

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษา เรื่องพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดพะเยา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 200 คน ซึ่งเป็นผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยนำ ปัจจัยเอื้อ ปัจจัยเสริมกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ในรูปตารางประกอบคำบรรยาย ตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำ ปัจจัยเอื้อ ปัจจัยเสริมกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตาราง 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	64	32.0
หญิง	136	68.0
อายุ		
15 - 25 ปี	25	12.5
26 - 35 ปี	61	30.5
36 - 45 ปี	67	33.5
46 - 55 ปี	21	10.5
56 - 60 ปี	16	8.0
60 ปี ขึ้นไป	10	5.0
อาชีพ		
รับราชการ	77	38.7
รัฐวิสาหกิจ	5	2.5
ค้าขาย	36	18.1
ทำธุรกิจส่วนตัว	20	10.1
รับจ้าง	15	7.5
พนักงานบริษัท	19	9.5
นักเรียน	7	3.5
เกษตรกร	8	3.5
แม่บ้าน	10	5.0
ว่างงาน	3	1.5

ตาราง 6 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
การศึกษา		
ต่ำกว่าประถม	25	12.5
ประถมศึกษา	34	17.0
มัธยมศึกษา	43	21.5
อนุปริญญา	32	16.0
ปริญญาตรี	82	41.0
สูงกว่าปริญญาตรี	3	1.5
ภาวะสุขภาพ		
ตั้งครรภ์	4	2.0
ให้นมบุตร	4	2.0
มีโรคประจำตัว	29	14.6
อยู่ในระยะเจ็บป่วย	1	0.5
อยู่ในระยะพักฟื้น	10	5.1
สุขภาพแข็งแรงเป็นปกติ	150	75.8

จากตาราง 6 เมื่อพิจารณาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง มีรายละเอียดดังนี้

เพศ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง ร้อยละ 68.0 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 32.0

อายุ กลุ่มอายุ 36-45 ปี มีการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสูงสุด ร้อยละ 35.5 รองลงมา เป็นกลุ่มอายุ 26-35 ปี และกลุ่มอายุ 15-25 ปี คิดเป็น ร้อยละ 30.5 และร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

อาชีพ อาชีพรับราชการ มีการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสูงสุด ร้อยละ 38.7 รองลงมาเป็นอาชีพค้าขายและทำธุรกิจส่วนตัว คิดเป็น ร้อยละ 18.1 และร้อยละ 10.1 ตามลำดับ

การศึกษา ระดับปริญญาตรี มีการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสูงสุด คิดเป็น ร้อยละ 41.0 รองลงมาเป็น ระดับมัธยมศึกษา และระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 21.5 และร้อยละ 17.0 ตามลำดับ

ภาวะสุขภาพ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีสุขภาพแข็งแรงเป็นปกติ ร้อยละ 75.8 รองลงมา มีโรคประจำตัว และอยู่ในระยะพักฟื้น คิดเป็นร้อยละ 14.6 และร้อยละ 5.1 ตามลำดับ โรคประจำตัวที่พบ คือ โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน โรคหัวใจ โรคภูมิแพ้ โรคเอดส์

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภค ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการบริโภค ด้านชนิดของผลิตภัณฑ์ ด้านระยะเวลา ด้านลักษณะในการบริโภค ด้านผลการบริโภค ด้านแนวโน้มการบริโภค รวม 5 ด้าน ซึ่งได้นำเสนอตามตาราง 7 ถึง ตาราง 12 ดังนี้

ตาราง 7 จำนวนและร้อยละ ของชนิด ของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่กลุ่มตัวอย่างบริโภค

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
1. แคลเซียม	37	18.5
2. กระเทียม	29	14.5
3. พรินโรสออย	23	11.5
4. นิวทรีไลท์โปรตีน	21	10.5
5. รางนก	20	10.0
6. ชุปไก่	19	9.5
7. น้ำมันปลา	16	8.0
8. นูโลไฟ	14	7.0
9. เส้นใยอาหาร	10	5.0
10. เลซิติน	4	2.0
11. พรุณสกัด	3	1.5
12. อาหารควบคุมน้ำหนัก	2	1.0
13. วิตามินซี	1	0.5
14. คลอโรฟิลล์	1	0.5

จากตาราง 7 แสดงถึงชนิดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่กลุ่มตัวอย่างบริโภค จากการศึกษา กลุ่มตัวอย่างบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทั้งหมด 14 ชนิด พบว่า 5 อันดับสูงสุด ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกบริโภค ได้แก่ ผลิตภัณฑ์แคลเซียม, ผลิตภัณฑ์กระเทียม, ผลิตภัณฑ์พรินโรสออย, ผลิตภัณฑ์นิวทรีไลท์-โปรตีน, ผลิตภัณฑ์รางนก คิดเป็นร้อยละ 18.5, 14.5, 11.5, 10.5 และ 10.0 ตามลำดับ

ตาราง 8 จำนวนและร้อยละ ของระยะเวลาที่บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของกลุ่มตัวอย่าง

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 เดือน	22	11.3
1 - 6 เดือน	68	34.9
6 เดือน- 1ปี	36	18.5
มากกว่า 1ปีขึ้นไป	69	35.4

จากตาราง 8 แสดงถึงระยะเวลาที่บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร พบว่าส่วนใหญ่บริโภคในระยะเวลามากกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.4 รองลงมาเป็นระยะเวลา 1 - 6 เดือน และระยะเวลา 6 เดือนถึง 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.9 และร้อยละ 18.5 ตามลำดับ

ตาราง 9 จำนวนและร้อยละของลักษณะการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง

การบริโภค	จำนวน	ร้อยละ
เป็นประจำทุกวัน	96	48.5
เมื่อเจ็บป่วย หรือ พักฟื้น	17	8.6
ช่วงที่เครียด	6	3.0
ช่วงทำงานหนัก/เล่นกีฬา	10	5.1
ช่วงที่รับประทานอาหารไม่ครบ	14	7.1
5 หมู่		
ช่วงที่อ่อนเพลีย	33	16.7
อื่นๆ	21	10.6

จากตาราง 9 แสดงถึงลักษณะการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง ลักษณะการบริโภคส่วนใหญ่ บริโภคเป็นประจำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 48.5 บริโภคช่วงที่อ่อนเพลีย และอื่นๆ ซึ่งลักษณะการบริโภคไม่สม่ำเสมอ คิดเป็นร้อยละ 16.7 และ ร้อยละ 10.6 ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผลการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง

ผลของการบริโภค	จำนวน	ร้อยละ
ได้ผลเป็นที่พอใจ	139	70.6
เหมือนเดิม ไม่มีการเปลี่ยนแปลง	57	28.9
แย่กว่าเดิม	1	0.5

จากตาราง 10 แสดงถึงผลของการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผลการบริโภค ส่วนใหญ่ให้ผลเป็นที่พอใจ คิดเป็นร้อยละ 70.6 เห็นว่าผลของการบริโภคเหมือนเดิม ไม่มีการเปลี่ยนแปลง คิดเป็นร้อยละ 28.9 และมีเพียงร้อยละ 0.5 เท่านั้น ที่ตอบว่าบริโภคแล้ว แย่กว่าเดิม

ตาราง 11 จำนวนและร้อยละของแนวโน้มการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง

แนวโน้มการบริโภค	จำนวน	ร้อยละ
บริโภคต่อไปแน่นอน	136	68.3
ไม่แน่ใจ	52	26.1
หยุดบริโภค	11	5.5

จากตาราง 11 แสดงถึงแนวโน้มของการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า แนวโน้มที่จะบริโภคต่อไปแน่นอนมีค่อนข้างสูง คิดเป็นร้อยละ 68.3 รองลงมาคือ ยังไม่แน่ใจที่จะบริโภคต่อ หรือหยุดบริโภค คิดเป็นร้อยละ 26.1 และร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ตาราง 12 จำนวนและร้อยละของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารกับลักษณะการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะการบริโภค*						
	ประเภท 1	ประเภท 2	ประเภท 3	ประเภท 4	ประเภท 5	ประเภท 6	ประเภท 7
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน(ร้อย ยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1.แคลเซียม	17(47.2)	2(5.6)	0(0)	3(8.3)	7(19.4)	3(8.3)	3(8.3)
2.กระเทียม	17(60.7)	1(3.6)	0(0)	2(7.1)	0(0)	3(10.7)	5(17.9)
3.พริมโรส	13(5.6)	1(4.3)	2(8.7)	0(0)	1(4.3)	2(8.7)	4(17.4)
4.นิวทรี - ไลทโปรตีน	14(66.7)	1(4.8)	0(0)	0(0)	3(14.3)	3(14.3)	0(0)
5. รังนก	2(10.0)	5(25.0)	3(15.0)	3(15.0)	0(0)	6(30.0)	1(5.0)
6. ชุปไก่	2(10.5)	3(15.8)	0(0)	1(5.3)	2(10.5)	10(52.6)	1(5.3)
7.น้ำมันปลา	8(50.0)	3(18.8)	1(6.3)	1(6.3)	0(0)	1(6.3)	2(12.5)
8. นูโลไฟ	12(85.7)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	1(7.1)	1(7.1)
9. โยอาหาร	5(50.0)	1(10.0)	0(0)	0(0)	1(10.0)	1(10.0)	2(20.0)
10. เลซิดิน	3(75.0)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	1(25.0)	0(0)
11. พรุณสกัด	1(33.3)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	2(66.7)	0(0)
12. อาหาร	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	2(100.0)
ควบคุม น							
13. วิตามินซี	1(100.0)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)
14. คลอโรฟิล	1(100.0)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)
รวม	91(48.5)	17(8.0)	6(3.0)	10(5.1)	14(7.1)	33(16.7)	21(10.6)

- หมายเหตุ* ลักษณะการบริโภคแบ่งเป็น 7 ประเภท ดังนี้
- ประเภท 1 เป็นประจำทุกวัน
 - ประเภท 2 เมื่อเจ็บป่วยหรือพักฟื้น
 - ประเภท 3 ช่วงที่เครียด
 - ประเภท 4 ช่วงเล่นกีฬา ทำงานหนัก
 - ประเภท 5 ช่วงที่รับประทานอาหารไม่ครบ 5 หมู่
 - ประเภท 6 ช่วงที่อ่อนเพลีย
 - ประเภท 7 อื่น ๆ (ไม่สม่ำเสมอ)

จากตาราง 12 แสดงชนิดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารกับลักษณะการบริโภค พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างมีการบริโภคมาก ใน 5 อันดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์แคลเซียม, ผลิตภัณฑ์กระเทียม, ผลิตภัณฑ์พริมโรสออย, ผลิตภัณฑ์นิวทริไลทโปรตีน มีลักษณะการบริโภคเป็นประจำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 47.2, 60.7, 56.5, 66.7 ผลิตภัณฑ์รังนก และ ผลิตภัณฑ์ซูโป้สกัด ส่วนใหญ่บริโภคเมื่อร่างกายอ่อนเพลีย คิดเป็นร้อยละ 30. และ 52.6

ส่วนที่ 3 ปัจจัย และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเข้า ปัจจัยเอื้อ ปัจจัยเสริม กับพฤติกรรม
การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ตาราง 13 จำนวนและร้อยละของปัจจัยเอื้อ ด้านทักษะการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ปัจจัยเอื้อด้านทักษะ	การปฏิบัติ		
	ปฏิบัติทุกครั้ง จำนวน (ร้อยละ)	ปฏิบัติบางครั้ง จำนวน (ร้อยละ)	ไม่เคยปฏิบัติ จำนวน (ร้อยละ)
1. ตรวจสอบดูสารอาหารที่เป็นส่วนประกอบ	145 (72.5)	46 (23.0)	8 (4.0)
2. พิจารณาคุณค่าทางโภชนาการ	139 (69.5)	43 (21.6)	17 (8.5)
3. ตรวจสอบ วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ	160 (80.4)	34 (17.1)	5 (2.5)
4. ตรวจสอบเครื่องหมายอนุญาตจาก อย.	149 (74.9)	40 (20.1)	9 (4.5)
5. อ่านคำเตือนหรือคำแนะนำที่ระบุไว้	109 (55.6)	47 (24.0)	40 (20.4)

จากตาราง 13 แสดงถึงการใช้ทักษะในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ได้ปฏิบัติในทักษะ ตรวจสอบวัน เดือน ปี ที่หมดอายุ มากที่สุด ร้อยละ 80.4 รองลงมา คือการปฏิบัติในการตรวจสอบเครื่องหมายอนุญาตจากองค์การอาหารและยา (อย.) ร้อยละ 74.9 และตรวจสอบดูสารอาหารที่เป็นส่วนประกอบ ร้อยละ 72.5 ตามลำดับ

ตาราง 14 จำนวนและร้อยละ ของชนิดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารกับปัจจัยนำด้านความรู้

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	จำนวนผู้บริโภค ทั้งหมด	ปัจจัยนำด้านความรู้ *			
		ส่วนประกอบของ ผลิตภัณฑ์	รู้แหล่งอาหารที่ พบในธรรมชาติ	รู้ปริมาณที่ รับประทานวัน	รู้ประโยชน์ของ ผลิตภัณฑ์
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1. แคลเซียม	37	30(81.0)	21(56.7)	21(56.7)	32(86.4)
2. กระเทียม	29	15 (24.15)	16(25.792)	18(29.01)	13(20.95)
3. พรินโรล	23	7(30.38)	5(21.7)	20(86.8)	14(60.76)
4. โปรตีน	21	18(85.68)	16(76.16)	14(66.64)	10(40.76)
5. รังนก	20	9(45.0)	1(5.0)	11(55.0)	4(20.0)
6. ชุปไก่	19	6(31.56)	2(10.52)	11(57.86)	8(42.8)
7. น้ำมันปลา	16	6(37.5)	5(31.25)	12(75.0)	3(18.75)
8. นูโลพี	14	11(78.54)	9(64.26)	9(64.26)	4(28.56)
9. เส้นใยอาหาร	10	4(40.0)	6(60.0)	8(80.0)	6(60.0)
10. เลซิทิน	4	3(75.0)	4(100.0)	2(50.0)	0(0)
11. พรุณสกัด	3	3(99.99)	2(66.66)	3(99.99)	2(66.66)
12. อาหารควบคุม น้ำหนัก	2	2(100.0)	1(50.0)	2(100.0)	2(100.0)
13. วิตามินซี	1	1(100.0)	0(0)	1(100.0)	1(100.0)
14. คลอโรฟิลล์	1	1(100.0)	1(100.0)	1(100.0)	0(0)

จากตาราง 14 แสดงถึงชนิดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารกับความรู้ เมื่อวิเคราะห์
แยกรายผลิตภัณฑ์ 5 อันดับต้น ๆ ที่ส่วนใหญ่บริโภคพบว่า

ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์แคลเซียม พบว่า มีความรู้ในเรื่องประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และม
ความรู้เรื่องสารอาหารที่เป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 86.4 และ 81.0 ตามลำดับ

ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์กระเทียม พบว่า มีความรู้ในเรื่องปริมาณของผลิตภัณฑ์ที่รับประทาน
และแหล่งของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 29.01 และ 25.79 ตามลำดับ

ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์พริมโรสออย พบว่า มีความรู้ในเรื่องปริมาณที่รับประทานและ
ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 86.8 และ 60.76 ตามลำดับ

ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์นิวทริไลทิโปรตีน พบว่า มีความรู้ในเรื่องสารอาหารที่เป็น
ส่วนประกอบ และแหล่งของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 85.68 และ 76.16
ตามลำดับ

ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์รังนก พบว่า มีความรู้ในเรื่องปริมาณที่รับประทาน และสารอาหาร
ที่เป็นส่วนประกอบ คิดเป็นร้อยละ 55.0 และ 45.0 ตามลำดับ

ตาราง 15 จำนวนและร้อยละ ของชนิดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารกับความเชื่อของกลุ่มตัวอย่าง

ผลิตภัณฑ์	ความเชื่อ								
	ผู้บริโภคทั้งหมด	รักษาโรค จำนวน (ร้อยละ)	เพิ่มสูง จำนวน (ร้อยละ)	ขับสารพิษ จำนวน (ร้อยละ)	บำรุง จำนวน (ร้อยละ)	เสริมฯ จำนวน (ร้อยละ)	ความจำ จำนวน (ร้อยละ)	ผิวพรรณ จำนวน (ร้อยละ)	ป้องกันโรค จำนวน (ร้อยละ)
1.	37	4(10.8)	27(73.0)	0(0)	12(32.4)	18(48.6)	5(13.5)	7(18.9)	11(29.7)
2.	29	19(65.5)	0(0)	3(10.3)	10(34.5)	5(17.2)	1(3.4)	4(13.8)	9(31.0)
3.	23	8(34.8)	1(4.3)	0(0)	2(8.7)	5(21.7)	2(8.7)	19(82.6)	5(21.7)
4.	21	5(23.8)	5(23.8)	0(0)	10(47.6)	13(61.9)	7(33.3)	7(33.3)	6(28.6)
5.	20	0(0)	6(30.0)	0(0)	12(60.0)	6(30.0)	7(35.0)	6(30.0)	0(0)
6.	19	1(5.3)	4(21.1)	0(0)	12(63.2)	5(26.3)	6(31.6)	4(21.1)	0(0)
7.	16	6(37.5)	2(12.5)	0(0)	2(12.5)	3(18.8)	2(12.5)	4(25.0)	3(18.8)
8.	14	6(42.9)	1(7.1)	4(28.6)	6(42.9)	7(50.0)	2(14.3)	5(35.7)	8(57.1)
9.	10	3(30.0)	0(0)	2(20.0)	3(30.0)	2(20.0)	0(0)	2(20.0)	1(10.0)
10.	4	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	1(25.0)	0(0)	1(25.0)
11.	3	1(33.3)	2(66.7)	0(0)	3(100)	2(66.7)	3(100)	3(100)	0(0)
12.	2	0(0)	1(50.0)	0(0)	1(50.0)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)
13.	1	1(100)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	1(100)
14.	1	1(100)	0(0)	0(0)	1(100)	1(100)	0(0)	1(100)	0(0)

หมายเหตุ * ชนิดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

- | | |
|----------------------|------------------------|
| 1. แคลเซียม | 2. กระเทียม |
| 3. พรินโรส | 4. โปรตีน |
| 5. รางนก | 6. ชุปไก่ |
| 7. น้ำมันปลา | 8. นูโลฟ |
| 9. เส้นใยอาหาร | 10. เลซิดิน |
| 11. ฟรุสกัก | 12. อาหารควบคุมน้ำหนัก |
| 13. เครื่องดื่มเฮฟซี | 14. คลอโรฟิล |

จากตาราง 15 แสดงถึงจำนวน และร้อยละของชนิดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารกับความเชื่อ วิเคราะห์แยกรายผลิตภัณฑ์ 5 อันดับต้น ๆ ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมบริโภค พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่บริโภคผลิตภัณฑ์แคลเซียม ส่วนใหญ่จะมีความเชื่อในเรื่อง เพิ่มความสูง ช่วยให้ร่างกายแข็งแรง และช่วยเสริมอาหาร คิดเป็นร้อยละ 73.0 64.9 และ 48.6 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่บริโภคผลิตภัณฑ์กระเทียม ส่วนใหญ่จะมีความเชื่อในเรื่องรักษาโรค บำรุงกำลัง ป้องกันโรค และทำให้ร่างกายแข็งแรง คิดเป็นร้อยละ 65.5, 34.5, 31.0 และ 31.0 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่บริโภคผลิตภัณฑ์พริมโรส ส่วนใหญ่จะมีความเชื่อในเรื่องบำรุงผิวพรรณ ช่วยรักษาโรค และทำให้ร่างกายแข็งแรง คิดเป็นร้อยละ 82.6, 34.8 และ 30.4 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่บริโภคผลิตภัณฑ์นิวทริไลท์โปรตีน ส่วนใหญ่จะมีความเชื่อในเรื่อง ช่วยให้ร่างกายแข็งแรง ช่วยเสริมอาหาร และบำรุงกำลัง คิดเป็นร้อยละ 71.4, 61.9 และ 47.6 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่บริโภคผลิตภัณฑ์รังนก ส่วนใหญ่จะมีความเชื่อในเรื่อง ทำให้ร่างกายแข็งแรง ช่วยบำรุงกำลัง ช่วยให้ความจำดีขึ้น คิดเป็นร้อยละ 65.0, 60.0 และ 35.0 ตามลำดับ

ตาราง 16 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ปัจจัยนำ	พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร							
	ชนิดของผลิตภัณฑ์		ระยะเวลาการบริโภค		ลักษณะการบริโภค		ผลการบริโภค	
	contingency	χ^2	Contingency	χ^2	contingency	χ^2	contingency	χ^2
ความรู้	.646**	143.567	.353	27.753	.494	63.941	.288	17.869
ความเชื่อทั่วไป	.324	23.534	.190	7.292	.240*	12.083	.215*	9.503
ความเชื่อสรรพคุณ								
รักษาโรค	.445**	49.335	.148	4.352	.236	11.654	.180*	6.595
ป้องกันโรค	.374**	32.572	.195	7.739	.286*	17.622	.041	.326
ช่วยบำรุงกำลัง	.381**	33.875	.143	4.092	.233	11.341	.174*	6.121
ช่วยเสริมอาหาร	.350**	27.921	.131	3.431	.177	6.385	.111	2.459
บำรุงผิวพรรณ	.444**	19.148	.153	4.685	.162	5.358	.054	.583
ความจำดีขึ้น	.376**	32.980	.101	2.016	.241	12.249	.098	1.928
เพิ่มความสูง	.520**	74.218	.226	10.479	.195	7.806	.071	1.003
ขับสารพิษ	.380**	33.699	.083	1.362	.184	6.943	.088	1.532
แรงงูใจ	.469	56.295	.358*	28.687	.459*	52.784	.187	7.115

** มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 * มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 16 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเข้ากับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทั้ง 5 ด้าน พบว่า

ด้านความรู้ มีความสัมพันธ์กับชนิดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านความเชื่อทั่วไป มีความสัมพันธ์กับผลการบริโภคและแนวโน้มการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และที่ระดับ .01

ด้านความเชื่อเกี่ยวกับสรรพคุณของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยเชื่อว่ารักษาโรค ป้องกันโรค บำรุงกำลัง เสริมอาหาร บำรุงผิวพรรณ ความจำดีขึ้น เพิ่มความสูง ขับสารพิษ มีความสัมพันธ์กับชนิดของผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเชื่อว่ารักษาโรคมีความสัมพันธ์กับผลการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เชื่อว่าป้องกันโรคมีความสัมพันธ์กับลักษณะการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เชื่อว่าช่วยบำรุงกำลังมีความสัมพันธ์กับผลการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เชื่อว่าช่วยเพิ่มความสูงมีความสัมพันธ์กับชนิดของผลิตภัณฑ์ และระยะเวลาการบริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และที่ระดับ .05 ตามลำดับ

ด้านแรงจูงใจ มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการบริโภค และลักษณะการบริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 17 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยอื่นๆ กับ พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ปัจจัยอื่นๆ	พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร							
	ชนิดของผลิตภัณฑ์		ระยะเวลาที่บริโภค		ลักษณะการบริโภค		ผลการบริโภค	
	contingency	χ^2	contingency	χ^2	Contingency	χ^2	contingency	χ^2
ปัจจัยเชื้อ								
ทักษะในการซื้อ	.290	18.321	.149	4.404	.258	14.039	.413**	40.320
อำนาจการซื้อ								
รายได้	.579	91.609	.340	23.104	.500	59.877	.246	11.530
ค่าใช้จ่าย	.476	58.313	.376**	31.981	.477	58.003	.304**	19.963
การรับรู้ราคา	.324	23.369	.205**	8.477	.246	12.678	.22	9.31
ความสามารถ								
ในการซื้อ	.277	16.475	.211**	8.977	.319	22.378	.132	3.441
ความสะดวกซื้อ	.756	267.353	.340**	25.491	.536	79.710	.32*	2.747

** มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร พบว่า ทักษะในการซื้อสินค้ามีความสัมพันธ์กับผลการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 อำนาจการซื้อ ซึ่งประกอบด้วย รายได้ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ทั้ง 5 ด้าน ค่าใช้จ่ายในการซื้อ มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการบริโภค และผลการบริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 การรับรู้ราคา และความสามารถในการซื้อมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ความสะดวกในการซื้อมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการบริโภค และแนวโน้มการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์กับผลการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 18 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเสริมกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ปัจจัยเสริม	พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร							
	ชนิดของผลิตภัณฑ์		ระยะเวลาที่บริโภค		ลักษณะการบริโภค		ผลการบริโภค	
	contingency	χ^2	Contingency	χ^2	Contingency	χ^2	contingency	χ^2
การได้รับข่าว	.665**	158.525	.354	28.023	.531	77.918	.280	343*
สาร								26.473
การสนับสนุน								
จากกลุ่มอ้างอิง	.597	109.735	.395*	35.775	.430	44.563	.329	23.963
ได้รับคำแนะนำ	.292	18.376	.179	6.382	.226	10.544	.368**	30.396
มีผู้บริโภคร่วม								318**
กันในครอบครัว	.329*	24.228	.138	3.781	.229	10.951	.262**	14.475
							.216**	9.720

*มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 * มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเสริมกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร พบว่า การได้รับข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับชนิดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และแนวโน้มการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 การได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มอ้างอิง มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการบริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การมีผู้บริโภคร่วมกันในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับชนิดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีความสัมพันธ์กับผลของการบริโภค แนวโน้มการบริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01