



การศึกษาสถานการณ์การหาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักตัวของผู้บริโภค

ในมุมมองของร้านยา ประเภท ข.ย.1 กรณีศึกษาเขตสุขภาพที่ 10

The Study of Consumer Purchasing Situations of Dietary Supplements for Weight Control from The Perspective of Drugstores : Case Study of Health Region 10

เนตรติยา สนิตวัฒนากุล^{1*} ศักดิ์สิทธิ์ ศรีภา² และ จินตนา นภาพร³

Nettiya Sanitwattanakul^{1*}, Saksit Sripa², and Jintana Napaporn³

¹หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาศาสตร์แห่งเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์สุขภาพ คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

²กลุ่มวิชาเภสัชกรรมปฏิบัติ คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

³กลุ่มวิชาเภสัชเคมีและเทคโนโลยีเภสัชกรรม คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

¹Master of Sciences Program in Cosmetic Sciences and Health Products, Division of Pharmaceutical Chemistry and Technology, Faculty of Pharmaceutical Sciences, Ubon Ratchathani University

²Division of Pharmacy Practice, Faculty of Pharmaceutical Sciences, Ubon Ratchathani University

³Division of Pharmaceutical Chemistry and Technology, Faculty of Pharmaceutical Sciences, Ubon Ratchathani University

*E-mail : Nettiya.sanitwat@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์การหาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภค ในมุมมองของร้านยา ประเภท ข.ย.1 กรณีศึกษาเขตสุขภาพที่ 10 การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เภสัชกรหรือเจ้าของร้านยาผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักมาวางจำหน่ายในร้านยา ประเภท ข.ย.1 ในเขตสุขภาพที่ 10 ทำการศึกษาระหว่างเดือนเมษายน พ.ศ. 2564 ถึง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2564 จำนวน ประชากร 244 คน ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา สถานการณ์การหาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภค พบว่าลูกค้าที่เข้ามาซื้อ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักในร้านยาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 99.2) ลูกค้าส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 31-40 ปี (ร้อยละ 51.2) โดยพฤติกรรมของลูกค้าที่เข้ามาซื้อนั้นจะมีการขอคำแนะนำในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งในทางปฏิบัติร้าน ยาจะมีการประเมินลูกค้าที่เข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักโดยการคำนวณค่าดัชนีมวลกาย (Body Mass Index, BMI) (ร้อยละ 72.7) ให้แก่ลูกค้าก่อนเสนอขายผลิตภัณฑ์ ส่วนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เพื่อควบคุมน้ำหนักต่อครั้งประมาณ 301-500 บาท (ร้อยละ 496.9) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักที่ได้รับความนิยมสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ Vistra L-carnitine® รองลงมา Be-fit® และ ฟิตเน่® ตามลำดับ ส่วนรูปแบบของผลิตภัณฑ์ เสริมอาหารที่ลูกค้านิยมซื้อมากที่สุดเป็นรูปแบบเม็ดตอก รองลงมา คือ ผงสำหรับชง และชาชง ตามลำดับ จำนวนลูกค้าที่มา ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักน้อยกว่า 5 ครั้ง/เดือน (ร้อยละ 61.4)

ผลจากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นข้อมูลที่จะช่วยให้ได้รับทราบถึงสถานการณ์การหาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุม น้ำหนักของผู้บริโภคและนำไปสู่การเสนอแนวทางในการพิจารณาการหาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักก่อน นำมาวางจำหน่ายในร้านยาและแนวทางการให้บริการเกี่ยวกับการควบคุมน้ำหนักต่อไป

คำสำคัญ : พฤติกรรม การตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ควบคุมน้ำหนักตัว ร้านยา



Abstract

This research was aimed at studying consumer purchasing situations of dietary supplements for weight control from the perspective of drugstores : case study of Health Region 10. The researcher applied a descriptive approach for the research. Samples consisted of 244 pharmacists or drugstore owners who made decisions in purchasing dietary supplements for weight control and selling them at drugstores under the Health Region 10. The study was conducted between April, 2021 and May, 2021. Key information providers (244 people) were selected by simple random sampling. The research tools used for data collection included a questionnaire and the statistics used for data analysis included percent and mean.

The results of the study relating to consumer purchasing situations of dietary supplements for weight control revealed that most customers who bought dietary supplements for weight control at drugstores were female (99.2%), aged between 31 and 40 (51.1%). They usually sought recommendations for selecting those products. In practice, pharmacists always evaluated their customers who bought dietary supplements for weight control by calculating the Body Mass Index (BMI) (72.7%). The average cost for dietary supplements for weight control per time ranged from 301 to 500 baht (46.9%). The top three most popular dietary supplements for weight control included Vistra L-carnitine®, Be-fit® and Fitne®, respectively. Tablets were the most popular dosage form of dietary supplements bought by customers, followed by powder and brewed tea, respectively. Customers bought dietary supplements for weight control less than five times a month (61.4%).

The results of the study can inform about situations of the purchase of dietary supplements by consumers leading to recommendations for pharmacists to select those supplements before selling them at drugstores and guidelines for further weight control services.

Keywords : Behavior, Purchase Decision, Dietary Supplement, Weight Control, Drugstores

บทนำ

ปัจจุบันกระแสบริโภคนิยมทำให้มีโรควิถีชีวิตเกิดขึ้นและแพร่ระบาดไปทั่วโลก หนึ่งในนั้นคือ ภาวะน้ำหนักตัวเกิน (Overweight) และโรคอ้วน (Obesity) ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดโรคเรื้อรังและเสียชีวิต ได้แก่ โรคหลอดเลือดหัวใจ โรคหลอดเลือดสมอง โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน ภาวะไขมันในเลือดผิดปกติ โรคมะเร็งลำไส้ โรคข้อเข่าเสื่อม โรคซึมเศร้า เป็นต้น จากการรายงานของกระทรวงสาธารณสุขประเทศไทย ปี พ.ศ. 2560 พบว่า โรคเกี่ยวกับหัวใจและหลอดเลือดเป็นสาเหตุของการเจ็บป่วยอันดับต้น ๆ โดยสาเหตุสำคัญของการเกิดโรสดังกล่าวยังคงเป็นผลมาจากโรคอ้วน (สุพินญา, 2560) ด้วยเหตุผลนี้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักตัวจึงได้เข้ามาเป็นทางเลือกมากขึ้นทำให้ธุรกิจผลิตภัณฑ์ควบคุมน้ำหนักตัวเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว และได้รับความสนใจจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก จากการสำรวจตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักตัวพบว่า ในส่วนของตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักนั้นมีมูลค่าของตลาดในประเทศไทยเพิ่มขึ้นจาก 14,400 ล้านบาท ใน พ.ศ. 2563 เป็น 15,000 ล้านบาท ใน พ.ศ. 2564 คิดเป็นอัตราเติบโตร้อยละ 4 ต่อปี (Euromonitor, 2563)



ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักตัว (Food supplements for weight management) มีระบบการจัดจำหน่ายและช่องทางการกระจายผลิตภัณฑ์สู่ผู้บริโภคหลายวิธี ได้แก่ ร้านขายยา (ร้อยละ 49.3) การขายตรง/ตัวแทนจำหน่าย (ร้อยละ 29.9) ห้างสรรพสินค้า (ร้อยละ 29.0) ร้านค้าทั่วไป (ร้อยละ 15.8) และร้านสะดวกซื้อ (ร้อยละ 12.2) จะเห็นได้ว่า ร้านยาเป็นช่องทางในการจำหน่ายที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้มากที่สุด (ศิริวรรณ, 2549)

โดยสถานการณ์ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงด้านการใช้สื่อโซเชียลมีเดียเพิ่มมากขึ้น ทำให้การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้การซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักตัวมีการสั่งซื้อได้ง่ายและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ทำให้ช่องทางที่ได้มาของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักจากเดิม ปี พ.ศ. 2549 ร้านยาเป็นช่องทางในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์มากที่สุด (ศิริวรรณ, 2549) แต่ปัจจุบันมีการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุดถึง (ร้อยละ 40.3) รองลงมาคือ ร้านยา (ร้อยละ 19.3) ตามลำดับ (วารุณี, 2559) อย่างไรก็ตาม ร้านยาก็ยังคงเป็นช่องทางในการกระจายผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญ โดยเฉพาะร้านยาประเภท ข.ย.1 ซึ่งจะมีเภสัชกรเป็นผู้ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และมีกระบวนการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานนำมาวางจำหน่ายในร้านยา

ผู้วิจัยในฐานะเป็นเภสัชกรประจำร้านยา มีหน้าที่ให้บริการทางเภสัชกรรมชุมชน จึงมีความสนใจจะศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักตัวมาวางจำหน่ายในร้านยาแผนปัจจุบันประเภท ข.ย.1 ในเขตสุขภาพที่ 10 เพื่อศึกษาสถานการณ์การหาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักตัวของผู้บริโภคและศึกษากระบวนการตัดสินใจและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักมาวางจำหน่ายในร้านยาประเภท ข.ย.1 ในเขตสุขภาพที่ 10

วิธีการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา ภาคตัดขวาง ซึ่งได้ผ่านการพิจารณาของคณะกรรมการจริยธรรมและวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี (รหัสโครงการ UBU-REC 26/2564) ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาตั้งแต่เดือนเมษายน พ.ศ. 2564 ถึง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2564 การดำเนินการวิจัยมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มเป้าหมาย คือ ร้านยาประเภท ข.ย.1 ในเขตสุขภาพที่ 10 จำนวน 496 ร้าน ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 222 คน และทำการกำหนดสัดส่วน ตามรายจังหวัด เนื่องจากเขตสุขภาพที่ 10 มีการแบ่งการปกครองออกเป็น 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดอุบลราชธานี ศรีสะเกษ ยโสธร อำนาจเจริญ และมุกดาหาร

การวิจัยนี้คำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1967 อ้างถึงใน ธานินทร์, 2549) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 โดยใช้ความคลาดเคลื่อนในการสุ่ม ร้อยละ 5 ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นจากการสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดเป็น 0.05

สามารถคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ ดังนี้

$$n = \frac{496}{1 + [496 * (0.05)^2]}$$

$$n = 222 \text{ คน}$$



ดังนั้นขนาดตัวอย่างที่สามารถอ้างอิงประชากรในการศึกษาครั้งนี้ จำนวนประชากรคือ อย่างน้อย 222 คน การกำหนดสัดส่วนประชากร ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สัดส่วนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

จังหวัด	จำนวนประชากรจริง	จำนวนประชากร กลุ่มตัวอย่าง
อุบลราชธานี	221	99
ศรีสะเกษ	107	48
ยโสธร	70	31
มุกดาหาร	63	28
อำนาจเจริญ	35	16
รวม	496	222

ที่มา: สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด, 2564

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นเองและศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง นำแบบสอบถามไปตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content validity) และนำไปทดลองใช้ (Try out) กับร้านยาประเภท ข.ย.1 ในเขตสุขภาพที่ 9 จำนวน 20 คน เพื่อทดสอบการนำไปใช้และความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามการปฏิบัติจริง (Practicality)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามออนไลน์โดยใช้ Google form เข้าถึงแต่ละร้านยาโดยผ่านระบบ QR Code ขอความร่วมมือจากผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการส่งจดหมายและ/หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ พร้อม QR Code เฉพาะของร้านยาแต่ละร้าน และจะมีการติดตามทุก 1 สัปดาห์

การวิเคราะห์ทางสถิติ

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) วิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Science) for Windows version 23

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสถานการณ์การหาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักตัวของผู้บริโภคในมุมมองของร้านยาประเภท ข.ย.1 กรณีศึกษาเขตสุขภาพที่ 10 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเภสัชกรหรือเจ้าของร้านยาผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักตัวมาวางจำหน่ายในร้านยาประเภท ข.ย.1 ในเขตสุขภาพที่ 10 นั้นส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 59.8) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 90.2) ช่วงอายุส่วนใหญ่เป็นวัยทำงาน อายุระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 48.0) มีตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการและเภสัชกรผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ (ร้อยละ 47.3) ซึ่งที่ตั้งของร้านยาส่วนใหญ่อยู่ในเขตเทศบาลเมือง (ร้อยละ 43.4) ประมาณการยอดขายของร้านยาต่อเดือน 100,001-500,000 บาท (ร้อยละ 49.6) และมีระยะเวลาดำเนินกิจการร้านยา 3-10 ปี (ร้อยละ 50.8) ดังแสดง ในตารางที่ 2



ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (n=244)

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ	ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
จังหวัด		อายุ	
อุบลราชธานี	42.6	20-30 ปี	20.1
ศรีสะเกษ	24.2	31-40 ปี	48.0
ยโสธร	13.9	41-50 ปี	26.6
มุกดาหาร	11.9	51-60 ปี	4.5
อำนาจเจริญ	7.4	มากกว่า 60 ปี	0.8
เพศ		ตำแหน่ง	
ชาย	40.2	เจ้าของกิจการ	9.4
หญิง	59.8	เจ้าของกิจการและเภสัชกรผู้มีหน้าที่ ปฏิบัติการ	47.3
		ผู้จัดการร้านยา	10.3
ระดับการศึกษา		ผู้จัดการร้านยาและเภสัชกรผู้มีหน้าที่ปฏิบัติกร	11.9
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0.4	เภสัชกรผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการเต็มเวลา(Full-time)	9.8
ปริญญาตรี	90.2	เภสัชกรผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการล่วงเวลา(Part-time)	11.5
ปริญญาโท	9.0		
ปริญญาเอก	0.4		
		ประมาณการยอดขายของร้านยาต่อเดือน	
ที่ตั้งของร้านยา		น้อยกว่า 50,000 บาท	4.1
ในเขตเทศบาลนคร	17.6	50,001-100,000 บาท	26.6
ในเขตเทศบาลเมือง	43.4	100,001-500,000 บาท	49.6
ในเขตเทศบาลตำบล	37.3	มากกว่า 500,000 บาท	19.7
นอกเขตเทศบาล	1.6		
ระยะเวลาดำเนินกิจการร้านยา			
น้อยกว่า 1 ปี	1.2		
1-3 ปี	11.1		
3-10 ปี	50.8		
10-20 ปี	24.6		
มากกว่า 20 ปี	12.3		

ตารางที่ 3 ข้อมูลสถานการณ์การซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักตัว

หัวข้อ	ร้อยละ
ลูกค้าที่เข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักในร้านยาส่วนใหญ่เป็นเพศใด	
หญิง	99.2
ชาย	0.8
ในทางปฏิบัติร้านยาของท่านมีการประเมินลูกค้าที่เข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักอย่างไร	
ชั่งน้ำหนักคำนวณค่าดัชนีมวลกาย (Body Mass Index : BMI)	72.7



หัวข้อ	ร้อยละ
ชั่งน้ำหนัก	20.3
ไม่ได้ทำการประเมินลูกค้า	7.0
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักต่อครั้ง	
<100 บาท	0.8
100-300 บาท	32.8
301-500 บาท	46.9
> 500 บาท	19.5
ช่วงอายุของลูกค้าที่เข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนัก	
21-30 ปี	14.9
31-40 ปี	51.2
41-50 ปี	32.3
51ปีขึ้นไป	1.6
พฤติกรรมลูกค้าที่เข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักในร้านยาเป็นแบบใด	
ขอคำแนะนำในการเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนัก	69.5
ระบุชื่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อ ควบคุมน้ำหนักยี่ห้อที่ต้องการ	30.5
ประมาณการจำนวนลูกค้าที่เข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักก็่ครั้งต่อเดือน	
น้อยกว่า 5 ครั้ง/เดือน	61.4
5-10 ครั้ง/เดือน	22.8
มากกว่า 10 ครั้ง/เดือน	15.8

ข้อมูลสถานการณ์การซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร พบว่า ลูกค้าที่เข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักในร้านยาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 99) ลูกค้าส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 31-40 ปี (ร้อยละ 51.2) โดยพฤติกรรมของลูกค้าที่เข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนั้นจะมาขอคำแนะนำในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ในทางปฏิบัติร้านยาจะมีการประเมินลูกค้าที่เข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักโดยการคำนวณค่าดัชนีมวลกาย (Body Mass Index, BMI) (ร้อยละ 72.7) ให้แก่ลูกค้าก่อนเสนอขายผลิตภัณฑ์ ส่วนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักต่อครั้งประมาณ 301-500 บาท (ร้อยละ 46.9) จำนวนลูกค้าที่เข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักน้อยกว่า 5 ครั้ง/เดือน (ร้อยละ 61.4) ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ข้อมูลสถานการณ์การซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักตัว (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนัก	ความถี่
Vistra L-carnitine®	81
Be-fit®	24
ฟิตเน®	13
Yanhee L-carnitine	8
Conjugated Linoleic Acid : CLA	1



ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนัก	ความถี่
แมงลัก	1
รูปแบบของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	ความถี่
เม็ดตอก	92
ผงสำหรับชง	13
ชาชง	9

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักที่ได้รับความนิยมสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ Vistra L-carnitine® รองลงมา Be-fit® พิตเน่® Yanhee L-carnitine® Conjugated Linoleic Acid, CLA และแมงลัก ตามลำดับ ส่วนรูปแบบของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ลูกค้านิยมซื้อมากที่สุดเป็นรูปแบบเม็ดตอก รองลงมา คือ ผงสำหรับชง และชาชง ตามลำดับ

อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาสถานการณ์การหาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักตัวของผู้บริโภคในมุมมองของร้านยาประเภท ข.ย.1 กรณีศึกษาเขตสุขภาพที่ 10 พบว่า ผู้บริโภคที่เข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักตัวนั้นส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชวลิตและปรีชา (2560) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่าเพศที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อโดยเพศหญิงจะมีการตัดสินใจซื้อมากกว่าเพศชาย แสดงให้เห็นว่าความเชื่อและค่านิยมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยเพศหญิงมีความเชื่อว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักเป็นตัวช่วยที่ดีทำให้รูปร่างสวยงาม จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ขอคำแนะนำก่อนซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนัก ซึ่งในทางปฏิบัติร้านยาจะมีการประเมิน ค่าดัชนีมวลกาย (Body Mass Index, BMI) ก่อนเสนอขายผลิตภัณฑ์ การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคต้องการขอคำแนะนำก่อนซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักตัวจากร้านยา เนื่องจากร้านยาประเภท ข.ย.1 มีเภสัชกรประจำร้านและมีพนักงานขายที่ผ่านการฝึกอบรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์คอยให้คำแนะนำจึงเกิดความไว้วางใจในการได้รับผลิตภัณฑ์ที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษา พลวัฒน์ (2556) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภคในเขต อ. เมือง จ. บุรีรัมย์ ผลการวิจัยพบว่า แหล่งที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารได้ดี คือ ตัวแทนจำหน่ายและพนักงานขาย ซึ่งร้านยามีทั้งเภสัชกรและพนักงานขาย เป็นผู้มีความรู้และผ่านการฝึกอบรมทำให้มีความรู้ในการเลือกผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษา แสงสุขและศิริ (2560) ทำการศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคไทย ผลการศึกษาพบว่า หลักเกณฑ์ในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคไทย คือ เภสัชกรมีความรู้และให้คำแนะนำได้ดีและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย ผลจากการศึกษานี้ทำให้ได้รับทราบถึงสถานการณ์การหาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักตัวของผู้บริโภคในมุมมองของร้านยา และนำไปสู่การเสนอแนวทางในการพิจารณาการหาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักก่อนนำมาวางจำหน่ายในร้านยาต่อไป ข้อจำกัดของการศึกษานี้ คือ การเก็บข้อมูลมีความล่าช้า เนื่องจากข้อมูลร้านยาบางแห่งไม่ระบุหมายเลขโทรศัพท์ ทำให้การติดตามข้อมูลทำได้ยาก ข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยเสนอแนะให้พัฒนาผลที่ได้จากการศึกษานี้ไปสู่การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและกว้างมากยิ่งขึ้น



กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณเภสัชกรหรือเจ้าของร้านยาผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนัก มาวางจำหน่ายในร้านยาประเภท ข.ย.1 ในเขตสุขภาพที่ 10 ที่สละเวลาตอบแบบสอบถามในงานวิจัยนี้ครั้งนี้ และขอขอบคุณ คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานีที่ให้ความอนุเคราะห์และสนับสนุนการดำเนินการวิจัยให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- ชวัล วิณิชัยนันท์ และปรีชา วิจิตรธรรมรส. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนัก ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์สาขาวิเคราะห์ธุรกิจและการวิจัย คณะสถิติประยุกต์, สถาบัน บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์].
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2549). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ.
- พลวัฒน์ เศรษฐฐานุรักษ์. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอ เมือง จังหวัดบุรีรัมย์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์].
- วารุณี ชลวิหารพันธ์. (2559). ความชุกของการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพเพื่อควบคุมน้ำหนักอย่างไม่เหมาะสมของวัยรุ่นหญิงใน จังหวัดสระบุรีและปัจจัยที่มีผล. *วารสารเภสัชกรรมไทย*, 8(2), 442-452.
- ศิริวรรณ เลิศสุชาตวนิช (2549). พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ใช้ควบคุมน้ำหนักของบุคลากรสังกัดกระทรวง สาธารณสุข จังหวัดราชบุรี [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสุศึกษาและพฤติกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยมหิดล].
- แสงสุข พิทยานุกุล และศิริ ชะระอ่ำ. (2560). การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคไทย. *วารสารวิชาการ บริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 6(2), 135-145.
- สุพิณญา คงเจริญ. (2560). โรคอ้วนภัยเงียบในยุคดิจิทัล. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย*, 11(3), 22-29.
- Euromonitor (2020). ปี 2021 ธุรกิจลดน้ำหนัก. <https://www.euromonitor.com/amway-claims>.