



## โครงการวิจัยทางเภสัชศาสตร์

เรื่อง

การประเมินความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม การใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อ  
บำรุงผิวของผู้บริโภคในโลกออนไลน์ในประเทศไทย  
Assessment Knowledge, Attitude and Behavior towards Skincare  
Supplementary of Online Consumers in Thailand

โดย

|               |               |               |
|---------------|---------------|---------------|
| นสภ.สิริวิชญ์ | แสงวิโรจนากุล | รหัส 58210111 |
| นสภ.ธนัช      | ชัยจินดารัตน์ | รหัส 58210130 |
| นสภ.ชญานิษฐ์  | สุชาภา        | รหัส 58210160 |

โครงการวิจัยทางเภสัชศาสตร์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาบัณฑิต ปีการศึกษา 2562  
คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

## โครงการวิจัยทางเภสัชศาสตร์

### เรื่อง

การประเมินความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม การใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อ  
บำรุงผิวของผู้บริโภคในโลกออนไลน์ ในประเทศไทย

Assessment Knowledge, Attitude and Behavior towards Skincare  
Supplementary of Online Consumers in Thailand

### โดย

|               |               |               |
|---------------|---------------|---------------|
| นสภ.สิริวิชญ์ | แสงวิโรจนากุล | รหัส 58210111 |
| นสภ.ธนัช      | ชัยจินดารัตน์ | รหัส 58210130 |
| นสภ.ชญานิษฐ์  | สุชาภา        | รหัส 58210160 |

โครงการวิจัยทางเภสัชศาสตร์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาบัณฑิต ปีการศึกษา 2562  
คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

## คำนำ

ปัจจุบันความสวยความงามมีบทบาทและความสำคัญมากในการดำรงชีวิตและความสัมพันธ์ต่อผู้คนรอบข้าง ผิวพรรณเป็นสิ่งที่ไม่แพ้หน้าตา ดังนั้นผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (Skincare) จึงเป็นสิ่งที่ผู้คนหันมาสนใจและเลือกซื้อมากขึ้น รวมทั้งผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิวก็เป็นรูปแบบหนึ่งของผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่นิยมในปัจจุบัน อย่างไรก็ตามในยุคปัจจุบันผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารด้วยการใช้สื่อออนไลน์เพิ่มมากขึ้น และตอบสนองความต้องการของตนเองได้อย่างอิสระ ในขณะที่การศึกษาวิจัยด้านความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว จากโลกออนไลน์ยังมีอยู่อย่างจำกัด ทางคณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาข้อมูลดังกล่าว ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค รวมถึงส่งเสริมการขายได้ในอนาคต

คณะผู้วิจัย

1 พฤศจิกายน 2562

**โครงการวิจัยทางเภสัชศาสตร์ ปีการศึกษา 2562**

**เรื่อง**การประเมินความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิวของผู้บริโภคในโลกออนไลน์ในประเทศไทย

**ผู้จัดทำโครงการวิจัยทางเภสัชศาสตร์**

- 1. นสภ. สิริวิชญ์            แสงวิโรจนากุล            รหัสนิสิต 58210111
- 2. นสภ. ธนัช                ชัยจินดารัตน์            รหัสนิสิต 58210130
- 3. นสภ. ชญานิชฐ์            สุชาฎา                    รหัสนิสิต 58210160

**อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัยทางเภสัชศาสตร์**

- 1. ภญ.ดร.สุมาลี วรรณชัยสิทธิ์ (ที่ปรึกษาหลัก)
- 2. ภก.พุทธ ศิลตระกูล (ที่ปรึกษาร่วม)
- 3. Mr.Mikael Laisola (ที่ปรึกษาร่วม)

**บทคัดย่อ**

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิวเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคมากขึ้นโดยเฉพาะตลาดในโลกออนไลน์ จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าปัจจัยสำคัญที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ความรู้ และความคาดหวัง ซึ่งยังไม่มียงานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทั้งหมดนี้ในประเทศไทย งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ประเมินและหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กล่าวไปข้างต้นที่ส่งผลกับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิวของผู้บริโภคในโลกออนไลน์ งานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยแบบ Cross-sectional descriptive study ศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป โดยใช้การตอบแบบสอบถามออนไลน์ จากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นโดยผู้วิจัยและผ่านการประเมินความเที่ยงตรงและวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ที่ตีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว 66.1% มีทัศนคติในทางบวก 62.6% แต่ยังมีพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิวที่ไม่เหมาะสมมากกว่า 70% จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันมากที่สุดคือปัจจัยระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว ( $r=0.653$ ) และพบว่ากลุ่มเพศหญิงมีคะแนนเฉลี่ยความรู้ ( $8.84 \pm 2.42$ ) และพฤติกรรม ( $38.42 \pm 18.32$ ) มากกว่ากลุ่มเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้พบว่าคะแนนเฉลี่ยความรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกัน และคะแนนเฉลี่ยทั้งความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของกลุ่มอาชีพที่ต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากผลการศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคอายุ 18 ปีขึ้นไป ที่ใช้สื่อออนไลน์มีพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิวยังไม่เหมาะสม การเสริมความรู้และทัศนคติที่ถูกต้องอาจทำให้พฤติกรรมดังกล่าวเหมาะสมมากยิ่งขึ้น ซึ่งเภสัชกรในร้านยา และบุคลากรในร้านค้ามีบทบาทสำคัญในการสื่อสารข้อมูลความรู้ และทัศนคติที่เหมาะสมแก่ผู้รับบริการ เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคงมั่นใจในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากร้านค้าและร้านยา มากกว่าผ่านการตลาดออนไลน์ และมั่นใจในคำแนะนำของเภสัชกรร้านยาในการให้บริการดังกล่าว

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก.....

**Senior Project Year 2019**

: Assessment Knowledge, Attitude and Behavior towards Skincare Supplementary of online Consumers in Thailand

**By**

- |                   |                   |             |
|-------------------|-------------------|-------------|
| 1. Mr. Sirawit    | Saengvirochanakul | ID 58210111 |
| 2. Mr. Thanut     | Chaijindarat      | ID 58210130 |
| 3. Miss. Chayanit | Suchada           | ID 58210160 |

**Advisor:**

1. Miss. Sumalee Wannachaiysit, BPharm, PhD
2. Mr. Budh Siltrakool, BPharm, MScRes
3. Mr. Mikael Laisola, BEng

**ABSTRACT**

Nowadays food supplements for skincare are required among consumer especially the online market in the online world. As previous studies showed that gender, education, occupation, knowledge and expectation can lead a behavior of consumer in food supplements for skincare use. In Thailand, there are few studies about the correlation of the factors that mention above. This study aims to evaluate and explore correlation between the factors and food supplements for skincare use behavior of the customers in the market in the online world. This is a cross-sectional descriptive study. There are over 18 in the online world were invited to participate the questionnaire that was developed by literature review and evaluated the content validity and reliability by committee. The result revealed that 66.1% of respondents have good knowledge, 62.6% have good expectation, and more than 70% have unappropriated behavior. From the analysis of Pearson correlation coefficient to find the relationship between knowledge, attitude and behavior, it was found that the most correlated factors were the factors between attitude and behavior of using dietary supplements for skin care. ( $r=0.653$ ) Form Descriptive statistic show the female group had knowledge scores ( $8.84 \pm 2.42$ ) and behavior ( $38.42 \pm 18.32$ ) more significantly than males. In addition, it was found that the average scores of different educational levels respondents and the average score on knowledge, attitude and behavior of different occupational groups there are statistically significant differences. The results of this study show that consumer aged more than 18 years who use online media have inappropriate behavior in using food supplements for skin care. Promoting the correct knowledge and attitude may make the behavior more appropriate. In which pharmacists in pharmacies and the store personnel play an important role in communicating knowledge and information and the right attitude to the client because most consumers are still more confident in buying skincare supplements from stores and pharmacies than online marketing. And confident in the advice of the pharmacist in providing the service.

**Keyword:** Knowledge, Attitude, Behavior, Skincare, Food Supplement

Major Advisor.....

## กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยทางเภสัชศาสตร์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาและความอนุเคราะห์จากบุคคลหลายท่าน ซึ่งผู้วิจัยขอกล่าวนามเพื่อระลึกถึงพระคุณของท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ ญญ.ดร.สุมาลี วรรณาชัยสิทธิ์ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัยทางเภสัชศาสตร์ ภก.อ.พุทธ ศิลตระกูล และ Mr.Mikael Laisola อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัยทางเภสัชศาสตร์ร่วม ที่กรุณาให้ความรู้ คำปรึกษา คำแนะนำ และตรวจแก้ไขโครงการวิจัยทางเภสัชศาสตร์ฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์

ขอกราบขอบพระคุณ ญญ.ดร.ชลภััสสรณ์ จันทร์หอม ที่ให้เกียรติมาเป็นประธานกรรมการสอบโครงการวิจัยทางเภสัชศาสตร์ ญญ.อ.นปภัช รัตนะชิตธวัช และ ญญ.อ.พรทิพย์ พามนตรี ที่ให้เกียรติมาเป็นกรรมการสอบโครงการวิจัยทางเภสัชศาสตร์

ขอขอบพระคุณ เจ้าหน้าที่สำนักงานคณบดีทุกท่าน ที่ช่วยประสานงาน ให้คำแนะนำในการทำโครงการวิจัยทางเภสัชศาสตร์ฉบับนี้ให้เสร็จสมบูรณ์

คณะผู้วิจัย

1 พฤศจิกายน 2562

## สารบัญ

|  | หน้า |
|--|------|
| คำนำ   | ข    |
| บทคัดย่อภาษาไทย  | ค    |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ                                       | ง    |
| กิตติกรรมประกาศ  | จ    |
| สารบัญ   | ฉ    |
| สารบัญตาราง  |      |
| สารบัญรูปภาพ   |      |
| บทที่ 1 บทนำ   |      |
| ความสำคัญและที่มาของปัญหา                                | 1    |
| วัตถุประสงค์   | 2    |
| สมมติฐาน   | 2    |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ                                | 2    |
| กรอบแนวคิด   | 3    |
| นิยามศัพท์   | 3    |
| บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง                            |      |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะคติและพฤติกรรม (KAP) | 4    |
| การศึกษาในงานวิจัยที่ผ่านมา                              | 5    |
| บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย                               |      |
| ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย                                 | 9    |
| ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง                                  | 9    |
| เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย                               | 10   |
| ความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม                | 12   |
| การเก็บข้อมูล  | 12   |
| การแบ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม                              | 13   |
| การวิเคราะห์ข้อมูล                                       | 13   |
| บทที่ 4 ผลการวิจัย                                       |      |
| 1. ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง                         | 15   |
| 2. คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละด้าน                | 16   |
| 2.1 ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว     | 16   |

## สารบัญ (ต่อ)

|  | หน้า |
|--|------|
| 2.2 ทักษะคิดต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริม<br>อาหารเพื่อบำรุงผิว  | 17   |
| 2.3 พฤติกรรม ต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์<br>เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว   | 18   |
| 3. สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน  | 19   |
| 4. การศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลพื้นฐานของกลุ่ม<br>ตัวอย่างต่อความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรม  | 20   |
| 4.1 การศึกษาเปรียบเทียบคะแนนความรู้ ทักษะคิด<br>และพฤติกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร<br>เพื่อบำรุงผิว กับกลุ่มเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม | 20   |
| 4.2 การศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษา<br>ต่อความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมเกี่ยวกับ<br>ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว       | 21   |
| 4.3 การศึกษาเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความรู้<br>ทักษะคิด และพฤติกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์<br>เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว กับอาชีพกลุ่มต่างๆ      | 22   |
| บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย   |      |
| 1. ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง   | 23   |
| 2. ความรู้   | 23   |
| 3. ทักษะคิด  | 24   |
| 4. พฤติกรรม  | 25   |
| 5. ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรม<br>การใช้อาหารเสริมบำรุงผิว  | 26   |
| 6. ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลที่มี<br>ผลต่อความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรมการใช้อาหารเสริมบำรุงผิว                          | 26   |



## สารบัญ (ต่อ)

|                                  | หน้า |
|----------------------------------|------|
| 7. สรุปผลการวิจัย                | 29   |
| 8. การนำไปใช้                    | 30   |
| 9. ข้อจำกัดของงานวิจัย           | 30   |
| 10. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป | 30   |
| เอกสารอ้างอิง                    | 31   |
| ภาคผนวก                          | 33   |
| ภาคผนวก ก                        |      |
| ภาคผนวก ข                        |      |
| ภาคผนวก ค                        |      |
| ภาคผนวก ง                        |      |
| ภาคผนวก จ                        |      |
| ภาคผนวก ฉ                        |      |
| ภาคผนวก ช                        |      |
| ภาคผนวก ซ                        |      |

## สารบัญตาราง

|   | หน้า |
|---|------|
| ตารางที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง  | 15   |
| ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยคะแนนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว   | 16   |
| ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยคะแนนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว                                   | 17   |
| ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยคะแนนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว                                  | 18   |
| ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน  | 19   |
| ตารางที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ และคะแนนความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อบำรุงผิวด้วยสถิติ ANOVA                | 20   |
| ตารางที่ 7 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการศึกษาและคะแนนความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อบำรุงผิวด้วยสถิติ ANOVA | 21   |
| ตารางที่ 8 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพและคะแนนความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อบำรุงผิวด้วยสถิติ ANOVA    | 22   |

## สารบัญภาพ

|   | หน้า |
|---|------|
| รูปที่ 1 กรอบแนวคิดของงานวิจัย                                    | 3    |
| รูปที่ 2 ความสัมพันธ์ของ Knowledge<br>Attitude and Practice – KAP | 4    |



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ปัจจุบันความสวยความงามเป็นสิ่งที่ปฏิเสธไม่ได้ว่ามีบทบาทและความสำคัญมากในการดำรงชีวิตและความสัมพันธ์ต่อผู้คนรอบข้าง ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (Skincare) เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคทุกเพศทุกวัยมีความสนใจและเลือกซื้อมากขึ้น ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (Skincare) คือ สารที่สามารถบำรุงหรือปรับสภาพผิวให้ดีขึ้น เช่นทำให้ผิวขาวกระจ่างใส หรือเพิ่มความชุ่มชื้น ได้แก่ cleanser, serum, exfoliator, face oil, sun screen, moisturizer, chemical peel, toner, face mask, eye cream รวมไปถึงผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว (Skin food supplement)

อาหารเสริม คือ สารอาหารที่รับประทานเพิ่มเติมจากมื้ออาหารหลัก อาจใช้เพื่อวัตถุประสงค์ทางการแพทย์ หรือเพื่อบำรุงสุขภาพตามความเชื่อส่วนบุคคล เช่น การบำรุงสมอง บำรุงเลือด ช่วยเรื่องการขับถ่าย รวมไปถึงช่วยในการบำรุงผิวพรรณ โดยสารอาหารที่มักถูกนำมาทำเป็นอาหารเสริม ได้แก่ วิตามิน แร่ธาตุ กรดอะมิโน สารสกัดจากพืช หรือสมุนไพรต่าง ๆ โดยสารอาหารเสริมที่ช่วยบำรุงผิวพรรณ เช่น Vitamin C, Vitamin E, Collagen, Hyaluronic acid, Glutathione, Grape seed เป็นต้น ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบทั้งแบบเม็ด แคปซูล ผง หรือน้ำ โดยผู้รับประทานควรได้รับคำแนะนำจากแพทย์หรือเภสัชกร

การโฆษณาออนไลน์เป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่มีการใช้เป็นเวลาานานแล้วในโลกออนไลน์ เริ่มใช้ครั้งแรกในปี 1994 โดยในปี 2012 นั้นการโฆษณาออนไลน์นั้นเพิ่มขึ้นเนื่องจากมีต้นทุนที่ต่ำลงและคุณภาพของภาพบันทึกดีมากขึ้น จากการสำรวจพบว่ามากกว่า 40% ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตชื่นชอบการชมโฆษณาออนไลน์ และการโฆษณาออนไลน์สามารถเพิ่มการรับรู้ถึงแบรนด์ของผู้บริโภค<sup>[1]</sup>

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น มีการเข้าถึงและการจัดจำหน่ายทั้งในร้านค้าต่างๆและห้างสรรพสินค้า รวมถึงตลาดในโลกออนไลน์ อย่างไรก็ตามยังขาดข้อมูลในการอธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว (Skincare) ในแง่มุมของความรู้และทัศนคติในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวอย่างเหมาะสมและปลอดภัย คณะผู้วิจัยจึงทำการศึกษาวิจัยนี้เพื่อศึกษาประเด็นดังกล่าว โดยได้อาศัยแบบจำลองความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (Knowledge, Attitude and Practice -KAP) เข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อบำรุงผิว ซึ่งข้อมูลดังกล่าวสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภคและการส่งเสริมการตลาดได้ในอนาคต

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาและประเมินความรู้ของผู้บริโภคในโลกออนไลน์ต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว
2. เพื่อศึกษาและประเมินถึงทัศนคติของผู้บริโภคในโลกออนไลน์ต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว
3. เพื่อศึกษาและประเมินถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในโลกออนไลน์ต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคในโลกออนไลน์ ความรู้ ทัศนคติ ต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงผิว

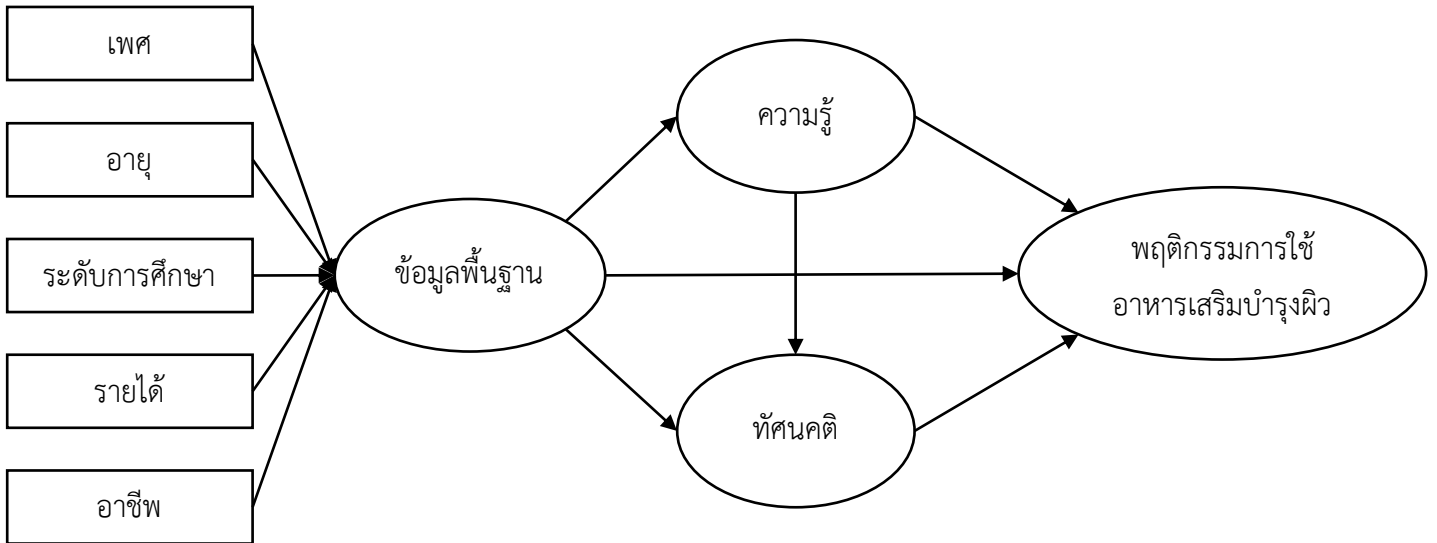
### สมมติฐาน

1. ผู้บริโภคในโลกออนไลน์ขาดความรู้ต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิวที่ไม่ถูกต้อง
2. ผู้บริโภคในโลกออนไลน์มีทัศนคติไม่เหมาะสมต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว
3. ผู้บริโภคในโลกออนไลน์มีพฤติกรรมในการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิวไม่เหมาะสม
4. เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ความรู้ ทัศนคติ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อ พฤติกรรมการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถเรียนรู้ถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารเสริมบำรุงผิวในปัจจุบัน จะทำให้กระบวนการศึกษาในด้านต่างๆ นั้นสะดวกมากขึ้นและได้ผลลัพธ์ที่ดีขึ้น
2. สามารถต่อยอดนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่ออาหารเสริมบำรุงผิว
3. สามารถนำผลของการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือให้ความรู้ด้านการใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงผิวที่ถูกต้องให้แก่ผู้บริโภคได้

### กรอบแนวคิด



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

### นิยามศัพท์

ความรู้ (Knowledge) คือความรู้หรือความเข้าใจในเรื่องต่างๆ ในงานวิจัยนี้ได้ให้คำนิยามของความรู้ว่าเป็นการรู้หรือเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงผิว รวมถึงการใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมอย่างถูกวิธี สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้

ทัศนคติ (Attitude) คือความรู้สึกส่วนตัวต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ในงานวิจัยนี้ได้ให้คำนิยามของทัศนคติว่าเป็นความรู้สึกส่วนตัวของผู้บริโภคต่อการใช้หรือการได้รับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อบำรุงผิว

พฤติกรรมการใช้อาหารเสริม (Behavior) คือการใช้อาหารเสริมเพื่อบำรุง ป้องกัน หรือรักษาสุขภาพ ในงานวิจัยนี้ได้ให้คำนิยามของพฤติกรรมการใช้อาหารเสริมว่า การใช้อาหารเสริมของผู้บริโภคเพื่อใช้บำรุง ป้องกัน หรือรักษาผิวพรรณในชีวิตประจำวัน

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะและพฤติกรรม (KAP)

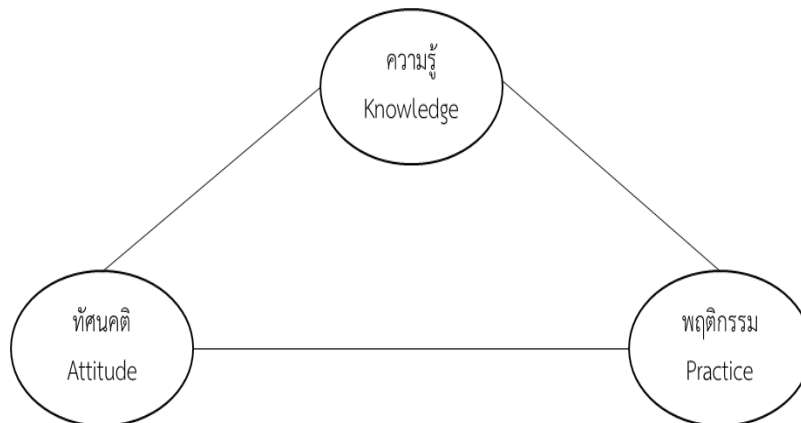
ทฤษฎีความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม (Knowledge Attitude and Practice - KAP) เป็นทฤษฎีที่ใช้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ของตัวแปร 3 ตัวแปร ได้แก่ ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Attitude) และพฤติกรรม (Practice) ของผู้รับสารที่อาจจะมีผลกระทบต่อสังคม โดยสามารถวัดออกมาในรูปแบบของการสำรวจ (survey) โดย Ellen Vandamme ได้อธิบายวัตถุประสงค์ของการใช้ KAP survey ว่า เป็นการสำรวจเพื่อวัดพฤติกรรมของประชากรในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ว่ามีความรู้ ความรู้สึก และการปฏิบัติต่อเรื่องนั้นอย่างไร<sup>[3]</sup>

Ibrahim G badran ได้ให้ความหมายของความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม ดังนี้<sup>[2]</sup>

ความรู้ (Knowledge) หมายถึง ความสามารถในการรับรู้ จดจำ และสามารถนำความรู้นั้นไปใช้ โดยความรู้นั้นเกิดจากความเข้าใจ ประสบการณ์ และการทดลองทำ

ทักษะ (Attitude) หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อสถานการณ์ต่างๆ

พฤติกรรม (Practice) หมายถึง การกระทำที่เกิดขึ้นโดยมีพื้นฐานมาจากความรู้และทักษะ การเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ตัวแปรจะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่อง กล่าวคือ เมื่อบุคคลได้รับสารต่างๆ จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้นจะส่งผลให้ทักษะเปลี่ยนแปลงไป จากนั้นทั้งความรู้ และทักษะที่เปลี่ยนแปลงไป ก็จะก่อให้เกิดพฤติกรรม ดังแสดงในรูปที่ 2



รูปที่ 2 ความสัมพันธ์ของ Knowledge Attitude and Practice - KAP



ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันทฤษฎี KAP เป็นทฤษฎีที่ได้รับความนิยมและแพร่หลายอย่างมาก โดยมีการนำแบบจำลอง KAP มาประยุกต์ใช้กับมนุษย์ในสาขาอาชีพต่างๆ ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับการสาขาการแพทย์และพฤติกรรมศาสตร์ [2,3,4,5,6]

จากที่กล่าวมาจึงสรุปได้ว่าทฤษฎี KAP เป็นทฤษฎีที่สามารถวัดพฤติกรรมของมนุษย์ออกมาในรูปแบบความรู้ ทศนคติ และการกระทำ อีกทั้ง ทฤษฎี KAP ยังเป็นทฤษฎีที่ได้รับความนิยมและสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้หลากหลายสาขา คณะผู้วิจัยเล็งเห็นจุดนี้ จึงนำทฤษฎี KAP มาประยุกต์ใช้เพื่อศึกษาผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อบำรุงผิว

### การศึกษาในงานวิจัยที่ผ่านมา

การศึกษาของ Maeve C Cosgrove และคณะ ได้ศึกษาผลของสารอาหารต่อการแก้ตัวของผิว ในผู้หญิงวัยกลางคนชาวอเมริกัน จำนวน 4025 คน อายุระหว่าง 40-74 ปี โดยใช้ข้อมูลจาก First National Health และ Nutrition Examination Survey และหาความสัมพันธ์ระหว่างการรับสารอาหารและการแก้ตัวของผิวในกลุ่มตัวอย่างจากการศึกษาพบว่า การรับประทานวิตามิน C เพิ่มขึ้น 1 มิลลิกรัมต่อวัน สามารถลดการเกิดผิวแห้งได้ 11% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ [odds ratio (OR) 0.89; 95% CI: 0.82, 0.96 ; P Value = 0.003] และเพิ่มความชุ่มชื้นได้ 7% [OR: 0.93; 95% CI: 0.87, 0.99 ; P Value = 0.034] การรับประทาน linoleic acid เพิ่มขึ้น 1 กรัมต่อวันสามารถลดการเกิดรอยย่นของผิวได้ 25% [OR: 0.75; 95% CI: 0.64, 0.88 ; P Value = 0.001] และลดการเกิดผิวบางได้ 22% [OR: 0.78; 95% CI: 0.65, 0.95; P Value = 0.0012] นอกจากนี้การศึกษายังแสดงให้เห็นว่า การรับประทานสารอาหารบางประเภทสามารถเพิ่มการแก้ตัวของผิวได้ การทานไขมันเพิ่มขึ้น 16.73 กรัมต่อวันจะเพิ่มการเกิดรอยย่นของผิว 37% [OR: 1.37; 95% CI: 1.09, 1.71; P Value = 0.006] และการรับประทานคาร์โบไฮเดรตเพิ่มขึ้น 49.15 กรัมต่อวันนั้นจะเพิ่มรอยย่น 33% [OR: 1.33; 95% CI: 1.06, 1.66; P Value = 0.012] จากการศึกษาดังกล่าวสรุปได้ว่าวิตามิน C และ linoleic acid มีผลต่อการลดการเกิดรอยย่น ลดการเกิดผิวบางและลดการแก้ตัวของผิวแห้งได้ และการรับประทานคาร์โบไฮเดรตและไขมันในปริมาณที่เพิ่มขึ้น สามารถเพิ่มการเกิดรอยย่น การเกิดผิวบางและการแก้ตัวของผิวแห้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ<sup>[7]</sup>

S. Guillou และคณะศึกษาการเพิ่มความชุ่มชื้นจากอาหารเสริมที่สกัดจากข้าวสาลีต่อผิวแห้งของผู้หญิง โดยการทดลองนี้จะเป็นแบบ double blind แบบคู่ขนาน โดยทดลองในผู้หญิงที่มีอาการผิวแห้ง 50 คน อายุระหว่าง 20 ถึง 63 ปี การตรวจวัดความชุ่มชื้นจะวัดจากที่ ขา แขนและใบหน้า โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่ได้รับยาหลอก (placebo) และ กลุ่มทดลอง ที่ได้รับสาร non-GMO wheat gluten แบบน้ำมัน (WEO) แบ่งรับประทาน วันละ 2 ครั้ง ครั้งละ 2 เม็ด โดยจะได้รับสาร WEO โดยประมาณ 350 mg ต่อวัน เป็นระยะเวลา 12 สัปดาห์ ผลการทดลองพบว่ากลุ่มผู้

ทดลองที่ใช้อาหารเสริม WEO ผิวหนังมีความชุ่มชื้นเพิ่มขึ้นโดยบริเวณแขนมีความชุ่มชื้นเพิ่มขึ้น 35.1% ( $P < 0.001$ ) ขามีความชุ่มชื้นเพิ่มขึ้น 23% ( $P = 0.012$ ) และค่าเฉลี่ยบนทุกส่วนมีความชุ่มชื้นเพิ่มขึ้น 28% ( $P < 0.001$ ) จากผลการทดลองข้างต้นสรุปได้ว่าอาหารเสริมที่สกัดจากข้าวสาลี ชนิด น้ำมัน (WEO) สามารถเพิ่มความชุ่มชื้นให้แก่ผิวหนังได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ<sup>[8]</sup>

จากการศึกษาของ B. Hughes-Formella O. Wunderlich R. Williams ในหัวข้อเรื่องฤทธิ์ต้านการอักเสบและการเพิ่มความชุ่มชื้นของผิวหนังด้วยผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่ประกอบไปด้วย Oligomeric Proanthocyanidins มีผู้เข้าร่วมทดลองทั้งหมด 42 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่มคือกลุ่มที่ 1 จะได้รับอาหารเสริม 100 mg/day และกลุ่มที่ 2 ที่ไม่ได้รับอาหารเสริม เริ่มจากการเหนี่ยวนำให้เกิดผื่นแดงโดยใช้รังสี UV ตามด้วยการรักษาด้วยครีมหรือโลชั่นให้กับผู้ทดลองทั้ง 2 กลุ่ม ผื่นแดงจะทำการวัด 72 ชั่วโมงหลังจากการฉายรังสี ความชุ่มชื้นของผิวหนังจะทำการวัด 1 ถึง 2 สัปดาห์หลังจากใช้ครีมหรือโลชั่น ผลการทดลองพบว่าครีมและโลชั่นนั้นสามารถลดการเกิดผื่นแดงได้อย่างเห็นได้ชัด แต่กลุ่มที่ได้รับอาหารเสริมนั้นจะมีการลดผื่นแดงที่มากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับอาหารเสริม 13.2% การใช้ครีมสามารถลดการเกิดผื่นได้ 45.9% ( $p = 0.0015$ ) โลชั่นลดได้ 53.1% ( $p = 0.0002$ ) ทั้งครีมและโลชั่นสามารถเพิ่มความชุ่มชื้นของผิวหนังได้ 20% ( $p = 0.002$ ) แต่พบว่ากลุ่มที่ใช้อาหารเสริมร่วมด้วยจะมีความชุ่มชื้นของผิวหนังที่มากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับอาหารเสริมจากผลการทดลองข้างต้นสรุปได้ว่าอาหารเสริมที่ประกอบได้ด้วย Oligomeric Proanthocyanidins สามารถช่วยลดผื่นแดงและเพิ่มความชุ่มชื้นให้แก่ผิวหนังได้<sup>[9]</sup>

จากการศึกษาของ Shene-Pin Hu และคณะ ในหัวข้อเรื่อง การศึกษาความเชื่อในการใช้อาหารเสริมของผู้ใหญ่ ณ ประเทศไต้หวัน โดยเป็นการศึกษาการใช้อาหารเสริมในผู้ใหญ่ชาวไต้หวัน 826 คน โดยมีปัจจัยต่าง ๆ คือ การศึกษาและรายได้ การคัดเลือกจะเลือกจากผู้ปกครองของนักเรียนชั้นประถมถึงชั้นมัธยมต้นในปี 1991 ทั้งหมด 25 โรงเรียน ผู้ได้รับการคัดเลือกทุกคนจะได้รับการทำแบบสอบถาม demographic characteristics สุขภาพร่างกาย อาหารและความเชื่อและความรู้เกี่ยวกับอาหารเสริม แหล่งที่มาของความรู้ อายุ เพศ หากเป็นผู้ใช้อาหารเสริมจะต้องตอบคำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สถานที่ซื้อ และค่าใช้จ่ายต่อเดือน คำถามที่ใช้ในการทดลองจะถูกประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ ผลลัพธ์ที่ได้ มีผู้ตอบแบบสอบถาม 51 % (424) ตอบว่าตนเองมีสุขภาพที่ดี 45 % (372) , มีสุขภาพปกติ และ 3 % (25) ตอบว่าตนเองมีสุขภาพที่ไม่ดี ในเรื่องแหล่งข้อมูลที่ได้รับพบว่าผู้ทดลอง 43% (356) รับข้อมูลจากนิตยสารและหนังสือพิมพ์ , 46.4% (384) รับข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ ในด้านทัศนคติต่ออาหารเสริมผู้ทดลอง 51% (424) เชื่อว่าอาหารเสริมช่วยลดความรุนแรงของการป่วย , 48.4% (396) คิดว่าอาหารเสริมช่วยป้องกันการเกิดโรคไข้หวัด ผู้ทดลองประมาณ 300 คน มีความเชื่อว่าอาหารเสริมสามารถช่วยลดปัญหาของผิวหนัง หัวใจและมะเร็งได้ และในกลุ่มผู้ที่ใช้อาหารเสริมอยู่นั้นมีแนวโน้มว่าอาหารเสริมสามารถลดการเป็นโรคไข้หวัด ลดความเครียดและปัญหาผิวหนังได้

มากกว่ากลุ่มผู้ที่ไม่ได้ใช้อาหารเสริม จากผลการเก็บข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า เพศ การศึกษา รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติเกี่ยวกับอาหารเสริม มีกลุ่มผู้ที่ใช้อาหารเสริมอยู่แล้วจะมีความเชื่อว่าอาหารเสริมนั้นช่วยป้องกันการเกิดโรคได้มากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้ใช้<sup>[10]</sup>

การศึกษาของ Deborah Dillon McDonald, Nicholas R. Nicholson ในหัวข้อเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลของอาหารเสริมกับความตั้งใจในการใช้งานอย่างต่อเนื่องและความต้องการที่จะแนะนำให้ผู้อื่นใช้ ทดลองโดยให้ผู้ใหญ่ 113 คน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 ให้อ่านหนังสือ “ข้อแนะนำการใช้อาหารเสริมสำหรับผู้บริโภคโดย United States’ FDA” กลุ่มที่ 2 ให้อ่านหนังสือ “การเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ” จากนั้นให้ทั้ง 2 กลุ่มทำแบบทดสอบที่วัดความตั้งใจในการใช้อาหารเสริมอย่างต่อเนื่อง ทำการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ เชื้อชาติ การศึกษา ว่ามีผลต่อความตั้งใจในการใช้อาหารเสริมอย่างต่อเนื่องหรือไม่ ผลการทดลองพบว่า ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ เชื้อชาติ การศึกษากับความตั้งใจในการใช้อาหารเสริมอย่างต่อเนื่อง แต่พบว่ากลุ่มที่ได้ อ่านหนังสือ “ข้อแนะนำการใช้อาหารเสริมสำหรับผู้บริโภคโดย United States FDA” มีในความตั้งใจในการใช้งานอย่างต่อเนื่องมากกว่ากลุ่มที่อ่านหนังสือ “การเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ” (25.47% ต่อ 9.33%) และมีความตั้งใจแนะนำให้ผู้อื่นใช้มากกว่า (33.55% ต่อ 16.42%) จากผลการทดลองข้างต้นทำให้สรุปได้ว่าความรู้ของอาหารเสริมมีผลต่อความตั้งใจในการใช้งานอย่างต่อเนื่อง ความต้องการที่จะแนะนำให้ผู้อื่นใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ<sup>[11]</sup>

การศึกษาของ Allison และคณะ ในหัวข้อการสำรวจการใช้อาหารเสริมและความเชื่อที่เกี่ยวข้องในชุมชนมหาวิทยาลัย โดยการทดลองนี้จะใช้แบบสอบถามให้แก่ผู้ทดลองซึ่งเป็นนักศึกษาที่อยู่ในมหาวิทยาลัย Tucson ในอาริโซน่า ทั้งหมด 502 คน ในแบบสอบถามจะเป็นการถามคำถามในเรื่องของ วิตามิน แร่ธาตุ และความเชื่อด้านสุขภาพ โดยตัวแบบสอบถามนั้นถูกออกแบบและทดสอบเบื้องต้นด้วยนักโภชนาการและผู้เชี่ยวชาญของมหาวิทยาลัยอาริโซน่า และมีการเก็บข้อมูลส่วนตัวของผู้ทำแบบสอบถาม (อายุ เพศ ชั้นปีที่เรียนอยู่ เป็นต้น) ผลลัพธ์ที่ได้พบว่าแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มคือ 1 กลุ่มที่ใช้อาหารเสริมอย่างน้อยอาทิตย์ละ 1 ครั้งเป็นประจำ 36.8% (135 คน) กลุ่มที่ 2 ใช้อาหารเสริมน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง 25.3% (190 คน) และไม่ใช้อาหารเสริม 37.9% (190 คน) ทั้ง 3 กลุ่มไม่มีความสัมพันธ์กับ เพศ อายุ คณะที่ศึกษา เชื้อชาติอย่างมีนัยสำคัญ ผลจากการเก็บข้อมูลในหัวข้อความเชื่อด้านสุขภาพเกี่ยวกับวิตามินและแร่ธาตุพบว่ากลุ่มผู้ที่ใช้การเสริมเป็นประจำมีคะแนนสูงกว่าอีก 2 กลุ่มที่  $28.2 \pm 4.7$  คะแนน กลุ่มรองลงมาคือกลุ่มที่ใช้อาหารเสริมน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง  $26.5 \pm 4.4$  คะแนน และกลุ่มสุดท้ายคือกลุ่มที่ไม่ใช้อาหารเสริม  $23.5 \pm 5.0$  คะแนน ในหัวข้อเรื่องประเภทอาหารเสริมที่ใช้พบว่ากลุ่มที่ใช้เป็นประจำจะมีอาหารเสริมบางประเภทที่ใช้มากกว่ากลุ่มที่ใช้อาหารเสริมน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้งอย่างชัดเจนเช่น Multivitamins + minerals (40.0% ต่อ 16.7%  $p < 0.001$ ) B-complex vitamins (24.9% ต่อ 13.3%  $p <$

0.01) Multivitamins + Iron (22.7% ต่อ 12.5%  $p < .05$ ) จากผลการทดลองจะพบว่ากับ เพศ อายุ คณะวิชาที่ศึกษา เชื้อชาติ ไม่มีผลต่อการใช้อาหารเสริม ผู้ที่ใช้อาหารเสริมจะมีความเชื่อมั่นทางด้านสุขภาพเกี่ยวกับวิตามินและแร่ธาตุมากกว่าผู้ที่ไม่ใช้อาหารเสริมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ<sup>[12]</sup>

การศึกษาของ YVONNE ENGELS และคณะ ในหัวข้อเรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อความตั้งใจในการใช้อาหารเสริมวิตามิน D โดยศึกษาเชิงปริมาณในผู้สูงอายุประเทศเนเธอร์แลนด์ โดยเป็นการทดลองโดยใช้แบบสอบถาม ที่มาจากทฤษฎี ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ และการสัมภาษณ์บุคคลกับผู้สูงอายุ 497 คน ในประเทศเนเธอร์แลนด์ โดยมีปัจจัยที่วัดประกอบไปด้วย การรับรู้โอกาสเสี่ยงของการเป็นโรค ความเชื่อที่จะสามารถควบคุมความรุนแรงของการขาดวิตามิน D ได้ การรับรู้บรรทัดฐานทางสังคมจากคนรอบข้าง ความเชื่อมั่นในตนเอง และความสนใจในการใช้อาหารเสริมวิตามิน D ผลลัพธ์ที่ได้ในหัวข้อความตั้งใจในการใช้วิตามิน D ผู้ที่ไม่เคยใช้วิตามิน D มาก่อนเลยพบว่ามี 39% (80 คน) เริ่มมีความสนใจที่จะใช้เมื่อได้รับคำแนะนำ และพบว่า 98% (202 คน) มีความสนใจที่จะใช้เมื่อมีผู้เชี่ยวชาญแนะนำ พบว่า 98% (202 คน) มีความสนใจที่จะใช้เช่นหากได้รับการตรวจทางการแพทย์แล้วพบว่า เป็นโรคขาดวิตามิน D ในหัวข้อความแตกต่างของความตั้งใจในการใช้ระหว่างผู้ที่ใช้และไม่ใช้วิตามิน D แบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มคือ กลุ่มที่มีความตั้งใจในการใช้มาก 141 คน กลุ่มที่มีความตั้งใจใช้น้อย 197 คน และกลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจที่จะใช้ 224 คนพบว่าไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ การศึกษากับความตั้งใจในการใช้อาหารเสริม กลุ่มผู้ที่มีความตั้งใจสูงอยู่แล้วนั้นใช้อาหารเสริมอื่นด้วยและมีความเข้าใจด้วยตนเองว่าตนเองนั้นมีสภาพขาดวิตามิน D อยู่ (2.16 : 1.90 : 1.96 กลุ่มที่มีความตั้งใจมาก : ตั้งใจน้อย : ไม่มีความตั้งใจ ในผู้อายุไม่ถึง 75ปี\*) (2.10 : 1.84 : 1.96 กลุ่มที่มีความตั้งใจมาก : ตั้งใจน้อย : ไม่มีความตั้งใจ ในผู้มีอายุมากกว่า 75 ปี\*) และรับรู้ว่ามีโอกาสเสี่ยงที่จะเป็นโรคกระดูกหักเนื่องจากขาดวิตามิน D (1.47 : 1.19 : 1.37 กลุ่มที่มีความตั้งใจมาก : ตั้งใจน้อย : ไม่มีความตั้งใจ ในผู้อายุไม่ถึง 75ปี\*) ( 1.51 : 1.33 : 1.37 กลุ่มที่มีความตั้งใจมาก : ตั้งใจน้อย : ไม่มีความตั้งใจ ในผู้มีอายุมากกว่า 75 ปี\*) จากผลการทดลองข้างต้นพบว่า ความรู้เกี่ยวกับวิตามิน D มีผลต่อความตั้งใจที่จะใช้วิตามิน D และความตั้งใจที่จะใช้มีผลต่อความรับรู้ความเสี่ยงที่จะเกิดโรคกระดูกหักจากการขาดวิตามิน D และความเข้าใจสภาพการขาดวิตามิน D ของตนเอง<sup>[13]</sup>

จากงานวิจัยที่ได้ค้นคว้าและศึกษาข้างต้น พบว่างานวิจัยส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับอาหารเสริมบำรุงผิวนั้นจะเป็นหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับ ความรู้และกลไกของอาหารเสริมที่มีผลต่อผิวพรรณเป็นส่วนมาก แต่ในเรื่องของพฤติกรรมและทัศนคติยังเป็นที่ยกเถียงกันอยู่และจากการที่โลกออนไลน์ได้เติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงสิบปีที่ผ่านมาทำให้เราสนใจในการสำรวจพฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่ออาหารเสริมบำรุงผิวของผู้บริโภคในโลกออนไลน์

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงพรรณนา ณ จุดเวลาใดเวลาหนึ่ง แบบภาคตัดขวาง (Cross-sectional Descriptive Studies) โดยใช้วิธีการสำรวจ (Survey) โดยมีประชากรที่ใช้ในงานวิจัย คือ กลุ่มผู้ใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงผิวในโลกออนไลน์ ในวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2562 – 31 กรกฎาคม พ.ศ. 2562

#### 1. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

- 1.1 ทบทวนวรรณกรรม
- 1.2 ทำแบบสอบถามวัดความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารเสริมบำรุงผิว
- 1.3 เก็บข้อมูลแบบสอบถามกลุ่มผู้ใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงผิวในโลกออนไลน์
- 1.4 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS version 23
- 1.5 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย
- 1.6 เขียนรายงานการวิจัย

#### 2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในงานวิจัยครั้งนี้ คือกลุ่มผู้ใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงผิวในโลกออนไลน์ ในวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2562 – 31 กรกฎาคม พ.ศ. 2562

การเลือกตัวอย่างประชากรในงานวิจัย คือกลุ่มผู้ใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงผิว อายุ 18 ปี ขึ้นไป

เกณฑ์นำเข้า

- 1) อายุ 18 ปี ขึ้นไป
- 2) สามารถอ่านและเขียนภาษาไทยได้
- 3) เป็นผู้ใช้สื่อออนไลน์ (social media)

เกณฑ์คัดออก

1) ตอบแบบสอบถามไม่ครบตามที่กำหนด

กลุ่มตัวอย่าง จำนวนกลุ่มตัวอย่างประชากร ใช้สูตรของ Cochran โดยไม่ทราบค่าประชากร กรณีทราบค่าสัดส่วนประชากร ใช้สูตร

$$n = \frac{p(1-p)Z^2}{e^2}$$

โดย  $n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

$e$  = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

$Z$  = ค่า  $Z$  ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ โดยกำหนดให้ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า  $Z = 1.96$   $p = 0.5$  โดย  $p$  คือสัดส่วนลักษณะที่สนใจในประชากร ซึ่งกำหนด  $p = 0.5$  ซึ่งทำให้ค่า  $p(1-p)$  มีค่ามากที่สุด เมื่อสัดส่วนประชากรเท่ากับ 50%

$$n = \frac{0.5(1-0.5)1.96^2}{0.05^2}$$

$$n = 384.16$$

ดังนั้นได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ต้องการ อย่างน้อย 385 คน

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

การศึกษานี้จะทำการพัฒนาแบบสอบถาม จากงานวิจัยก่อนหน้านี้ โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคในโลกออนไลน์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check-list) หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง มีคำถามทั้งสิ้น 6 ข้อ ซึ่งข้อมูลในส่วนนี้ถือเป็นปัจจัยที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการบริโภคที่มีต่ออาหารเสริมบำรุงผิว

ส่วนที่ 2 ความรู้ในการใช้อาหารเสริมบำรุงผิว โดยลักษณะของแบบสอบถามจะมี 3 ตัวเลือก คือ ใช่ ไม่ใช่ ไม่แน่ใจ ซึ่งแต่ละคำถามจะมีคะแนนการให้วัดความถูกต้องในแต่ละข้อ ตามความรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

เกณฑ์สำหรับความรู้ในการใช้อาหารเสริมบำรุงผิว

ตอบถูก = 1 คะแนน

ตอบผิด = 0 คะแนน

มีคะแนนรวมเท่ากับ 13 คะแนน และคิดเป็นร้อยละซึ่งสามารถแบ่งระดับความรู้เป็น 2 ระดับ ดังนี้

ความรู้ในการใช้อาหารเสริมบำรุงผิวที่ดี = ได้คะแนน  $\geq 60\%$

ความรู้ในการใช้อาหารเสริมบำรุงผิวที่ไม่ดี = ได้คะแนน  $< 60\%$

ส่วนที่ 3 ทักษะการใช้อาหารเสริมบำรุงผิว โดยลักษณะของแบบสอบถามจะเป็นระดับคะแนน 0-5 ตามความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยที่คะแนน 0 หมายถึงไม่มีความเห็นกับข้อความนั้น และคะแนน 5 หมายถึงเห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความนั้น

คำถามมีทั้งหมด 15 ข้อ ซึ่งเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินทัศนคติคือ

เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความนั้น = 5 คะแนน

ไม่มีความเห็นกับข้อความนั้น = 0 คะแนน

มีคะแนนรวมเท่ากับ 75 คะแนน และคิดเป็นร้อยละซึ่งสามารถแบ่งระดับของทัศนคติเป็น 2 ระดับ ดังนี้

ทัศนคติดี = ได้คะแนน  $\geq 60\%$

ทัศนคติไม่ดี = ได้คะแนน  $< 60\%$

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการใช้อาหารเสริมบำรุงผิว โดยลักษณะของแบบสอบถามจะเป็นระดับคะแนน 0-5 ตามความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยที่คะแนน 0 หมายถึงไม่เคยปฏิบัติพฤติกรรมนั้นเลย และคะแนน 5 หมายถึงปฏิบัติพฤติกรรมนั้นเป็นประจำ

คำถามมีทั้งหมด 16 ข้อ ซึ่งเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินพฤติกรรมคือ

ปฏิบัติพฤติกรรมนั้นเป็นประจำ = 5 คะแนน

ไม่เคยปฏิบัติพฤติกรรมนั้นเลย = 0 คะแนน

มีคะแนนรวมเท่ากับ 80 คะแนน และคิดเป็นร้อยละซึ่งสามารถแบ่งระดับของพฤติกรรมเป็น 2 ระดับ ดังนี้

พฤติกรรมเหมาะสม = ได้คะแนน  $\geq 60\%$

พฤติกรรมไม่เหมาะสม = ได้คะแนน  $< 60\%$

#### 4. ความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

วิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) ใช้วิธีการหาค่า Index of Item Objective Congruence (IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ดังรายชื่อ โดยให้ความเห็นชอบในแบบสอบถาม แต่ละข้อคำถามด้วยตัวเลือก 3 ตัวคือ แนใจว่าวัดได้ตามวัตถุประสงค์ ให้คะแนน +1 แนใจว่าวัดไม่ได้ตามวัตถุประสงค์ ให้คะแนน -1 และ ไม่แน่ใจ ให้คะแนน 0 เพื่อดูความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ โดยค่าเฉลี่ยมากกว่า 0.5 จึงยอมรับได้ พบว่าค่า IOC ของแบบสอบถามมีค่า 0.9775 ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ที่มาตรฐานกำหนด

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

1. ญ.ดร.ธนิกานต์ แสงนิ่ม อาจารย์สาขาสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
2. ญ.อ.สุรชาติ ม่วงมี อาจารย์สาขาเภสัชกรรมคลินิก คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
3. ภก.ดร.กฤตภาส กังวานรัตนกุล อาจารย์สาขาวิชาเภสัชกรรมสังคมและบริหารเภสัชกิจ คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

วิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยทำการทดสอบ pilot test ด้วยผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 30 คน จากนั้นคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น (coefficient of reliability) ด้วยวิธีการหาค่า Cronbach's alpha ซึ่งเกณฑ์ยอมรับอยู่ที่ 0.7 ขึ้นไป พบว่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในส่วนของความรู้มีค่าเท่ากับ 0.819 ทศนคติมีค่าเท่ากับ 0.926 และพฤติกรรมมีค่าเท่ากับ 0.940

#### 5. การเก็บข้อมูล

เก็บข้อมูลของกลุ่มผู้ใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงผิวในโลกออนไลน์ จากนั้นทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งจากการคำนวณต้องไม่น้อยกว่า 385 คน อย่างไรก็ตามผู้ทำการวิจัยได้ทำการเผื่อข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์จึงได้ทำการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 454 คน แต่นำข้อมูลมาใช้ 422 คน โดยทำการเก็บแบบสอบถามในโลกออนไลน์



## 6. การแบ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ แบ่งเป็น 3 กลุ่ม โดยแบ่งเป็นกลุ่มเพศชาย เพศหญิง และไม่ประสงค์ให้ข้อมูลอายุ ให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอก

การศึกษา แบ่งเป็น 4 กลุ่ม โดยแบ่งเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาต่ำกว่าชั้นมัธยมศึกษาปีที่6/อาชีวศึกษาหรือไม่ได้ศึกษา, มัธยมศึกษาปีที่6 หรือ อาชีวศึกษา (ปวช./ปวส.), ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

อาชีพ ให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอก

## 7. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยโปรแกรมคำนวณทางสถิติสำเร็จรูปโดยมีสถิติที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อแสดงข้อมูลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสำหรับข้อมูลส่วนพื้นฐาน คือ เพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ
2. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนพื้นฐานของกลุ่มผู้ใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงผิวในโลกออนไลน์ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงผิว โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลที่มีผลต่อ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงผิว โดยใช้สถิติ ANOVA
4. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล ความรู้ ทัศนคติ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงผิว โดยใช้สถิติ Pearson's correlation ระดับความสัมพันธ์ จะใช้ตัวเลขของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ หากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับสูง แต่หากมีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ สำหรับการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยใช้เกณฑ์ ดังนี้

ค่า  $r = 0.90 - 1.00$  มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก

ค่า  $r = 0.70 - 0.90$  มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง

ค่า  $r = 0.50 - 0.70$  มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

ค่า  $r = 0.30 - 0.50$  มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

ค่า  $r = 0.00 - 0.30$  มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก  
หาก  $r$  มีเครื่องหมาย + หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน  
หาก  $r$  มีเครื่องหมาย - หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

#### 1. ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง (Demographic Data)

จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 454 คน คิดเป็นอัตราการตอบกลับแบบสอบถาม (response rate) 92.95% ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (63.03%) ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6/ อาชีวะศึกษา หรือ ไม่ได้ศึกษา 1.65%, มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือ อาชีวะศึกษา (ปวช./ปวส.) 19.43%, มีระดับการศึกษาปริญญาตรี 69.43% และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี 9.47% ผู้ตอบแบบสอบถามมีผู้ไม่ประกอบอาชีพ 5.92%, ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา 59.71%, ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ 4.02% ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพที่ไม่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ 30.33%

ตารางที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง (N=422)

|  | N (%)       |
|--|-------------|
| <b>เพศ</b>   |             |
| ชาย  | 156 (36.97) |
| หญิง   | 266 (63.03) |
| <b>ระดับการศึกษา</b>                                 |             |
| ต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 /อาชีวะศึกษาหรือไม่ได้ศึกษา | 7 (1.65)    |
| มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือ อาชีวะศึกษา (ปวช./ปวส.)       | 82 (19.43)  |
| ปริญญาตรี  | 293 (69.43) |
| สูงกว่าปริญญาตรี                                     | 40 (9.47)   |
| <b>อาชีพ</b>   |             |
| ไม่ประกอบอาชีพ                                       | 25 (5.92)   |
| นักเรียน/นักศึกษา                                    | 252 (59.71) |
| อาชีพที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ                          | 17 (4.02)   |
| อาชีพที่ไม่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ                       | 128 (30.33) |

## 2. คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละด้าน

### 2.1 ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว

จากการประเมินความรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีคะแนนรวมด้านความรู้เฉลี่ย 8.49 ( $\pm 2.69$ ) ซึ่งเปอร์เซ็นต์คะแนนตอบคำถามถูกต้องแต่ละข้อได้แสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยคะแนนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว

| ความรู้  | เปอร์เซ็นต์<br>ตอบคำถาม<br>ถูกต้อง         |
|--|--|
| <b>คำถามจากแบบสอบถาม</b>   |  |
| 1. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวไม่สามารถทดแทนการรับประทานอาหารมือหลักให้ครบ 5 หมู่ได้ | 68.1                                       |
| 2. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวทุกชนิด ควรเก็บไว้ในตู้เย็น                            | 43.8                                       |
| 3. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวทุกชนิด ต้องมีเลข อ.ย                                  | 96.7                                       |
| 4. หญิงตั้งครรภ์สามารถใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวทุกชนิดได้                       | 70.4                                       |
| 5. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว อาจมีผลข้างเคียงกับยาที่ใช้ในการรักษาโรคได้           | 68.7                                       |
| 6. ผู้บริโภคอาจมีการแพ้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวได้ เช่นเดียวกับการแพ้อาหาร        | 84.4                                       |
| 7. วิตามินซี พบได้ในอาหารทุกชนิด   | 75.6                                       |
| 8. วิตามินซี มีสรรพคุณในการช่วยต้านอนุมูลอิสระ ให้ผิวกระจ่างใส                       | 74.9                                       |
| 9. ร่างกายมนุษย์สามารถผลิตคอลลาเจนได้เอง   | 72.3                                       |
| 10. สารสกัดจากเมล็ดองุ่น ช่วยให้ร่างกายสร้างคอลลาเจนได้ชั้นผิวหนังได้ดีขึ้น          | 46.2                                       |
| 11. สารสกัดจากเมล็ดองุ่น มีสรรพคุณ ในการต้านอนุมูลอิสระได้                           | 58.8                                       |
| 12. การรับประทานอาหารบางชนิด เช่น ถั่วเหลือง ช่วยให้ร่างกายผลิตคอลลาเจนได้มากขึ้น    | 37.4                                       |
| 13. สังกะสี ช่วยบำรุงผิว และบรรเทาอาการอักเสบของผิว                                  | 51.7                                       |
| <b>สรุปคะแนนด้านความรู้</b>  | ค่าเฉลี่ย $\pm$<br>ค่าเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน |
| คะแนนรวมด้านความรู้  | 8.49 $\pm$ 2.69                            |

## 2.2 ทศนคติต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว

จากการประเมินทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีคะแนนรวมด้านทัศนคติเฉลี่ย 47.17 ( $\pm 11.36$ ) จากคะแนนเต็ม 75 คะแนน ซึ่งคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแต่ละข้อได้แสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยคะแนนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว

| ทัศนคติ   | ค่าเฉลี่ย $\pm$<br>ค่าเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน |
|---|--|
| <b>คำถามจากแบบสอบถาม</b>  |  |
| 1. การรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว ทำให้ผิวพรรณดีขึ้นได้                                      | 3.20 $\pm$ 1.22                            |
| 2. การรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว มีความปลอดภัยมากกว่าการดูแลผิวพรรณด้วยวิธีอื่น ๆ           | 2.24 $\pm$ 1.29                            |
| 3. การรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว มีความจำเป็นในชีวิตประจำวัน                                | 1.97 $\pm$ 1.35                            |
| 4. เลข อย. ในผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว สร้างความมั่นใจด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์                        | 4.04 $\pm$ 1.13                            |
| 5. ฉลากส่วนประกอบบนผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว มีความจำเป็นต่อการบริโภค                               | 4.31 $\pm$ 0.98                            |
| 6. ท่านสามารถซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากสื่อออนไลน์ได้สะดวก                                    | 3.37 $\pm$ 1.39                            |
| 7. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากสื่อออนไลน์มีราคาเหมาะสม   | 2.63 $\pm$ 1.28                            |
| 8. ข้อมูลผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวในสื่อออนไลน์มีความน่าเชื่อถือ และถูกต้อง                         | 2.13 $\pm$ 1.26                            |
| 9. การโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวในสื่อออนไลน์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์                   | 2.95 $\pm$ 1.29                            |
| 10. การซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากสื่อออนไลน์มีความน่าเชื่อถือ ปลอดภัย                         | 2.16 $\pm$ 1.24                            |
| 11. ท่านสามารถซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากร้านขายยาได้สะดวก                                     | 3.50 $\pm$ 1.20                            |
| 12. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวในร้านขายยามีราคาเหมาะสม   | 3.08 $\pm$ 1.22                            |
| 13. ข้อมูลผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว จากเภสัชกร มีความน่าเชื่อถือ และถูกต้อง                         | 3.89 $\pm$ 1.12                            |
| 14. คำแนะนำผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากเภสัชกร หรือ พนักงานในร้านยา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ | 3.85 $\pm$ 1.09                            |
| 15. การซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากร้านขายยามีความน่าเชื่อถือ ปลอดภัย                           | 3.77 $\pm$ 1.10                            |
| <b>สรุปคะแนนด้านทัศนคติ</b>   |  |
| คะแนนรวมด้านทัศนคติ   | 47.17 $\pm$ 11.36                          |

### 2.3 พฤติกรรม ต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว

จากการประเมินทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีคะแนนรวมด้านพฤติกรรมเฉลี่ย 36.57 ( $\pm 18.87$ ) จากคะแนนเต็ม 75 คะแนน ซึ่งคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแต่ละข้อได้แสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยคะแนนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว

| พฤติกรรม   | ค่าเฉลี่ย $\pm$<br>ค่าเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน |
|--|--|
| <b>คำถามจากแบบสอบถาม</b>   |  |
| 1. ฉันรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว เพื่อทำให้ผิวพรรณดีขึ้น   | 2.26 $\pm$ 1.73                            |
| 2. ฉันรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว เป็นประจำ   | 1.77 $\pm$ 1.62                            |
| 3. ฉันรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว มากกว่าการดูแลผิวพรรณด้วยวิธีอื่น ๆ   | 1.65 $\pm$ 1.53                            |
| 4. ฉันสังเกตเลข อย. ในผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวก่อนเลือกซื้อ   | 3.44 $\pm$ 1.71                            |
| 5. ฉันอ่านฉลากส่วนประกอบบนผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว ก่อนเลือกซื้อ  | 3.61 $\pm$ 1.57                            |
| 6. ฉันซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากสื่อออนไลน์  | 1.72 $\pm$ 1.66                            |
| 7. ฉันซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากสื่อออนไลน์เพราะราคาเหมาะสม  | 1.91 $\pm$ 1.69                            |
| 8. ฉันซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวเพราะการโฆษณาในสื่อออนไลน์  | 1.71 $\pm$ 1.57                            |
| 9. ฉันซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากสื่อออนไลน์ เพราะความน่าเชื่อถือ   | 1.73 $\pm$ 1.61                            |
| 10. ฉันหาข้อมูลผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวในสื่อออนไลน์  | 2.72 $\pm$ 1.76                            |
| 11. ฉันซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากร้านขายยา   | 2.57 $\pm$ 1.75                            |
| 12. ฉันซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากร้านขายยาเพราะราคาเหมาะสม   | 2.51 $\pm$ 1.70                            |
| 13. ฉันซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากร้านยา เพราะคำแนะนำของเภสัชกร หรือพนักงานในร้านขายยา                            | 2.76 $\pm$ 1.76                            |
| 14. ฉันซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากร้านยา เพราะความน่าเชื่อถือ   | 2.91 $\pm$ 1.77                            |
| 15. ฉันถามข้อมูลผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากแพทย์ หรือ เภสัชกร   | 3.09 $\pm$ 1.67                            |
| 16. ฉันแนะนำผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิวจากเว็บไซต์บนโลกออนไลน์ ให้เพื่อนหรือคนในครอบครัว เมื่อฉันใช้แล้วรู้สึกได้ผล | 2.38 $\pm$ 1.75                            |
| <b>สรุปคะแนนด้านพฤติกรรม</b>   |  |
| คะแนนรวมด้านพฤติกรรม   | 36.57 $\pm$ 18.87                          |

### 3. สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient)

จากการหาความสัมพันธ์ของความรู้และทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว โดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

|           |                     | Knowledge | Attitude | Behavior |
|-----------|---------------------|-----------|----------|----------|
| Knowledge | Pearson Correlation | 1         | .253**   | .270**   |
|           | Sig(2-tailed)       |           | .000     | .000     |
|           | N                   | 422       | 422      | 422      |
| Attitude  | Pearson Correlation | .253**    | 1        | .653**   |
|           | Sig. (2-tailed)     | .000      |          | .000     |
|           | N                   | 422       | 422      | 422      |
| Behavior  | Pearson Correlation | .270**    | .653**   | 1        |
|           | Sig. (2-tailed)     | .000      | .000     |          |
|           | N                   | 422       | 422      | 422      |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

พบว่าเมื่อพิจารณาคะแนนรวมระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันมากที่สุดคือ ทัศนคติกับพฤติกรรมต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว โดยมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (r) เท่ากับ 0.653 ( p value = 0.000) มีทิศทางขนาด (r) เป็นบวก หมายถึงคะแนนรวมของทัศนคติดีขึ้น ส่งผลให้พฤติกรรมต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิวเหมาะสมมากขึ้น จัดเป็นความสัมพันธ์ระดับปานกลาง รองลงมาคือความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรวมของความรู้กับพฤติกรรมต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (r) เท่ากับ 0.270 ( p value = 0.000) มีทิศทางขนาด (r) เป็นบวก หมายถึงคะแนนรวมของความรู้ดีขึ้น ส่งผลให้พฤติกรรมต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิวเหมาะสมมากขึ้น จัดเป็นความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก อันดับสุดท้ายคือ

ความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรวมของความรู้กับทัศนคติต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (r) เท่ากับ 0.253 ( p value = 0.000) มีทิศทางขนาด (r) เป็นบวก หมายถึงคะแนนรวมของความรู้ดีขึ้น ส่งผลให้ทัศนคติต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิวเหมาะสมมากขึ้น จัดเป็นความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก และมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

#### 4. การศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างต่อความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรม

4.1 การศึกษาเปรียบเทียบคะแนนความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว กับกลุ่มเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐานและผลรวมด้านความรู้ และพฤติกรรมด้วยสถิติ ANOVA พบว่ากลุ่มเพศหญิง มีความรู้ พฤติกรรม มากกว่าเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < 0.05$ ) ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ และคะแนนความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อบำรุงผิวด้วยสถิติ ANOVA

| Factors   |        | N   | Mean    | SD       | p-value |
|-----------|--------|-----|---------|----------|---------|
| Knowledge | Male   | 156 | 7.9038  | 3.02202  | 0.001** |
|           | Female | 266 | 8.8421  | 2.41955  |         |
| Attitude  | Male   | 156 | 45.9359 | 11.57900 | 0.087   |
|           | Female | 266 | 47.8947 | 11.18878 |         |
| Behavior  | Male   | 156 | 33.4103 | 19.44218 | 0.008** |
|           | Female | 266 | 38.4248 | 18.32155 |         |

Statistical significance of  $p < 0.05$



#### 4.2 การศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษา ต่อความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐานและผลรวมด้านความรู้ด้วยสถิติ ANOVA พบว่ากลุ่มระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีคะแนนความรู้และทัศนคติ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < 0.05$ ) โดยกลุ่มที่อยู่ระดับปริญญาตรี มีคะแนนสูงสุดคือ 8.7372 คะแนน กลุ่มที่มีระดับคะแนนความรู้ต่ำสุดคือ 7.6341 คะแนน และกลุ่มที่อยู่ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีคะแนนทัศนคติสูงสุดคือ 48.4512 คะแนน กลุ่มที่มีระดับคะแนนทัศนคติต่ำสุดคือ 42.1429 คะแนน ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการศึกษา และคะแนนความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อบำรุงผิวด้วยสถิติ ANOVA

| Factors   |                     | N   | Mean    | SD       | p-value |
|-----------|---------------------|-----|---------|----------|---------|
| Knowledge | Lower than M6       | 7   | 7.7143  | 3.09377  | 0.009** |
|           | Lower than Bachelor | 82  | 7.6341  | 2.77338  |         |
|           | Bachelor            | 293 | 8.7372  | 2.61500  |         |
|           | Postgraduate        | 40  | 8.6250  | 2.74271  |         |
| Attitude  | Lower than M6       | 7   | 42.1429 | 13.08216 | 0.020** |
|           | Lower than Bachelor | 82  | 48.4512 | 10.82652 |         |
|           | Bachelor            | 293 | 47.5802 | 11.09661 |         |
|           | Postgraduate        | 40  | 42.4250 | 13.00471 |         |
| Behavior  | Lower than M6       | 7   | 26.0000 | 18.33939 | 0.079   |
|           | Lower than Bachelor | 82  | 34.3902 | 20.54490 |         |
|           | Bachelor            | 293 | 37.9863 | 18.36595 |         |
|           | Postgraduate        | 40  | 32.5250 | 18.18845 |         |

Statistical significance of  $p < 0.05$

#### 4.3 การศึกษาเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว กับอาชีพกลุ่มต่างๆ

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐานและผลรวมด้านความรู้ด้วยสถิติ ANOVA พบว่ากลุ่มอาชีพที่แตกต่างกัน มีคะแนนความรู้ ทศนคติและพฤติกรรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < 0.05$ ) โดยกลุ่มที่ทำอาชีพการงานเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์สุขภาพ มีคะแนนความรู้สูงสุดคือ 9.8824 คะแนน กลุ่มที่เป็นนักศึกษา มีคะแนนทศนคติสูงสุดคือ 49.0357 คะแนนและกลุ่มที่มีระดับคะแนนพฤติกรรมสูงสุด 38.8889 คะแนน ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพ และคะแนนความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อบำรุงผิวด้วยสถิติ ANOVA

| Factors   |                           | N   | Mean    | SD       | p-value |
|-----------|---------------------------|-----|---------|----------|---------|
| Knowledge | Unemployee                | 25  | 7.8000  | 2.51661  | 0.003** |
|           | Student                   | 252 | 8.7460  | 2.72640  |         |
|           | Employee                  | 128 | 7.9531  | 2.55602  |         |
|           | Medical or health related | 17  | 9.8824  | 2.59524  |         |
| Attitude  | Unemployee                | 25  | 45.4800 | 9.19293  | 0.001** |
|           | Student                   | 252 | 49.0357 | 10.71706 |         |
|           | Employee                  | 128 | 44.1172 | 12.44681 |         |
|           | Medical or health related | 17  | 45.0000 | 9.93730  |         |
| Behavior  | Unemployee                | 25  | 34.3200 | 15.45078 | 0.021** |
|           | Student                   | 252 | 38.8889 | 18.87249 |         |
|           | Employee                  | 128 | 33.1406 | 18.45989 |         |
|           | Medical or health related | 17  | 31.3529 | 22.58578 |         |

Statistical significance of  $p < 0.05$

## บทที่ 5

### สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

#### 1. Demographic

ข้อมูลพื้นฐาน (demographic data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการทำแบบสอบถามในโลกออนไลน์รวมทั้ง 422 คน

- 1.1 เมื่อพิจารณาระหว่างเพศชายและเพศหญิงพบว่าเป็นเพศชาย 156 คน (36.97%) และเป็นเพศหญิง 266 คน (63.03%)
- 1.2 เมื่อแบ่งระดับการศึกษาเป็น 4 กลุ่ม คือ 1.ต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 2.มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือ อาชีวศึกษา (ปวช./ปวส.) 3.ปริญญาตรี 4.สูงกว่าปริญญาตรี พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 ทั้งหมด 7 คน (1.66%), มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือ อาชีวศึกษา (ปวช./ปวส.) ทั้งหมด 82 คน (19.43%), ปริญญาตรี 293 คน (69.43%) และ สูงกว่าปริญญาตรี ทั้งหมด 40 คน (9.47%)
- 1.3 เมื่อแบ่งตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามเป็น 4 กลุ่มคือ 1.ไม่ประกอบอาชีพ 2.นักเรียนนักศึกษา 3.มีอาชีพที่ไม่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ 4.มีอาชีพที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่ประกอบอาชีพ 25 คน (5.92%), นักเรียนนักศึกษา 252 คน (59.72%), มีอาชีพที่ไม่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ 128 คน (30.33%) และ มีอาชีพที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ 17 คน (4.02%)

#### 2. ความรู้ (Knowledge)

เมื่อพิจารณาโดยรวมของคะแนนในหัวข้อความรู้ พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 8.49 จาก 13 คะแนน (65.31%) เมื่อพิจารณารายข้อจะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม 68.7% รู้ว่าอาหารเสริมไม่สามารถทดแทนอาหารหลักให้ครบ 5 หมู่ได้, ผู้ตอบแบบสอบถาม 96.7% รู้ว่าอาหารเสริมทุกชนิดต้องมี อย. , ผู้ตอบแบบสอบถาม 70.4% รู้ว่าหญิงตั้งครรภ์ไม่สามารถใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวทุกชนิดได้, ผู้ตอบแบบสอบถาม 84.4% รู้ว่าผู้บริโภคอาจมีการแพ้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวได้เช่นเดียวกับการแพ้อาหาร แต่พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามเพียง 46.2% รู้ว่าสารสกัดจากเมล็ดองุ่น ช่วยให้ร่างกาย

สร้างคอลลาเจนใต้ชั้นผิวหนังได้ดีขึ้น, ผู้ตอบแบบสอบถามเพียง 37.4% รู้ว่าการรับประทานอาหารบางชนิด เช่น ถั่วเหลือง ช่วยให้ร่างกายผลิตคอลลาเจนได้มากขึ้น และมีเพียง 43.8% ที่รู้ว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวทุกชนิดควรเก็บไว้ในตู้เย็น จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ในเรื่องพื้นฐานของอาหารเสริมบำรุง (เลข อย. การแพ้ การใช้ในหญิงตั้งครรภ์) แต่จะไม่มีความรู้ในเรื่องของสารอาหารต่าง ๆ เช่น สังกะสี สารสกัดจากเมล็ดองุ่น คอลลาเจน

### 3. ทศนคติ (Attitude)

เมื่อพิจารณาในผลรวมของหัวข้อด้านทัศนคติ พบว่าคะแนนโดยรวมอยู่ที่ 3.14 จาก 5 คะแนน (62.8%) หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่ค่อนข้างไปในแง่บวกต่ออาหารเสริมบำรุงผิว เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม 64.2% มีทัศนคติที่เชื่อมั่นว่าอาหารเสริมบำรุงผิวจะทำให้ผิวพรรณดีขึ้นได้, 80.8% เชื่อมั่นว่าเลข อย. สร้างความมั่นใจในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์, 86.4% รู้ว่าฉลากส่วนประกอบบนผลิตภัณฑ์มีความจำเป็นต่อการบริโภค และผู้ตอบแบบสอบถาม 70.0% มีทัศนคติที่ดีต่อการซื้ออาหารเสริมบำรุงผิวในร้านขายยา, 61.6% ของผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่ดีว่า ร้านขายยาขายอาหารเสริมบำรุงผิวในราคาที่เหมาะสม, ผู้ตอบแบบสอบถาม 77.8% มีทัศนคติที่เชื่อมั่นในคำแนะนำที่เกี่ยวกับอาหารเสริมบำรุงผิวของเภสัชกรในร้านยา และมี 77.0% ทัศนคติที่เชื่อว่าคำแนะนำนั้นมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถาม 75.40% เชื่อมั่นว่าการซื้ออาหารเสริมบำรุงผิวจากร้านขายยานั้นมีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ แต่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพียง 45.0% มีทัศนคติที่เชื่อว่า การรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว มีความปลอดภัยมากกว่าการดูแลผิวพรรณด้วยวิธีอื่น ๆ และผู้ตอบแบบสอบถามเพียง 39.4% มีทัศนคติที่ไม่เชื่อว่าการรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวมีความจำเป็นในชีวิตประจำวัน และผู้ตอบแบบสอบถาม 52.60% มีทัศนคติที่เชื่อว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากสื่อออนไลน์มีราคาเหมาะสม ผู้ตอบแบบสอบถามเพียง 42.8% มีทัศนคติที่เชื่อว่า ข้อมูลผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวในสื่อออนไลน์มีความน่าเชื่อถือและถูกต้อง, ผู้ตอบแบบสอบถาม 59.2% มีทัศนคติเชื่อว่า การโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวในสื่อออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์, ผู้ตอบแบบสอบถาม 43.4% มีทัศนคติเชื่อว่า การซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากสื่อออนไลน์มีความน่าเชื่อถือและปลอดภัย โดยจากข้อมูลจะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีทัศนคติที่ดีต่อการซื้ออาหารเสริมบำรุงผิวในร้านขายยามากกว่าในโลกออนไลน์และเชื่อคำแนะนำของเภสัชกรในร้านยามากกว่าสื่อโฆษณาในโลกออนไลน์

#### 4. พฤติกรรม (Behavior)

เมื่อพิจารณาโดยรวม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ของพฤติกรรมในการใช้อาหารเสริมบำรุงผิวอยู่ที่ 2.43 จาก 5 คะแนน (48.76%) แต่เมื่อพิจารณาแบ่งเป็นรายบุคคลพบว่า 298 คน (70.60%) มีพฤติกรรมในการใช้อาหารเสริมบำรุงผิวที่น้อย และมีผู้ตอบแบบสอบถาม 124 คน (29.4%) ที่มีพฤติกรรมในการใช้อาหารเสริมบำรุงผิวที่มาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม 45.4% รับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว เพื่อให้ผิวพรรณดีขึ้น โดยจะมีผู้ตอบแบบสอบถาม 35.4% ที่รับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวเป็นประจำ, ผู้ตอบแบบสอบถาม 33.0% รับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว มากกว่าการดูแลผิวพรรณด้วยวิธีอื่น ๆ, ผู้ตอบแบบสอบถาม 69.0% สังกัดเลข อย. ในผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวก่อนเลือกซื้อ, ผู้ตอบแบบสอบถาม 72.4% อ่านฉลากส่วนประกอบบนผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวก่อนเลือกซื้อ, ผู้ตอบแบบสอบถาม 34.6% ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากสื่อออนไลน์, ผู้ตอบแบบสอบถาม 38.2% ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากสื่อออนไลน์เพราะราคาเหมาะสม, ผู้ตอบแบบสอบถาม 38.2% ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวเพราะการโฆษณาในสื่อออนไลน์, ผู้ตอบแบบสอบถาม 34.6% ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากสื่อออนไลน์ เพราะความน่าเชื่อถือ, ผู้ตอบแบบสอบถาม 54.6% หาข้อมูลผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวในสื่อออนไลน์, ผู้ตอบแบบสอบถาม 51.4% ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากร้านขายยา, ผู้ตอบแบบสอบถาม 50.4% ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากร้านขายยาเพราะราคาเหมาะสม, ผู้ตอบแบบสอบถาม 55.2% ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากร้านยา เพราะคำแนะนำของเภสัชกร หรือ พนักงานในร้านขายยา, ผู้ตอบแบบสอบถาม 58.2% ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากร้านยา เพราะความน่าเชื่อถือ, ผู้ตอบแบบสอบถาม 62% ถามข้อมูลผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากแพทย์ หรือ เภสัชกร, ผู้ตอบแบบสอบถาม 47.6% แนะนำผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิวจากเว็บไซต์บนโลกออนไลน์ ให้เพื่อนหรือคนในครอบครัวที่เมื่อใช้แล้วรู้สึกได้ผล โดยจะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่ สังกัดเลข อ.ย. และ อ่านฉลากของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวและเลือกที่จะซื้ออาหารเสริมบำรุงผิวจากร้านยามากกว่าทางออนไลน์ และเชื่อในคำแนะนำของแพทย์หรือเภสัชกรมากกว่าข้อมูลในโลกออนไลน์

## 5. ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะและพฤติกรรมการใช้อาหารเสริมบำรุงผิว (Correlation)

- 5.1 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ส่งผลต่อ ทักษะและพฤติกรรมการใช้อาหารเสริมบำรุงผิว พบว่าความรู้ส่งผลต่อทักษะและพฤติกรรมการใช้อาหารเสริมบำรุงผิวอย่างมีนัยสำคัญในระดับที่ใกล้เคียงกันมากแต่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้อาหารเสริมบำรุงผิวมากกว่าเพียงเล็กน้อย
- 5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะส่งผลต่อความรู้และพฤติกรรมการใช้อาหารเสริมบำรุงผิว พบว่าทักษะส่งผลต่อความรู้และพฤติกรรมการใช้อาหารเสริมบำรุงผิวอย่างมีนัยสำคัญ แต่ทักษะส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้อาหารเสริมบำรุงผิวมากกว่าทักษะได้อย่างเห็นได้ชัด
- 5.3 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้อาหารเสริมบำรุงผิวส่งผลต่อความรู้และทักษะ พบว่าพฤติกรรมการใช้อาหารเสริมบำรุงผิวส่งผลต่อความรู้และทักษะอย่างมีนัยสำคัญ แต่พฤติกรรมการใช้อาหารเสริมบำรุงผิวส่งผลต่อทักษะมากกว่าความรู้อย่างเห็นได้ชัด

## 6. ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลที่มีผลต่อความรู้ ทักษะและพฤติกรรมการใช้อาหารเสริมบำรุงผิว

- 6.1 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลและความรู้  
จากการศึกษาความสัมพันธ์ของข้อมูลพบว่าข้อมูลพื้นฐานที่ส่งผลต่อความรู้คือ เพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ โดยในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง จะมีคะแนนเฉลี่ยที่สูงกว่าเพศชาย ในส่วนของระดับการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี จะมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่6 หรือต่ำกว่าปริญญาตรีอย่างเห็นได้ชัด และในส่วนของอาชีพพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเกี่ยวข้องกับสุขภาพจะมีค่าเฉลี่ยคะแนนสูงมาก รองลงมาคือผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ตามมาด้วยผู้ที่มีอาชีพที่ไม่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและผู้ที่ไม่ประกอบอาชีพ จะมีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด

## 6.2 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลและทัศนคติ

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของข้อมูลพบว่า ข้อมูลพื้นฐานที่ส่งผลต่อทัศนคติ คือเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ โดยในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงจะมีคะแนนเฉลี่ยที่สูงกว่าเพศชาย ในส่วนของระดับการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและต่ำกว่าปริญญาตรีจะมีค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด รองลงมาคือผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีและต่ำกว่ามัธยมศึกษาที่ 6 ในส่วนของอาชีพพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน นักศึกษาจะมีคะแนนเฉลี่ยที่สูงที่สุด รองลงมาคือผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ไม่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและไม่ประกอบอาชีพ มีคะแนนเฉลี่ยต่างกันเพียงเล็กน้อย

## 6.3 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้อาหารเสริมบำรุงผิว

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของข้อมูลพบว่า ข้อมูลพื้นฐานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้อาหารเสริมบำรุงผิว คือเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ โดยในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงจะมีคะแนนเฉลี่ยที่สูงกว่าเพศชาย ในส่วนของระดับการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจะมีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี รองลงมาอีกคือผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีและต่ำที่สุดคือผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 ในส่วนของอาชีพพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน นักศึกษาจะมีคะแนนเฉลี่ยที่สูงที่สุด รองลงมาคือผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพที่ไม่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและไม่ประกอบอาชีพ ต่ำที่สุดคือผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ

## 6.4 สรุปรวมความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลที่มีผลต่อความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้อาหารเสริมบำรุงผิว

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้อาหารเสริมบำรุงผิว คือเพศ เป็นปัจจัยที่เห็นได้ชัดเจนที่สุด จากการศึกษาพบว่าเพศหญิงมีความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้อาหารเสริมบำรุงผิวที่มากกว่าเพศชาย เนื่องจากเพศหญิงโดยธรรมชาติมีความรักสวยรักงามมากกว่าผู้ชาย จึงส่งผลให้เพศหญิงมีความ

ต้องการที่จะใช้อาหารเสริมบำรุงผิว จึงส่งผลให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับอาหารเสริมบำรุงผิว และความรู้ส่งผลต่อทัศนคติที่ดีต่ออาหารเสริมบำรุงผิว และส่งผลทำให้มีพฤติกรรมการใช้อาหารเสริมบำรุงผิวมากกว่าผู้ชาย

ระดับการศึกษาเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้อย่างชัดเจนที่สุดโดยผู้ตอบแบบสอบถามยังมีระดับการศึกษาที่มากจะมีความรู้ที่มากตามไปด้วย ในด้านของทัศนคติจะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและต่ำกว่าปริญญาตรีจะมีทัศนคติที่ดีกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีและต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 อย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้การที่ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีทัศนคติที่น้อย ทั้งที่มีความรู้ที่มากนั้นอาจเกิดจาก ประชากรกลุ่มนี้มีความรู้และคิดว่าผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงผิวนั้นเป็นสิ่งไม่จำเป็น เพราะสามารถรับประทานอาหารให้ครบห้าหมู่ทดแทนได้ จึงทำให้ประชากรกลุ่มนี้มีความเชื่อและทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงผิวที่น้อย ในด้านของพฤติกรรมการใช้อาหารเสริมบำรุงผิว ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในระดับปริญญาตรีจะมีพฤติกรรมการใช้มากที่สุด เนื่องจากเป็นวัยที่รักสวยรักงามและมีความรู้ที่ดี ทำให้มีความสนใจที่จะใช้มากที่สุด รองลงมาคือระดับต่ำกว่าปริญญาตรีที่อยู่ในช่วงวัยที่เริ่มสนใจความงาม ตามด้วยระดับสูงกว่าปริญญาตรีและต่ำที่สุดคือต่ำกว่ามัธยมศึกษาที่ 6 จากการที่ผู้ตอบแบบสอบถามระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงผิวที่น้อย ทั้งที่มีความรู้มาก อาจเกิดจากการมีทัศนคติที่น้อย และทัศนคติเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมมากกว่าความรู้ จึงทำให้มีพฤติกรรมการใช้อาหารเสริมบำรุงผิวที่น้อยตามไปด้วย

อาชีพเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ตามสายอาชีพที่เรียน โดยอาชีพที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพจะมีความรู้มากที่สุด รองลงมาคือ อาชีพนักเรียน นักศึกษา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักเรียน นักศึกษาเป็นช่วงวัยที่รักสวยรักงาม มีความสนใจและศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงผิว จึงเป็นเหตุให้ความรู้รองลงมา ตามมาด้วยอาชีพอื่น ๆ และต่ำสุดคือไม่ประกอบอาชีพ แต่หากพิจารณาในด้านทัศนคติจะพบว่า อาชีพนักเรียน นักศึกษามีทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงผิวมากที่สุด มากกว่าอาชีพที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ อาจเป็นเพราะอาชีพนักเรียน นักศึกษา มีความเชื่อในการใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงผิวและสื่อในโลกออนไลน์มากกว่าอาชีพที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ จึงเป็นเหตุผลให้อาชีพนักเรียน นักศึกษานี้



มีทัศนคติที่มากกว่าอาชีพที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ รองลงมาคือไม่ประกอบอาชีพ และน้อยที่สุดคือมีอาชีพที่ไม่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ อาจเห็นได้ว่าความรู้เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติโดยตรงก็ได้ ในส่วนของพฤติกรรมจะพบว่านักเรียน นักศึกษา มีพฤติกรรมการใช้อาหารเสริมบำรุงผลที่มากที่สุดจากการที่มีความรู้และทัศนคติที่ดี และเป็นอาชีพที่อยู่ในวัยที่รักสวยรักงามที่สุดอีกด้วย รองลงมาคืออาชีพที่ไม่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและไม่ประกอบอาชีพ และพบว่าอาชีพที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพจะมีพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงผิวที่ น้อย อาจเป็นเพราะ ประชากรกลุ่มนี้มีความรู้และคิดว่า ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงผิวนั้นเป็นสิ่งไม่จำเป็น เพราะสามารถรับประทานอาหารให้ครบห้าหมู่ทดแทนได้ จึงทำให้มีพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงผิวที่น้อย

## 7. สรุปผลการวิจัย

จากสมมติฐาน

- 7.1 มีผู้บริโภคในโลกออนไลน์ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 และต่ำกว่าปริญญาตรีที่ขาดความรู้ต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงผิวที่ไม่ถูกต้อง
- 7.2 ผู้บริโภคในโลกออนไลน์ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 และสูงกว่าปริญญาตรีมีทัศนคติที่ไม่เหมาะสมต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงผิว
- 7.3 ผู้บริโภคในโลกออนไลน์ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 เท่านั้นที่มีพฤติกรรมการใช้อาหารเสริมบำรุงผิวที่ไม่เหมาะสม
- 7.4 อายุและรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงผิว
- 7.5 เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ความรู้ ทัศนคติ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้และการเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงผิว

## 8. การนำไปใช้

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลถึงพฤติกรรมการใช้อาหารเสริมบำรุงผิวพบว่า ความรู้มีผลอย่างมีนัยสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้อาหารเสริมบำรุงผิว ดังนั้นเภสัชกรยังคงมีบทบาทสำคัญในการให้ความรู้แก่ผู้บริโภค และจากการวิจัยพบว่าทัศนคติมีผลต่อพฤติกรรมการใช้อาหารเสริมบำรุงผิวมากกว่าความรู้ ดังนั้นการสร้างทัศนคติที่ดีต่อผู้บริโภคก็เป็นอีกบทบาทสำคัญที่เภสัชกรสามารถทำได้ จากแบบสอบถามพบว่าร้านขายยา ยังคงเป็นตัวเลือกที่ผู้บริโภคเชื่อถือในการเลือกซื้ออาหารเสริมบำรุงผิว มากกว่าซื้อในโลกออนไลน์ และเชื่อถือข้อมูลจากเภสัชกรแม้ว่าในปัจจุบันจะมีข้อมูลในโลกออนไลน์ที่มากมายก็ตาม ดังนั้นการสร้างเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งสำคัญ แต่เชื่อว่าผู้บริโภคทุกคนจะสามารถเดินทางไปพบเภสัชกรทุกครั้งที่ต้องการได้ โลกออนไลน์จึงเป็นทางเลือกที่ดีที่จะสามารถให้ความรู้ และสร้างทัศนคติที่ดีแก่ผู้บริโภคได้ ซึ่งในปัจจุบันได้มีศูนย์ให้ความรู้เกี่ยวกับยาจากเภสัชกรตลอด 24 ชั่วโมงแล้วแต่เป็นในรูปแบบโทรศัพท์ซึ่งผู้บริโภคอาจเข้าถึงยาก ดังนั้นการใช้สื่อโซเชียลมีเดียอื่น ๆ (เช่น เฟสบุ๊คหรือไลน์) อาจเป็นตัวเลือกที่ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่ายกว่า และในส่วนขององค์กรทางด้านเภสัชกรรมก็ควรส่งเสริมให้เภสัชกรมีบทบาทในการให้ความรู้แก่ผู้บริโภคมากขึ้น หน่วยงานภาครัฐควรมีการส่งเสริมการให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้อาหารเสริมบำรุงผิวให้กับประชาชนโดยอาจใช้ร้านยาเป็นแหล่งให้ข้อมูลหรือคำปรึกษากับชุมชนเพื่อเป็นการสร้างความรู้และทัศนคติที่ดีแก่ผู้บริโภค

## 9. ข้อจำกัดงานวิจัย

แบบสอบถามได้มีการระบุว่าเป็นอาสาสมัคร นักเรียน นักศึกษาแต่ไม่มีการแบ่งเป็น นักเรียน นักศึกษาที่มีสายการเรียนที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ และนักเรียน นักศึกษาที่มีสายการเรียนที่ไม่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ทำให้คะแนนความรู้ที่ออกมาอาจมีสูงมากกว่าปกติและอาจทำให้ผลการวิจัยคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริงไปได้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยปริญญาตรีและอาชีพ นักเรียนนักศึกษาจึงทำให้ผลการวิจัยคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริงไปได้

## 10. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

ควรเพิ่มตัวเลือกในหมวดอาชีพจากนักเรียน นักศึกษาเป็นนักเรียน นักศึกษาที่มีสายการเรียนที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและนักเรียน นักศึกษาที่มีสายการเรียนที่ไม่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ

ควรเพิ่มจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม และการกระจายแบบสอบถามให้ครอบคลุมทุกช่วงอายุ



### เอกสารอ้างอิง

1. Schwarzl S, Grabowska M. Online marketing strategies: the future is here. *Journal of International Studies*. 2015;8(2):187-96.
2. Badran IG. Knowledge, attitude and practice the three pillars of excellence and wisdom: a place in the medical profession.
3. Vandamme E. Concepts and challenges in the use of knowledge-attitude-practice surveys: Literature review. Department of Animal Health. Institute of Tropical Medicine. 2009; 1:1-7.
4. Kaliyaperumal KI. Guideline for conducting a knowledge, attitude and practice (KAP) study. *AECS illumination*. 2004 Jan; 4(1):7-9.
5. Cleland J. A critique of KAP studies and some suggestions for their improvement. *Studies in Family Planning*. 1973 Feb 1; 4(2):42-7.
6. Launiala A. How much can a KAP survey tell us about people's knowledge, attitudes and practices? Some observations from medical anthropology research on malaria in pregnancy in Malawi. *Anthropology Matters*. 2009;11(1).
7. Cosgrove MC, Franco OH, Granger SP, Murray PG, Mayes AE. Dietary nutrient intakes and skin-aging appearance among middle-aged American women. *The American journal of clinical nutrition*. 2007 Oct 1;86(4):1225-31.
8. Guillou S, Ghabri S, Jannot C, Gaillard E, Lamour I, Boisnic S. The moisturizing effect of a wheat extract food supplement on women's skin: a randomized, double-blind placebo-controlled trial. *International journal of cosmetic science*. 2011 Apr;33(2):138-43.
9. Hughes-Formella B, Wunderlich O, Williams R. Anti-inflammatory and skin-hydrating properties of a dietary supplement and topical formulations containing oligomeric proanthocyanidins. *Skin pharmacology and physiology*. 2007;20(1):43-9.
10. Hu SP. Health beliefs and supplement use: adults in Taipei area. *Nutrition Research*. 1995 Sep 1;15(9):1277-85.
11. McDonald DD, Nicholson NR. Dietary supplement information and intention to continue and recommend supplements. *International journal of nursing studies*. 2006 Jan 1;43(1):51-7.

12. Eldridge AL, Sheehan ET. Food supplement use and related beliefs: survey of community college students. *Journal of Nutrition Education*. 1994 Nov 1;26(6):259-65.
13. Engels Y, van Assema P, Dorant E, Lechner L. Factors associated with the intention to use vitamin D supplements: quantitative study among a sample of elderly people in a medium-sized town in the Netherlands. *Journal of nutrition education*. 2001 May 1;33(3):134-42.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก  
เอกสารการขอจริยธรรม



ใบรับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย  
เอกสารข้อมูลคำอธิบายสำหรับผู้เข้าร่วมการวิจัยและยินยอม

หมายเลขข้อเสนอการวิจัย ๔/๒๕๖๒

(งบประมาณประจำปี ๒๕๖๒)

ข้อเสนอการวิจัยนี้และเอกสารประกอบของข้อเสนอการวิจัยตามรายการแสดงด้านล่าง  
ได้รับการพิจารณาจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย  
บูรพาแล้ว คณะกรรมการฯ มีความเห็นว่าข้อเสนอการวิจัยที่จะดำเนินการมีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรม  
สากล ตลอดจนกฎหมาย ข้อบังคับ

ชื่อข้อเสนอโครงการวิจัย : การประเมินความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรม การใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร  
เพื่อบำรุงผิวของผู้บริโภคในโลกออนไลน์ ในประเทศไทย

สถาบันที่สังกัด : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้วิจัย : นสภ.สิริวิชญ์ แสงวิโรจนากุล  
นสภ.ธนัช ชัยจินดารัตน์  
นสภ.ชญาณิชฐ์ สุชาภา

ลงนาม

(ศาสตราจารย์ ดร.ณัฐฉิณี ธีรกุลกิตติพงศ์)

ประธานคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

หมายเลขรับรอง : ๔/๒๕๖๒

วันที่ให้การรับรอง : วันที่ ๗ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๒

วันหมดอายุรับรอง : วันที่ ๗ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๓



ภาคผนวก ข  
แบบรายงานสรุปผลการวิจัย



## แบบรายงานสรุปผลการวิจัย (Final Report)

รหัสโครงการ 4/2562

**โครงการวิจัยเรื่อง:** การประเมินความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม การใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อ  
บำรุงผิวผู้บริโภคในโลกออนไลน์ ในประเทศไทย

**ชื่อหัวหน้าโครงการวิจัย:** นายสิริวิษณุ แสงวีโรจนากุล **ส่วนงาน:** คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัย  
บูรพา

### ข้อมูลสรุปเกี่ยวกับผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย:

|   |        |
|---|--------|
| จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยตามทีระบุต่อคณะกรรมการฯ           | 454 คน |
| จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยทั้งหมด                           | 422 คน |
| จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยทั้งหมดที่ไม่ผ่านการคัดกรอง       | 32 คน  |
| จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยทั้งหมดที่ถอนตัว                  | 0 คน   |
| จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยทั้งหมดที่เสียชีวิต               | 0 คน   |
| จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยทั้งหมดที่อยู่จนงานวิจัยเสร็จสิ้น | 422 คน |

### ข้อมูลสรุปเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์

|  |      |
|--|------|
| จำนวนผู้ร่วมโครงการวิจัยทั้งหมดที่ได้รับเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์  | 0 คน |
| จำนวนผู้ร่วมโครงการวิจัยในประเทศไทยทั้งหมดที่ได้รับเหตุการณ์ที่สงสัยว่าจะเป็นเหตุการณ์ไม่พึง<br>ประสงค์ ชนิดร้ายแรงและไม่คาดคิดมาก่อน    | 0 คน |
| จำนวนผู้ร่วมโครงการวิจัยในต่างประเทศ (ถ้ามี) ที่ได้รับเหตุการณ์ที่สงสัยว่าจะเป็นเหตุการณ์ไม่พึง<br>ประสงค์ ชนิดร้ายแรงและไม่คาดคิดมาก่อน | 0 คน |

มีรายงานการเบี่ยงเบนหรือไม่ปฏิบัติตามโครงการวิจัยที่ได้รับการรับรองเกิดขึ้นระหว่างการทำ  
วิจัยหรือไม่

ไม่

มี (โปรดแนบเอกสารการรายงาน)

มีรายงานการร้องเรียนหรือมีหนังสือตักเตือนต่อการทำวิจัยหรือตัวนักวิจัยระหว่างการทำวิจัย

หรือไม่

ไม่

มี (โปรดแนบเอกสารการรายงาน)

ผลประโยชน์หรือผลกระทบเชิงลบต่ออาสาสมัครหลังเสร็จสิ้นการวิจัยหรือไม่

ไม่

มี (โปรดแนบเอกสารการรายงาน)

สรุปผลการวิจัย (หรือแบบบทคัดย่อ)

ตั้งเอกสารรายงานที่แนบมา

ลงนาม .....

(.....)

วันที่ .....

ภาคผนวก ค  
รายงานสรุปการเงิน

## รายงานสรุปการเงิน

โครงการวิจัยประเภทงบประมาณเงินรายได้คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ประจำปี งบประมาณ พ.ศ.2562 มหาวิทยาลัยบูรพา

ชื่อโครงการ การประเมินความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรม การใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว  
ของผู้บริโภคในโลกออนไลน์ ในประเทศไทย

ชื่อหัวหน้าโครงการวิจัยผู้รับทุน นายสิริวิชัย แสงวิโรจนากุล

รายงานในช่วงตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2562 วันที่สิ้นสุด 30 พฤศจิกายน 2562

ระยะเวลาดำเนินการ 9 เดือน

### รายรับ

จำนวนเงินที่ได้รับ (100%) 9,000 บาท

### รายจ่าย

| รายการ                     | รายละเอียด                               | งบประมาณ<br>ที่ตั้งไว้ | งบประมาณที่ใช้<br>จริง | จำนวนเงินคง<br>เหลือเกิน |
|----------------------------|--|------------------------|------------------------|--------------------------|
| งบดำเนินการ<br>: ค่าวัสดุ  | - ค่ากระดาษและวัสดุ<br>สำนักงาน          | 500                    | 500                    | 0                        |
|                            | -ค่าสิ่งตอบแทนผู้ตอบ<br>แบบสอบถาม        | 3000                   | 2500                   | 500                      |
| งบดำเนินการ<br>: ค่าใช้สอย | -ค่าจัดทำแบบสอบถาม<br>บนสื่อออนไลน์      | 2500                   | 3000                   | -500                     |
|                            | -ค่าจัดทำโปสเตอร์                        | 500                    | 300                    | 200                      |
|                            | -ค่าโปรโมท<br>แบบสอบถามบนสื่อ<br>ออนไลน์ | 500                    | 700                    | -200                     |
|                            | -ค่าจัดทำรูปเล่ม<br>รายงาน               | 500                    | 500                    | 0                        |
|                            | -ค่าลงทะเบียนนำเสนอ                      | 1500                   | 1500                   | 0                        |
| รวม                        |  | 9000                   | 9000                   | 0                        |

(.....)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัย

ภาคผนวก ง  
เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย

**เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย**  
**(Participant Information Sheet)**

**โครงการวิจัยเรื่อง** การประเมินความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรม การใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อ บำรุงผิวของผู้บริโภคในโลกออนไลน์ ในประเทศไทย

**เรียน** ผู้ร่วมโครงการวิจัย

ข้าพเจ้า นายสิริวิชญ์ แสงวีโรจนากุล นิสิตคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ขอเรียน เชิญท่านเข้าร่วมโครงการวิจัย การประเมินความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรม การใช้ผลิตภัณฑ์เสริม อาหารเพื่อบำรุงผิวของผู้บริโภคในโลกออนไลน์ ในประเทศไทย โดยมีรายละเอียดของโครงการวิจัย ดังนี้

โครงการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและประเมินถึงความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมของ ผู้บริโภคต่ออาหารเสริมบำรุงผิวรวมถึง การใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงผิวของผู้บริโภค หากท่าน ยินยอมที่จะเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยจะขอความร่วมมือให้ท่านตอบแบบสอบถามของการ วิจัย ซึ่งจะใช้เวลาประมาณ ๑๕ นาที

การเข้าร่วมตอบแบบสอบถามนี้เป็นไปด้วยความสมัครใจ ท่านสามารถปฏิเสธที่จะเข้าร่วม หรือถอนตัวจากการศึกษานี้ได้ทุกเมื่อโดยไม่มีผลกระทบต่อการศึกษาและการรับบริการที่ท่านพึง ได้รับความรู้ถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารเสริมบำรุงผิวในปัจจุบันโดยการใช้สื่อออนไลน์และนำ ความรู้ที่ได้จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่ออาหารเสริมบำรุงผิวไปใช้ต่อยอดได้ จะใช้เพื่อ วัตถุประสงค์ทางวิชาการเท่านั้น โดยข้อมูลต่าง ๆ ของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ การนำเสนอ ข้อมูลจะเป็นภาพรวม ทั้งนี้ข้อมูลจะถูกเก็บไว้เป็นเวลา 3 ปี หลังการเผยแพร่ผลการวิจัยและจะถูก นำไปทำลายหลังจากนั้น

หากท่านมีคำถามหรือข้อสงสัยประการใดท่านสามารถติดต่อข้าพเจ้า นายสิริวิชญ์ แสงวีโรจนากุล นิสิตคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา โทรศัพท์มือถือหมายเลข ๐๘๖-๐๖๖๗๒๒๗

ข้าพเจ้ายินดีตอบคำถามและข้อสงสัยของท่านทุกเมื่อ เมื่อท่านพิจารณาแล้วเห็นสมควรเข้า ร่วมในการวิจัยนี้แล้วขอความกรุณาลงนามในใบยินยอมร่วมโครงการที่แนบมาด้วยนี้ และ ขอขอบพระคุณในความร่วมมือของท่านมา ณ ที่นี้

ลงชื่อ .....

(นายสิริวิชญ์ แสงวีโรจนากุล)

หัวหน้าโครงการวิจัย

ภาคผนวก จ

เอกสารแบบแสดงความยินยอมของอาสาสมัครเข้าร่วมการวิจัย



## เอกสารแบบแสดงความยินยอม ของอาสาสมัครเข้าร่วมการวิจัย (Consent Form)

**โครงการวิจัยเรื่อง** การประเมินความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรม การใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อ  
บำรุงผิวของผู้บริโภคในโลกออนไลน์ ในประเทศไทย

**ให้คำยินยอม** วันที่ 20 เดือน มีนาคม พ.ศ 2562

ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมเข้าร่วมเป็นกลุ่มตัวอย่างหรืออาสาสมัครในโครงการวิจัยนี้  
ข้าพเจ้าได้รับ การอธิบายถึงวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย วิธีการวิจัย และรายละเอียดต่างๆ ตามที่  
ระบุในเอกสารข้อมูลสำหรับผู้ร่วมโครงการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ให้ไว้แก่ข้าพเจ้า และข้าพเจ้าเข้าใจ  
คำอธิบายดังกล่าวครบถ้วนเป็นอย่างดีแล้ว

ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยเกี่ยวกับการวิจัยนี้ด้วยความเต็มใจ และ  
ไม่ปิดบัง ซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ

ข้าพเจ้าเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ด้วยความสมัครใจ และมีสิทธิที่จะบอกเลิกการเข้าร่วม  
โครงการวิจัยนี้ เมื่อใดก็ได้ การบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนี้ไม่มีผลกระทบต่อการรักษาพยาบาลที่  
ข้าพเจ้าจะพึงได้รับในปัจจุบันและในอนาคต

ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยได้เฉพาะใน  
รูปที่เป็นสรุปผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลของข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับ  
อนุญาตจากข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้วมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้  
ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม .....ผู้ยินยอม

(.....)

ลงนาม .....พยาน

(.....)

ลงนาม .....ผู้ทำวิจัย

(.....)

ภาคผนวก ฉ  
แบบสอบถาม



## แบบสอบถามงานวิจัย

### เรื่อง การประเมินความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม

การใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิวของผู้บริโภคในโลกออนไลน์ ในประเทศไทย

### คำชี้แจงสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม

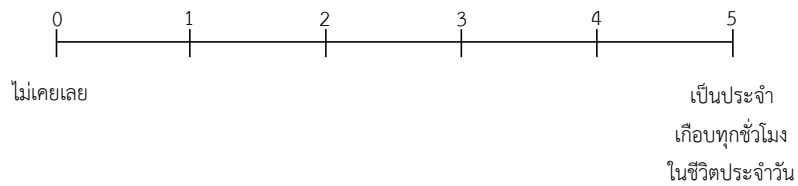
- 1 แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งตามหลักสูตรเภสัชศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจข้อมูลพื้นฐาน ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม ของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิวในโลกออนไลน์ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิวในประเทศไทย และเป็นแนวทางในการเสริมสร้างความตระหนักรู้และแก้ไขพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิวของผู้บริโภคในโลกออนไลน์ ในประเทศไทย โดยได้รับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย จาก คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา  
รหัสโครงการวิจัย : 4/2562
- 2 แบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 50 ข้อ แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้
  - ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล
  - ส่วนที่ 2 ความรู้ต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว
  - ส่วนที่ 3 ทักษะต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว
  - ส่วนที่ 4 พฤติกรรมต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว
- 3 ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับทราบข้อมูลการเก็บข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้ โดย เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย ตามเอกสารแนบ
- 4 ผู้ตอบแบบสอบถามยินดีเข้าร่วมการตอบแบบสอบถามเพื่อทำการวิจัยในครั้งนี้ และสามารถยกเลิกการตอบแบบสอบถามได้ทันทีที่ร้องขอ โดยไม่มีผลต่อการเข้ารับบริการ
  - ยินดีเข้าร่วมการวิจัยและตอบแบบสอบถาม
  - ไม่ยินดีเข้าร่วมการวิจัย

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  ที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่าน หรือเติม

ข้อความลงในช่องว่างที่กำหนด

1. เพศ  ชาย  หญิง  ไม่ประสงค์ให้ข้อมูล
2. อายุ.....ปี
3. ระดับการศึกษาสูงสุด
  - ต่ำกว่าชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6/ อาชีวะศึกษา หรือ ไม่ได้ศึกษา
  - มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือ อาชีวะศึกษา (ปวช./ปวส.)
  - ปริญญาตรี
  - สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ .....
5. รายได้โดยประมาณต่อเดือน ..... บาท
6. ท่านใช้สื่อออนไลน์เช่น Facebook Instagram Line Internet บ่อยครั้งเพียงใด ต่อวัน



ส่วนที่ 2 ความรู้ต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ข้อที่ถูกที่สุด ตามความเข้าใจของท่าน

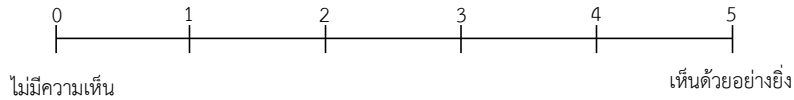
7. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวไม่สามารถทดแทนการรับประทานอาหารมื้อหลักให้ครบ 5 หมู่ได้  
 ใช่       ไม่ใช่       ไม่แน่ใจ
8. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวทุกชนิด ควรเก็บไว้ในตู้เย็น  
 ใช่       ไม่ใช่       ไม่แน่ใจ
9. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวทุกชนิด ต้องมีเลข อ.ย  
 ใช่       ไม่ใช่       ไม่แน่ใจ
10. หญิงตั้งครรภ์สามารถใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวทุกชนิดได้  
 ใช่       ไม่ใช่       ไม่แน่ใจ
11. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว อาจมีผลข้างเคียงกับยาที่ใช้ในการรักษาโรคได้  
 ใช่       ไม่ใช่       ไม่แน่ใจ
12. ผู้บริโภคอาจมีการแพ้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวได้ เช่นเดียวกับการแพ้อาหาร  
 ใช่       ไม่ใช่       ไม่แน่ใจ
13. วิตามินซี พบได้ในอาหารทุกชนิด  
 ใช่       ไม่ใช่       ไม่แน่ใจ
14. วิตามินซี มีสรรพคุณในการช่วยต้านอนุมูลอิสระ ให้ผิวกระจ่างใส  
 ใช่       ไม่ใช่       ไม่แน่ใจ
15. ร่างกายมนุษย์สามารถผลิตคอลลาเจนได้เอง  
 ใช่       ไม่ใช่       ไม่แน่ใจ
16. สารสกัดจากเมล็ดองุ่น ช่วยให้ร่างกายสร้างคอลลาเจนใต้ชั้นผิวหนังได้ดีขึ้น  
 ใช่       ไม่ใช่       ไม่แน่ใจ
17. สารสกัดจากเมล็ดองุ่น มีสรรพคุณ ในการต้านอนุมูลอิสระได้  
 ใช่       ไม่ใช่       ไม่แน่ใจ
18. การรับประทานอาหารบางชนิด เช่น ถั่วเหลือง ช่วยให้ร่างกายผลิตคอลลาเจนได้มากขึ้น  
 ใช่       ไม่ใช่       ไม่แน่ใจ
19. สังกะสี ช่วยบำรุงผิว และบรรเทาอาการอักเสบของผิว  
 ใช่       ไม่ใช่       ไม่แน่ใจ

ส่วนที่ 3 ทักษะคิดต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว

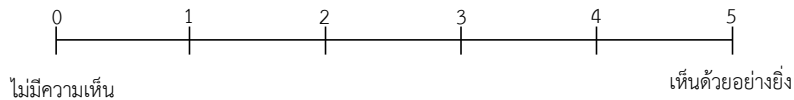
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ในช่องระดับคะแนนที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดย คะแนนต่ำสุด 0 หมายถึง ไม่มีความเห็น และ คะแนนสูงสุดคือ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

20. การรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว ทำให้ผิวพรรณดีขึ้นได้



21. การรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว มีความปลอดภัยมากกว่าการดูแลผิวพรรณด้วยวิธีอื่นๆ



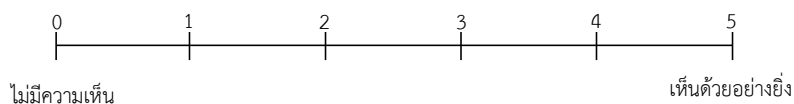
22. การรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว มีความจำเป็นในชีวิตประจำวัน



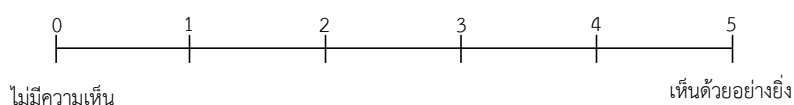
23. เลข อย. ในผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว สร้างความมั่นใจด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์



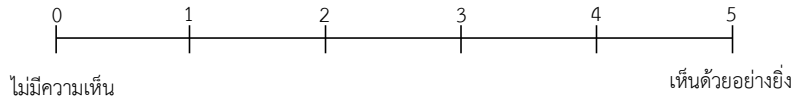
24. ฉลากส่วนประกอบบนผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว มีความจำเป็นต่อการบริโภค



25. ท่านสามารถซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากสื่อออนไลน์ได้สะดวก



26. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากสื่อออนไลน์มีราคาเหมาะสม



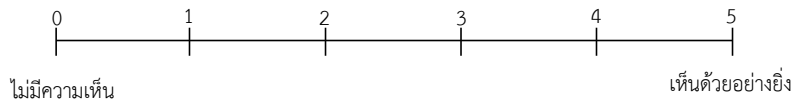
27. ข้อมูลผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวในสื่อออนไลน์มีความน่าเชื่อถือ และถูกต้อง



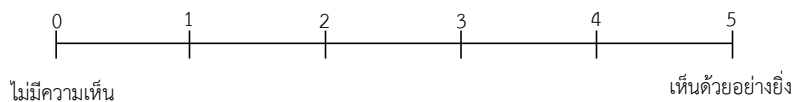
28. การโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวในสื่อออนไลน์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์



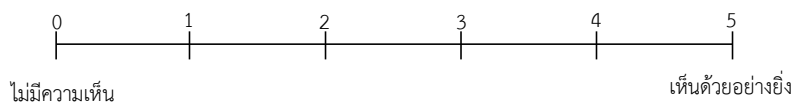
29. การซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากสื่อออนไลน์มีความน่าเชื่อถือ ปลอดภัย



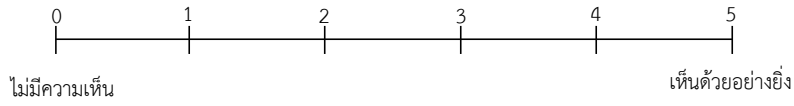
30. ท่านสามารถซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากร้านขายยาได้สะดวก



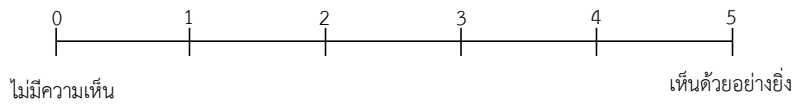
31. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวในร้านขายยามีราคาเหมาะสม



32. ข้อมูลผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว จากเภสัชกร มีความน่าเชื่อถือ และถูกต้อง



33. คำแนะนำผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากเภสัชกร หรือ พนักงานในร้านยา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์



34. การซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากร้านขายยามีความน่าเชื่อถือ ปลอดภัย



ส่วนที่ 4 พฤติกรรมต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ในช่องระดับคะแนนที่ตรงกับพฤติกรรมของท่าน

โดย คะแนนต่ำสุด 0 หมายถึง ไม่เคยปฏิบัติ และ คะแนนสูงสุดคือ 5 หมายถึง ปฏิบัติทุกครั้ง

35. ฉันทรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว เพื่อให้ผิวพรรณดีขึ้น

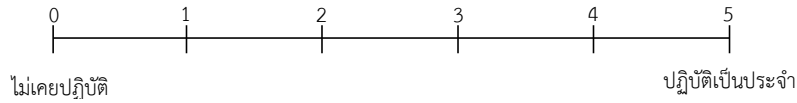


36. ฉันทรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว เป็นประจำ

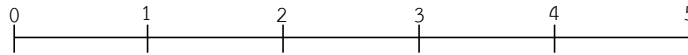




37. ฉันรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว มากกว่าการดูแลผิวพรรณด้วยวิธีอื่นๆ



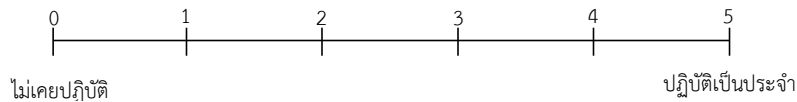
38. ฉันสังเกตเลข อ.ย. ในผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว ก่อนเลือกซื้อ



39. ฉันอ่านฉลากส่วนประกอบบนผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว ก่อนเลือกซื้อ



40. ฉันซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากสื่อออนไลน์



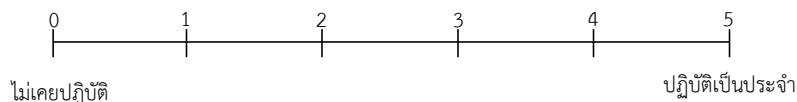
41. ฉันซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากสื่อออนไลน์เพราะราคาเหมาะสม



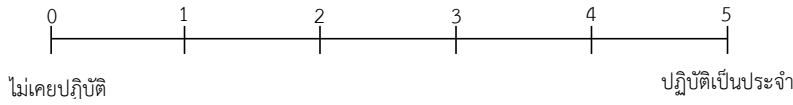
42. ฉันซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวเพราะการโฆษณาในสื่อออนไลน์



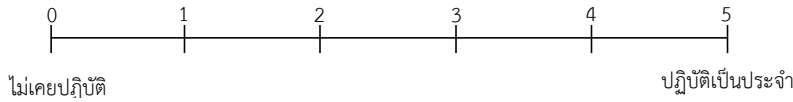
43. ฉันซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากสื่อออนไลน์ เพราะความน่าเชื่อถือ



44. ฉันหาข้อมูลผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวในสื่อออนไลน์



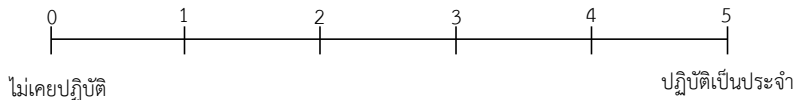
45. ฉันซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากร้านขายยา



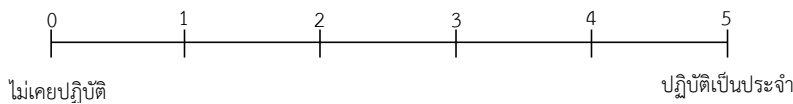
46. ฉันซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากร้านขายยาเพราะราคาเหมาะสม



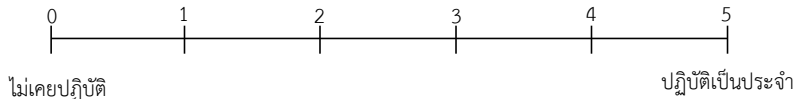
47. ฉันซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากร้านยา เพราะคำแนะนำของเภสัชกร หรือ พนักงานในร้านขายยา



48. ฉันซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากร้านยา เพราะความน่าเชื่อถือ



49. ฉันถามข้อมูลผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากแพทย์ หรือ เภสัชกร



50. ฉันแนะนำผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิวจากเว็บไซต์บนโลกออนไลน์ ให้เพื่อนหรือ คนในครอบครัว เมื่อฉันใช้แล้วรู้สึกได้ผล



ขอขอบคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถามงานวิจัย

ภาคผนวก ช

เอกสารแบบประเมิน Index of item objective congruence

การประเมิน Index of item objective congruence (IOC) ของแบบสอบถาม  
งานวิจัย เรื่อง การประเมินความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม การใช้ผลิตภัณฑ์เสริม  
อาหารเพื่อบำรุงผิวของผู้บริโภคในโลกออนไลน์ ในประเทศไทย

จากการทำแบบสอบถามโครงร่างงานวิจัยเรื่อง การประเมินความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม  
การใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิวของผู้บริโภคในโลกออนไลน์ ในประเทศไทย ได้มีการทำการ  
ประเมิน Index of item objective congruence (IOC) โดยให้ ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน คือ ญ.อ.สุธา  
บตีม่วงมี ภก.ดร.กฤตภาส กังวานรัตน์กุล และ ญ.ดร.ธนิกานต์ แสงน้อม ตรวจสอบแบบสอบถาม พบว่า  
ค่า IOC ของแบบสอบถามมีค่า 0.9775 ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ที่มาตราฐานกำหนด

| ข้อ | คำถามในแบบสอบถาม   | ท่านที่ 1 | ท่านที่ 2 | ท่านที่ 3 | ค่าเฉลี่ย |
|-----|--|-----------|-----------|-----------|-----------|
|     | ความรู้ต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว                           |           |           |           |           |
| 7   | ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวไม่สามารถทดแทนการรับประทานอาหารมื้อหลักให้ครบ 5 หมู่ได้ | 1         | 1         | 0         | 0.67      |
| 8   | ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวทุกชนิด ควรเก็บไว้ในตู้เย็น                             | 1         | 1         | 1         | 1.00      |
| 9   | ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวทุกชนิด ต้องมีเลข อย                                    | 1         | 1         | 1         | 1.00      |
| 10  | หญิงตั้งครรภ์สามารถใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวทุกชนิดได้                        | 1         | 1         | 1         | 1.00      |
| 11  | ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว อาจมีผลข้างเคียงกับยาที่ใช้ในการรักษาโรคได้            | 1         | 1         | 1         | 1.00      |
| 12  | ผู้บริโภคอาจมีการแพ้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวได้ เช่นเดียวกับการแพ้อาหาร         | 1         | 1         | 1         | 1.00      |
| 13  | วิตามินซี พบได้ในอาหารทุกชนิด  | 1         | 1         | 0         | 0.67      |
| 14  | วิตามินซี มีสรรพคุณในการช่วยต้านอนุมูลอิสระ ให้ผิวกระจ่างใส                        | 1         | 1         | 1         | 1.00      |
| 15  | ร่างกายมนุษย์สามารถผลิตคอลลาเจนได้เอง  | 1         | 1         | 1         | 1.00      |
| 16  | สารสกัดจากเมล็ดองุ่น ช่วยให้ร่างกายสร้างคอลลาเจนได้ชั้นผิวหนังได้ดีขึ้น            | 1         | 1         | 1         | 1.00      |
| 17  | สารสกัดจากเมล็ดองุ่น มีสรรพคุณ ในการต้านอนุมูลอิสระได้                             | 1         | 1         | 1         | 1.00      |
| 18  | การรับประทานอาหารบางชนิด เช่น ถั่วเหลือง ช่วยให้ร่างกายผลิตคอลลาเจนได้มากขึ้น      | 1         | 1         | 1         | 1.00      |
| 19  | สังกะสี ช่วยบำรุงผิว และบรรเทาอาการอักเสบของผิว                                    | 1         | 1         | 1         | 1.00      |

| ข้อ | คำถามในแบบสอบถาม  | ท่านที่<br>1 | ท่านที่<br>2 | ท่านที่<br>3 | ค่าเฉลี่ย |
|-----|---|--------------|--------------|--------------|-----------|
|     | <b>ทัศนคติต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว</b>                                   |              |              |              |           |
| 20  | การรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว ทำให้ผิวพรรณดีขึ้นได้                                     | 1            | 1            | 1            | 1.00      |
| 21  | การรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว มีความปลอดภัยมากกว่าการดูแลผิวพรรณด้วยวิธีอื่นๆ           | 1            | 1            | 1            | 1.00      |
| 22  | การรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว มีความจำเป็นในชีวิตประจำวัน                               | 0            | 1            | 1            | 0.67      |
| 23  | เลข อ.ย. ในผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว สร้างความมั่นใจด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์                      | 1            | 1            | 1            | 1.00      |
| 24  | ฉลากส่วนประกอบบนผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว มีความจำเป็นต่อการบริโภค                              | 1            | 1            | 1            | 1.00      |
| 25  | ท่านสามารถซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากสื่อออนไลน์ได้สะดวก                                   | 1            | 1            | 1            | 1.00      |
| 26  | ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากสื่อออนไลน์มีราคาเหมาะสม  | 1            | 1            | 1            | 1.00      |
| 27  | ข้อมูลผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวในสื่อออนไลน์มีความน่าเชื่อถือ และถูกต้อง                        | 1            | 1            | 1            | 1.00      |
| 28  | การโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวในสื่อออนไลน์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์                  | 1            | 1            | 1            | 1.00      |
| 29  | การซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากสื่อออนไลน์มีความน่าเชื่อถือ ปลอดภัย                         | 1            | 1            | 1            | 1.00      |
| 30  | ท่านสามารถซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากร้านขายยาได้สะดวก                                     | 1            | 1            | 1            | 1.00      |
| 31  | ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวในร้านขายยามีราคาเหมาะสม   | 1            | 1            | 1            | 1.00      |
| 32  | ข้อมูลผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว จากเภสัชกร มีความน่าเชื่อถือ และถูกต้อง                         |              |              |              |           |
| 33  | คำแนะนำผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากเภสัชกร หรือ พนักงานในร้านยา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ | 1            | 1            | 1            | 1.00      |
| 34  | การซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากร้านขายยามีความน่าเชื่อถือปลอดภัย                            | 1            | 1            | 1            | 1.00      |

|    |  |   |   |   |      |
|----|--|---|---|---|------|
|    | พฤติกรรมต่อการใช้และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว  | 1 | 1 | 1 | 1.00 |
| 35 | ฉันรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว เพื่อให้ผิวพรรณดีขึ้น  | 1 | 1 | 1 | 1.00 |
| 36 | ฉันรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว เป็นประจำ  | 1 | 1 | 1 | 1.00 |
| 37 | ฉันรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว มากกว่าการดูแลผิวพรรณด้วยวิธีอื่นๆ   | 1 | 1 | 1 | 1.00 |
| 38 | ฉันสังเกตเลข อ.ย. ในผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวก่อนเลือกซื้อ   | 1 | 1 | 1 | 1.00 |
| 39 | ฉันอ่านฉลากส่วนประกอบบนผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิว ก่อนเลือกซื้อ   | 1 | 1 | 1 | 1.00 |
| 40 | ฉันซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากสื่อออนไลน์   | 1 | 1 | 1 | 1.00 |
| 41 | ฉันซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากสื่อออนไลน์เพราะราคาเหมาะสม   | 1 | 1 | 1 | 1.00 |
| 42 | ฉันซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวเพราะการโฆษณาในสื่อออนไลน์   | 1 | 1 | 1 | 1.00 |
| 43 | ฉันซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากสื่อออนไลน์ เพราะความน่าเชื่อถือ  | 1 | 1 | 1 | 1.00 |
| 44 | ฉันหาข้อมูลผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวในสื่อออนไลน์  | 1 | 1 | 1 | 1.00 |
| 45 | ฉันซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากร้านขายยา   | 1 | 1 | 1 | 1.00 |
| 46 | ฉันซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากร้านขายยาเพราะราคาเหมาะสม   | 1 | 1 | 1 | 1.00 |
| 47 | ฉันซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากร้านยา เพราะคำแนะนำของเภสัชกร หรือพนักงานในร้านขายยา                            | 1 | 1 | 1 | 1.00 |
| 48 | ฉันซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากร้านยา เพราะความน่าเชื่อถือ   | 1 | 1 | 1 | 1.00 |
| 49 | ฉันถามข้อมูลผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงผิวจากแพทย์ หรือ เภสัชกร   | 1 | 1 | 1 | 1.00 |
| 50 | ฉันแนะนำผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิวจากเว็บไซต์บนโลกออนไลน์ ให้เพื่อนหรือคนในครอบครัว เมื่อฉันใช้แล้วรู้สึกได้ผล | 1 | 1 | 1 | 1.00 |

ภาคผนวก ซ  
อักขรวิสุทธิ

## Plagiarism Checking Report

Created on Nov 24, 2019 at 16:22 PM

### Submission Information

| ID      | SUBMISSION DATE          | SUBMITTED BY          | ORGANIZATION     | FILENAME   | STATUS    | SIMILARITY INDEX |
|---------|--------------------------|-----------------------|------------------|--|-----------|------------------|
| 1449057 | Nov 24, 2019 at 16:22 PM | 58210160@go.buu.ac.th | มหาวิทยาลัยบูรพา | ส่วนที่ 33 Assessment Knowledge, Attitude and Behavior towards Skincare Supplementary of Online Consumers in Thailand.docx | Completed | 0.47 %           |

### Match Overview

| NO. | TITLE   | AUTHOR(S)     | SOURCE           | SIMILARITY INDEX |
|-----|---|---------------|------------------|------------------|
| 1   | ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้าหอผู้ป่วย วัฒนธรรมองค์การแบบสร้างสรรค์กับความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ตามการรับรองพยาบาลประจำการโรงพยาบาล สังกัดกรมแพทยทหารเรือ, Relationships between transformational leadership of head nurses, const | จิงภา เห่งฉาย | มหาวิทยาลัยบูรพา | 0.47 %           |



