว
 7 = ทศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม 8 = ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม
 9 = ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

จากตารางที่ 11 ผลการทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวมของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน โดยใช้เอกลักษณ์แห่งตน มุ่งอนาคตควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ อิทธิพลตัวแบบจากสื่อและเพื่อน การสนับสนุนจากครอบครัว ทักษะที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม และภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรทั้งหมด 9 ตัวแปร ร่วมกันทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวม ร้อยละ 45.0 โดยตัวแปรที่สามารถทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามเป็นอันดับแรก คือ ภูมิคุ้มกันตน ทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ($\beta = .418$) อันดับรองลงมา คือ เอกลักษณ์แห่งตน ($\beta = .221$) แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ($\beta = .177$) และมุ่งอนาคตควบคุมตน ($\beta = .103$) ตามลำดับ

จากตาราง 11 มีข้อสังเกตเพิ่มเติมว่า ปัจจัยจิตลักษณะเดิม ปัจจัยสถานการณ์และปัจจัยจิตลักษณะตามสถานการณ์ สามารถทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่เป็นเพศชายและมีรายได้ไม่พอใช้ ได้สูงที่สุดคือ ร้อยละ 51.2 และ 69.6 ดังนั้นวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน ที่เป็นเพศชาย และมีรายได้ไม่พอใช้เป็นกลุ่มที่ควรได้รับการพัฒนาพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามก่อนกลุ่มอื่น

สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย

1. วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานเพศหญิงมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามที่สูงกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
2. วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามไม่แตกต่างกัน
3. วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีรายได้เหลือเก็บมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามสูงกว่ารายได้ไม่พอใช้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
4. วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามไม่แตกต่างกัน
5. เอกลักษณ์แห่งตน มุ่งอนาคตควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตนแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ อิทธิพลของตัวแบบจากสื่อและเพื่อนการสนับสนุนจากครอบครัว ทักษะที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงามความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

6. ตัวแปรทั้งหมด 9 ตัวแปร ร่วมกันทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวม ร้อยละ 45.0 โดยตัวแปรที่สามารถทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวมเป็นอันดับแรกคือ ภูมิคุ้มกันตนเองทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม รองลงมาได้แก่ เอกลักษณ์แห่งตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และมุ่งอนาคตควบคุมตน ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอการอภิปรายผลโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนที่หนึ่ง ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติในการบริโภคอาหารเสริมความงามกับตัวแปรภูมิหลังของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน ส่วนที่สอง ผลการทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยใช้ ปัจจัยจิตลักษณะเดิม ได้แก่ เอกลักษณ์แห่งตน มุ่งอนาคตควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ปัจจัยสถานการณ์ ได้แก่ อิทธิพลของตัวแบบจากสื่อและเพื่อน การสนับสนุนจากครอบครัว และปัจจัยจิตตามสถานการณ์ ได้แก่ ทศคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม ภูมิคุ้มกันตนเองทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

ส่วนที่ 1 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติในการบริโภคอาหารเสริมความงามกับตัวแปรภูมิหลังของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

เพศ

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่าเพศหญิงมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติในการบริโภคอาหารเสริมความงามสูงกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้เป็นเพราะเพศหญิงมีความสำคัญและใส่ใจในเรื่องของความสวยงามมากกว่าและต้องการบริโภคอาหารเสริมเพื่อความงาม สูงกว่าในเพศชาย อีกทั้งเพศชายส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสนใจในเรื่องของความงามมากนัก ซึ่งเพศหญิงเป็นเพศที่ให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์ภายนอกและการพัฒนาตนเองด้านความสวยงาม ทรงพล ภูมิพัฒน์ (Songphol Phumiphat, 1998) อีกทั้งเพศหญิงได้รับการกล่อมเกลาจากความเป็นไทยทำให้เพศหญิงเป็นเพศที่ใส่ใจและละเอียดอ่อน ทำให้เพศหญิงมักใช้เวลาในการคิดพิจารณา ไตร่ตรองมากยิ่งขึ้น อรพินท์ ชูชม, อัจฉรา สุขารมณ์ และอุษา ศรีจินดารัตน์ (Oraphin Choochom, Atchara Sukharom, & Usa Srijindarat, 2006) ดังนั้นถึงแม้เพศหญิงจะให้ความสนใจในเรื่องของความงามแต่ก็ตระหนักและคิดไตร่ตรองก่อนที่จะบริโภค ดังงานวิจัยของ Chiba et al. (2021) ได้ศึกษาการรับรู้ของวิตามินความ

แพร่หลายในวิตามินเสริมอาหารและอาหารเสริมในญี่ปุ่น พบว่า วัตถุประสงค์ในการใช้อาหารเสริมนั้น มีความแตกต่างทางเพศ โดยเพศหญิงต้องการบริโภคอาหารเพื่อความงามสูงกว่าในเพศชาย ทางด้านของ ทรงฤทธิ์ ทองมีขวัญ (Trongrit Thongmeekhaun, 2018) ได้ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์และอำนาจ ในการทำนายของการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อพฤติกรรมป้องกันความเสี่ยงจากการใช้ผลิตภัณฑ์เสริม ความงามของนักศึกษาพยาบาล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เป็นเพศหญิงนั้นมีการรับรู้ความเสี่ยงจาก การใช้อาหารเสริมความงามโดยสามารถรับรู้ตัวตนอยู่ในภาวะเสี่ยงหรืออันตราย

สถานภาพ

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ไม่ตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ซึ่งผลการวิจัย พบว่า ผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติ ในการบริโภคอาหารเสริมความงามไม่แตกต่างกันที่เป็นเช่นนี้ เพราะไม่ว่ากลุ่มตัวอย่างจะสถานภาพไหนก็ อาจมีวิถีชีวิตและการบริโภคอาหารเสริมความงามที่ไม่ต่างกันตามไปด้วย ดังงานวิจัยของปรียาพร คงพันธุ์จิตร (Preeyaporn Kongpunvijit, 2015) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร คอลลาเจนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าสถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อ พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารคอลลาเจนโดยรวมไม่แตกต่างกัน โดยผลงานวิจัย ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร ทิมาบุตร (Siriporn Thimabud, 2017) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อ พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนโสดมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากกว่าสถานภาพอื่นๆ และผลการศึกษาของเอมอร บุญสัมพันธ์ (Aim-orn Boonsampan, 2004) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในกรุงเทพ พบว่า ผู้บริโภคที่เป็นโสดนั้นจะบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อความต้องการในเรื่องของรูปร่างที่ดีและการเสริมสร้าง บุคลิกภาพที่ดี

รายได้

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่ารายได้เหลือเก็บมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติ ในการบริโภคอาหารเสริมความงามสูงกว่ารายได้พอใช้ และไม่พอใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันนี้มีผลต่อการดำรงชีวิตซึ่งสถานภาพทางการเงินนั้นจะเป็นสิ่งที่ สามารถกำหนดเงินในการใช้จ่ายของบุคคลในสังคมได้ จากการศึกษาของ Peader, N. J. (1982) อธิบาย ว่ารายได้เป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินชีวิต โดยบุคคลที่มีฐานะที่มั่งคั่งจะมีโอกาสได้สรรหาสิ่งที่ดีต่อตนเอง และมีประโยชน์เพื่อตนเองได้อย่างเหมาะสม สำหรับผู้ที่มีฐานะทางการเงินที่ไม่มั่นคงนั้นทำให้มีข้อจำกัด

ในการศึกษาหาข้อมูลเพื่อดูแลตนเอง ดังงานวิจัยของรุจิเรศ พิขิตานนท์ (Rujiret Pichitanon, 2003) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมฉลาดเลือกกินของนักเรียนวัยรุ่นตอนปลาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนฐานะสูงมีพฤติกรรมฉลาดเลือกกินสูงกว่าอีกกลุ่ม จากผลการศึกษาของ ปวีณา ยุक्तานนท์ (Paweena Yuktanonda, 2006) ได้ศึกษาปัจจัยคัดสรรที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาลดความอ้วนของวัยรุ่นหญิงตอนปลาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยในแต่ละเดือนมากจนเหลือเก็บมีพฤติกรรมการใช้ยาลดความอ้วนมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยซึ่งจะมีพฤติกรรมการบริโภคยาลดความอ้วนน้อยตามเช่นกัน และเอมอร บุญสัมพันธ์ (Aim-orn Boonsampan, 2004) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในกรุงเทพฯ พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลทำให้เหตุผลในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักนั้นแตกต่างกัน

อาชีพ

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่าอาชีพนั้นมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามไม่แตกต่างกันอาจเพราะทุกอาชีพมีการคิดและตระหนักถึงความปลอดภัยในความเสี่ยงไม่แตกต่างกัน ดังงานวิจัยของวรุณี มหาชนกและวรangkan อาดิสรประเสริฐ (Warunee Mahachanok & Warangkana Adisornprasert, 2003) พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกซื้อหรือรับประทานอาหารเสริมประเภทวิตามินซี ไม่แตกต่างกันซึ่งผลงานวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของเอมอร บุญสัมพันธ์ (Aim-orn Boonsampan, 2004) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในกรุงเทพฯ พบว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักนั้นแตกต่างกันโดยอาชีพพนักงานบริษัทมีเหตุผลในการบริโภคอาหารเสริมความงามในด้านของการเสริมสร้างบุคลิกภาพให้ดีขึ้น และจิตติ เหมินทร์ (Jitti Haemin, 2007) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อความงามของผู้บริโภคในภาคใต้ พบว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อความงามโดยรวมสูงกว่าอาชีพอื่นๆ

ส่วนที่ 2 ผลการทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยใช้ปัจจัยจิตลักษณะเดิม ได้แก่ เอกลักษณะแห่งตน มุ่งอนาคตควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ปัจจัยสถานการณ์ ได้แก่ อิทธิพลของตัวแบบ การสนับสนุนจากครอบครัว และปัจจัยจิตตามสถานการณ์ ได้แก่ ทศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม พบว่า ตัวแปรทั้ง 9 ตัวแปร ร่วมกันทำนาย

พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวม ร้อยละ 45.0 โดยตัวแปรที่สามารถทำนาย พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวมเป็นอันดับแรกคือภูมิคุ้มกันตนเองทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม รองลงมาได้แก่ เอกลักษณ์แห่งตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และ มุ่งอนาคตควบคุมตน ตามลำดับ

ภูมิคุ้มกันตนเองทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

ในงานวิจัยนี้ภูมิคุ้มกันตนเองทางจิตเป็นตัวแปรอันดับแรกที่สามารถทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามและพบว่าเป็นตัวทำนายลำดับแรกในกลุ่มรวม และทุกตัวแปรภูมิหลังผลของงานวิจัย ทั้งนี้เป็นเพราะการมีภูมิคุ้มกันตนเองทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม นั้นเป็นความสามารถที่จะป้องกันตนเองไม่ให้อยู่ในภาวะเสี่ยงในการบริโภคอาหารเสริมความงาม และเป็นพื้นฐานเบื้องต้นในการลดความเสี่ยงและหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้จากการบริโภคอาหารเสริมความงามนับเป็นสิ่งสำคัญที่บุคคลในสังคมควรมีภูมิคุ้มกันตนเองทางจิตเพื่อเป็นสิ่งป้องกันภัยในการพบเจอปัญหาในชีวิต มัทธราวัลย์ วรหาญ, สมบัติ ท้ายเรือคำ และรังสรรค์ โฉมยา (Mattharawan Woraharn, Sombat Tayraukham, & Rangsan Chomya, 2009) อธิบายว่า การใช้ชีวิตในปัจจุบันต้องใช้การคิดพิจารณาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ อย่างละเอียด รอบคอบ เนื่องจากบุคคลทุกคนไม่สามารถเลี่ยงการเจอปัญหาหรือความเสี่ยงได้ ซึ่งทวีศักดิ์ สิริรัตน์เรขา (Thaweesak Sirirutraykha, 2021) อธิบายว่า ภูมิคุ้มกันทางจิตเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถทำให้บุคคลนั้นผ่านหรืออยู่รอดในขณะที่ชีวิตพบกับปัญหาและกลับมาใช้ชีวิตได้อย่างปกติสุข อีกทั้งยังสามารถเปลี่ยนแปลงจิตใจตนเองให้เข้มแข็งกว่าเดิม ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดุจเดือน พันธุมนาวิน (Duchdeun Bhanthumnavin, 2015) ที่ได้ศึกษาปัจจัยเชิงเหตุของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา พบว่า ภูมิคุ้มกันตนเองทางจิต เป็นอิทธิพลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติด้านการบริโภคอาหาร

เอกลักษณ์แห่งตน

ในงานวิจัยนี้เอกลักษณ์แห่งตนเป็นตัวแปรอันดับสองที่สามารถทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม เอกลักษณ์แห่งตนนั้นเป็นความเข้าใจในตนเองว่าตนเป็นใคร มีความคิดในเรื่องการแสดงออกของตนเอง เพื่อการดำเนินชีวิตในแนวทางใดทางหนึ่งยอมรับความแตกต่าง และความเหมือนกันของบุคคลในเรื่องต่างๆ โดยมีการพัฒนาไปตามช่วงวัยและประสบการณ์จากสังคม การมีเอกลักษณ์เป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งต่อพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติถ้าหากบุคคลเข้าใจตนเองว่าตนเองต้องการอะไรและสามารถประเมินถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดผลกระทบต่อตนเองได้ ซึ่ง Rice (1996) อธิบายว่าเอกลักษณ์แห่งตนเป็นการรับรู้ที่ตนเองเป็นอย่างไร ในสังคมนั้น

ตนเองต้องปฏิบัติตนเช่นไร มีบทบาททางหน้าที่อย่างไรในสังคม สำหรับบุคคลที่มีเอกลักษณ์แห่งตนนั้นจะมีพฤติกรรมยอมรับในตนเอง และมีความเชื่อมั่นในตน ในด้านของ Erikson (1968) กล่าวว่าเอกลักษณ์แห่งตนเป็นลักษณะเฉพาะตัวที่ได้จากการค้นหาตนเองที่ของแต่ละบุคคลที่รับการการสังเคราะห์ซึ่งมาจากประสบการณ์และสังคมรอบตัว อีกทั้งยังสามารถประเมินและรับรู้ได้ด้วยตนเองว่าตนเองนั้นคือใคร มีความสามารถในด้านใดและมีวิถีที่จะดำเนินชีวิตไปในทิศทางไหน ดังงานวิจัยของรุจิเรศ พิชิตานนท์ (Rujiret Pichitanon, 2003) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมฉลาดเลือกกินของนักเรียนวัยรุ่นตอนปลาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเอกลักษณ์แห่งตนสูงนั้นมีพฤติกรรมฉลาดเลือกกิน และสิริภัทร สติรนนท์, ฉัฐวิณ สิริศิริอรธร และสุพัทธ แสนแจ่มใส (Sirapat Satiranant, Shuttawwee Sitsira-at, & Supat Sanjamsai, 2019) ได้ศึกษาปัจจัยจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการลดน้ำหนักที่เหมาะสมของวัยรุ่น พบว่า เอกลักษณ์แห่งตนนั้นสามารถทำนายพฤติกรรมลดน้ำหนักที่เหมาะสมในด้านการบริโภค

แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

ในงานวิจัยนี้แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เป็นตัวแปรอันดับสามที่สามารถทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์นั้นเป็นความพยายามหรือความมุ่งมั่นเพื่อกระทำให้สิ่งใดสิ่งหนึ่งให้บรรลุถึงผลสำเร็จโดยไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคที่ขัดขวาง พยายามฝ่าฟันให้ประสบความสำเร็จตามที่กำหนดไว้ ทั้งนี้บุคคลที่แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่มุ่งต้องการบริโภคอาหารเสริมความงามเพื่อสัมฤทธิ์ผลด้านความงามต้องใช้การไตร่ตรองพร้อมทั้งคิดถึงอนาคตของผลที่ตามมาว่าจะจะเป็นเช่นไรบริโภคแล้วจะได้สำเร็จตามที่คาดหวังไว้หรือไม่ McClelland (1985) ได้อธิบายว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์นั้นสำคัญต่อบุคคลในสังคม อีกทั้งคนในสังคมควรได้รับการปลูกฝัง เนื่องจากแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์นั้นจะช่วยให้บุคคลมีความพยายามและอดทนทำทุกวิถีทางเพื่อความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้และมีความต้องการสัมฤทธิ์ผลสูง ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของดุจเดือน พันธุมนาวิ (Duchdeun Bhanthumnavin, 2015) ได้ศึกษาปัจจัยเชิงเหตุของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา พบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติ ในส่วนของ กรณ์กาญจน์ นนพัชรพงศ์และบุญมี พันธุ์ไทย (Kornkarn Nonpacharapong & Boonmee Punthai, 2016) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนมาตรฐานสากลเขตภาคเหนือ พบว่าการคิดอย่างมีวิจารณญาณได้รับอิทธิพลทางตรงจากแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชนัตต์ พุนเดช (Chanut Poondej, 2014) ได้ศึกษาการพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างเป้าหมายแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์การรับรู้แวดล้อมการเรียนรู้ในห้องเรียนสำหรับชั้นเรียนวิชาศึกษาทั่วไปวิธีการเรียนรู้และการคิดอย่างมี

วิจารณ์ญาณ พบว่า ตัวแปรทักษะการคิดอย่างมีวิจารณ์ญาณได้รับอิทธิพลรวมในทางบวกจากตัวแปรเป้าหมายแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มากที่สุด

มุ่งอนาคตควบคุมตน

ในงานวิจัยนี้มุ่งอนาคตควบคุมตนเป็นตัวแปรอันดับสี่ที่สามารถทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม มุ่งอนาคตควบคุมตนเป็นความสามารถในการมองการณ์ไกล คาดการณ์ในอนาคตให้ความสำคัญกับเรื่องในอนาคตโดยมีการวางแผนเพื่อควบคุมตนให้บรรลุความปรารถนา ซึ่ง P. A. Facione (2011) ได้อธิบายถึงการคิดอย่างมีวิจารณ์ญาณนั้นมีความสัมพันธ์กับมุ่งอนาคตควบคุมตน เพราะการคิดอย่างมีวิจารณ์ญาณเป็นกระบวนการที่มีจุดมุ่งหมายในการตัดสินใจ เพื่อให้บุคคลสามารถควบคุมตนเองได้อย่างมีเหตุผล Tangney et al. (2004) พบว่า บุคคลที่มีลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน จะมีความสามารถที่จะยับยั้งความต้องการหรือความอยากได้ เช่น ความอยากในการบริโภค ดังงานของดังนี้ กฤตพิสิษฐ์ ตั้งจิตปรารถนา,และคณะ (Ghritphisitt Tangchitprattanar, Duchduen Bhanthumnavin, Duangduen Bhanthumnavin, & Saran Pimthong, 2019) ได้ศึกษาจิตลักษณะและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อขายอย่างมีวิจารณ์ญาณ พบว่าลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวกพฤติกรรมการซื้อขายอย่างมีวิจารณ์ญาณ ดวงกมล พรหมลักขโณ (Duangkamol Promlukkano, 2006) ได้ศึกษาปัจจัยเชิงเหตุและผลของพฤติกรรมผลาญดูแลสุขภาพพदनของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในโครงการโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพ พบว่าลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เป็นลำดับที่สามกับพฤติกรรมผลาญดูแลสุขภาพพदनและรุจิเรศ พิชิตานนท์ (Rujiret Pichitanon, 2003) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผลาญเลือกกินของนักเรียนวัยรุ่นตอนปลาย พบว่า นักเรียนที่มีลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนนั้นมีพฤติกรรมผลาญเลือกกิน

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าภูมิคุ้มกันตนทางจิต แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และเอกลักษณ์แห่งตน เป็นตัวทำนายสำคัญของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน ดังนั้น จึงควรทำการพัฒนาพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานด้วยการสร้างโปรแกรมส่งเสริมคุณลักษณะดังกล่าวให้กับวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานโดยพัฒนาไปที่กลุ่มเสี่ยงได้แก่ วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มี

น้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีเพศชาย และรายได้ ไม่พอใช้ สำหรับในกลุ่มเพศหญิง และผู้มีรายได้เหลือเก็บ นั้นมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามที่ติดอยู่แล้วก็ขอให้คงอยู่เช่นเดิม ซึ่งการวิจัยนี้จะสามารถเป็นข้อมูลให้บุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานด้านการดูแลหรือการคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคให้ได้มีข้อมูลปัจจัยคุณลักษณะทางจิต และปัจจัยทางสังคมที่สำคัญของการรับรู้ถึงความเสี่ยงของการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทเสริมความงาม

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในช่วงวัยอื่นๆ เช่น Gen X, Gen Y, Gen Z หรือ Baby boomer มีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามมากหรือน้อยที่แตกต่างกันเพียงใด

2. สามารถนำผลการวิจัยไปจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์หรือสื่อรณรงค์ที่ส่งเสริมให้มีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม โดยให้ความรู้วิธีลดความเสี่ยง การป้องกัน และวิธีเลือกอาหารเสริมความงามอย่างถูกวิธี และสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปจัดทำชุดฝึกอบรมวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานกลุ่มเสี่ยง คือ เพศชาย และผู้มีรายได้ไม่พอใช้ ที่มีพฤติกรรมเสี่ยงบริโภคอาหารเสริมความงามที่ไม่เหมาะสม โดยทำโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม เอกลักษณ์แห่งตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และมุ่งอนาคตควบคุมตน จะได้มีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามเพิ่มขึ้น

3.สามารถนำไปศึกษาต่อโดยการทำวิจัยเชิงทดลองเพื่อทำการทดสอบโดยสร้างเครื่องมือจากผลการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อส่งเสริมให้วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานนั้นมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามมากยิ่งขึ้น และในการศึกษาวิจัยต่อไปอาจศึกษากับบุคคลในกลุ่มอื่นๆ เช่น ศึกษาในกลุ่มที่น้ำหนักต่ำกว่ามาตรฐานหรือน้ำหนักตามมาตรฐาน

จุดด้อยของงานวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยที่ใช้วิธีการเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์อาจทำให้ไม่ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานและผู้วิจัยไม่สามารถเห็นพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างขณะทำแบบสอบถามได้ อีกทั้งผู้ตอบสามารถตีความหมายของคำถามได้ต่างกัน คำตอบที่ได้อาจผิดพลาดและมีความลำเอียงต่อการตอบแบบสอบถามได้

จุดเด่นของงานวิจัย

1. เนื่องจากงานวิจัยฉบับนี้ใช้แบบสอบถามจึงสามารถรวบรวมข้อมูลได้เป็นจำนวนมากในเวลาอันสั้นถึงแม้กลุ่มตัวอย่างจะอยู่ห่างไกลก็สามารถให้ข้อมูลต่อผู้วิจัยได้และกลุ่มตัวอย่างนั้นสามารถตอบคำถามได้อย่างอิสระ

2. จากผลการวิจัยที่พบว่าภูมิคุ้มกันตนเองเป็นตัวแปรทำนายลำดับแรก และเอกลักษณ์แห่งตนเป็นตัวแปรทำนายลำดับรองลงมา ผลการวิจัยนี้จึงเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพประชาชน ผู้ผลิตอาหารเสริมความงาม รวมทั้งผู้ที่ใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมความงามมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม โดยส่งเสริมให้มีความสามารถในการป้องกันตนเองไม่ให้อยู่ในภาวะเสี่ยงในการบริโภคอาหารเสริมความงาม และมีความภูมิใจในรูปลักษณ์ของตนเอง

เอกสารอ้างอิง

- Aim-orn Boonsampan. (2004). *Factors affecting behavior of dietary supplement consumption for weight control among consumers in Bangkok* [In Thai] (Unpublished independent study). Srinakharinwirot University, Bangkok.
- ALTamimi, J. Z. (2019). Awareness of the consumption of dietary supplements among students in a university in Saudi Arabia. *Journal of Nutrition and Metabolism*, 19. doi:10.1155/2019/4641768
- Boonjai Srisatidnarukul. (2010). *Effect Size, Power Analysis, Optimal Sample Size Calculations Using G*Power Software* [In Thai]. Chulalongkorn University Press.
- Buchner, A., Faul, F., Erdfelder, E., & Buchner, A. (2007). G*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*, 39(2), 175-191. Retrieved from <https://link.springer.com/content/pdf/10.3758/BF03193146.pdf>
- Chanut Poondej. (2014). Development of a causal model of achievement goal orientations in learning, perceptions of learning environment in a general education classroom, and learning approaches toward critical thinking. *Research Methodology and Cognitive Science*, 12(1), 1685-6740.

- Chiba, T., Tanemura, N., & Nishijima, C. (2021). The perception of vitamins and their prevalence in fortified food and supplements in Japan. *Nutrients*, 13(9), 3136.
- Cunningham, S. M. (1967). *Risk taking and information handling in consumer behavior* (Master's thesis). Harvard University, USA.
- Duangduen Bhanthumnavin. (1995). *Moral tree theory: Research and human development* [In Thai]. Bangkok: National Institute of Development Administration.
- Duangkamol Promlukkano. (2006). *Cause and effect factors of smart health care behavior among high school students under the health promoting school program* (Research Report) [In Thai]. Bangkok: National Institute of Development Administration.
- Duchdeun Bhanthumnavin. (2015). Antecedents of mindful risk-taking behavior in secondary school students: A path analytic approach [In Thai]. *Journal of Behavioral Science*, 21(1), 75-94.
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. New York: W.W. Norton.
- Facione, P. A. (2011). Critical thinking: What it is and why it counts. *Insight assessment*, 1, 1-23.
- Faculty of Medicine Ramathibodi Hospital. (2017, 7 April). The dangers of “obesity” [In Thai]. *Thairath Online*. Retrieved from <https://www.thairath.co.th/news/905585>
- Food and Drug Administration. (2019). *Statistics and monitoring of illegal health products to protect consumer safety*. Retrieved from https://oryor.com/media/newsUpdate/media_news/1748
- Ghritphisitt Tangchitprattanar, Duchduen Bhanthumnavin, Duangduen Bhanthumnavin, & Saran Pimthong. (2019). Psychological characteristics and situational factors as correlate of buying behavior based on critical thinking in undergraduate students [In Thai]. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and Arts)*, 12(3), 100-124.

- Hair J. F., Black W. C., Babin B. J., Anderson R. E., & Tatham R.L. (2006). *Multivariate data analysis*. (6th ed.). Pearson Prentice Hall: New Jersey.
- Jitti Haemin. (2007). *Important factors in beauty supplements consumption of consumers in the Southern region* [In Thai] (Unpublished master's thesis). Srinakharinwirot University, Bangkok.
- Jutarat Jaidee, & Chompunuch Punyapiroje. (2015). *The relationships among female consumers' knowledge, perceived risk and buying behaviors of the skin whitening lotion products* (Unpublished master's thesis). Burapha University, Chonburi.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Principles of marketing* (7th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Mahachanok Warunee, & Adisornprasert Warangkana. (2003). *Factors affecting vitamin C supplement consumption behavior of consumers in Bangkok* [In Thai] (Unpublished independent study). Srinakharinwirot University, Bangkok.
- Mattharawan Woraharn, Sombat Tayraukham, & Rangsan Chomya. (2009). A study of some factors related to consumerism behavior and critical thinking among undergraduate students [In Thai]. *Journal of Behavioral Science for Development*, 1(1), 130-144.
- McClelland, D. C. (1985). *Human motivation*. Chicago: Scott, Foresman.
- Nanthida Thongorn, & Pranee Eamlaorpakdee. (2017). Segmentation of collagen supplemental product consumers in Bangkok by using factors consumption behaviors and the demand for the marketing mix factors [In Thai]. In *Proceedings of the 12th RSU National Graduate Research Conference*. (pp. 604-612). Bangkok: Rangsit University.
- National Health Examination Survey Office. (2021). *Report of the 6th Thai National Health Examination Survey 2019-2020*. Bangkok: Ministry of Public Health.

- Nonpacharapong Kornkarn, & Punthai Boonmee. (2016). Factor influencing critical thinking of upper secondary students in northern world class standard school [In Thai]. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 6(2), 124-134.
- Oraphin Choochom, Atchara Sukharom, & Uaa Srijindarat. (2006). Analysis of psycho-social factors related to intellectual consciousness and Thai youth well-being [In Thai]. *Journal of Behavioral Science*, 12(1), 15-35.
- Paweena Yuktanonda. (2006). *Selected factors related to diet pill usage in late-adolescent females* [In Thai]. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Peadar, N. J. (1982). *Health promotion in nursing practice*. Norwalk Conn: Appleton-Century-Crofts.
- Perez-Sanchez, A. C., Burns, E. K., Perez, V. M., Tantry, E. K., Prabhu, S., & Katta, R. (2020). *Safety concerns of skin, hair and nail supplements in retail stores*. *Cureus* e9477–e9477. doi:10.7759/cureus.9477
- Persistence Market Research. (2022). *Dietary supplements market study on dietary supplements: Online retail to be profitable sales channel for manufacturers*. Retrieved from <https://www.giiresearch.com/report/pmrs1077493-market-study-on-dietary-supplements-online-retail.html>
- Preeyaporn Kongpunvijit. (2015). *The dietary supplements collagen consumption behavior of consumers in Bangkok Metropolis* [In Thai]. (Unpublished Independent Study). Srinakharinwirot University, Bangkok.
- Raj nibhas Sukeaw Samakradhamrongthai. (2021). *Food for life and beauty* [In Thai]. Department of Food Science and Technology Faculty of Technology and Community Development, Thaksin University: Songkhla.
- Rice, F. P. (1996). *The adolescent: Development relationship and culture* (8th ed.). Boston: Allyn and Bacon.

- Rujiret Pichitanon. (2003). *Psycho-social factors related to smart eating behavior among late-adolescent students*. Bangkok: National Institute of Development Administration.
- Sirapat Satiranan, Shuttawwee Sitsira-at, & Supat Sanjamsai. (2019). *A study of psychosocial factors related to appropriate weight loss behaviors of adolescents* [In Thai]. (Unpublished master's thesis). Srinakharinwirot University, Bangkok.
- Songphol Phumiphat. (1998). *Social psychology*. Bangkok: Educational Technology Center, Sripatum University.
- Supaporn Polnikorn. (2005). *Consumer behavior*. Bangkok: Holistic Publishing.
- Supinya Kongjarern. (2017). Obesity: Silent killer in the digital era. *EAU Heritage Journal Science and Technology*, 11(3), 22-29.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *J Pers*, 72(2), 271-324.
- Tassanan Tantirassamee. (2013). *Effects of endorsers and product's risk types in advertising on consumers' responses* [In Thai] (Unpublished master's thesis). Chulalongkorn University, Bangkok.
- Thimabud Siriporn. (2017). *Factors affecting dietary supplement consumption behavior among people of working age in Bangkok* [In Thai] (Unpublished master's thesis). Rajamangala University of Technology Krungthep, Bangkok.
- Trongrit Thongmeekhaun. (2018). Correlation and predictive power of risk perception affecting risk protection behaviors from using cosmetic products among nursing students [In Thai]. *Nursing Journal of the Ministry of Public Health*, 28(2), 94-106.

- Tulaphol Narithorn. (2016). *Penetrating beauty supplements market and future challenges*. Retrieved from <https://www.scbeic.com/th/detail/product/2858>
- Wut Sookcharoen. (2012). *Consumer behavior* [In Thai]. Bangkok: G.P.Cyberprint.