



การศึกษาปัจจัยจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภค  
อาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

A STUDY OF PSYCHOSOCIAL FACTORS RELATED TO MINDFUL RISK-TAKING  
BEHAVIORS FOR CONSUMING BEAUTY SUPPLEMENTS  
OF EARLY ADULTHOOD WITH OVERWEIGHT

นัฐชา อิบรอเฮม

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2564

การศึกษาปัจจัยจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภค  
อาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน



ปริญญาานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาพัฒนาการ  
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
ปีการศึกษา 2564  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

A STUDY OF PSYCHOSOCIAL FACTORS RELATED TO MINDFUL RISK-TAKING  
BEHAVIORS FOR CONSUMING BEAUTY SUPPLEMENTS  
OF EARLY ADULTHOOD WITH OVERWEIGHT



NUTCHA IBROHEM

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of MASTER OF ARTS  
(Developmental Psychology)

Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University

2021

Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาปัจจัยจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภค

อาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

ของ

นัฐชา อิบรอเฮม

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาพัฒนาการ

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญานิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก ..... ประธาน  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ฉัฐวิณี สิทธิศิริอรุณ) (ศาสตราจารย์ ดร.ดุจเดือน พันธุมนาวิน)

..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิธัญญา วัฒนโณ)

ชื่อเรื่อง	การศึกษาปัจจัยจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน
ผู้วิจัย	นัฐชา อิบรอเฮม
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2564
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. จักรวีณ์ สิทธิศิริอรอด

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัย(1)เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน เมื่อจำแนกตาม เพศ สถานภาพ รายได้ อาชีพ (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจิตลักษณะเดิม ได้แก่ เอกลักษณ์แห่งตน มุ่งอนาคตควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ปัจจัยสถานการณ์ ได้แก่ อิทธิพลของตัวแบบจากสื่อและเพื่อน การสนับสนุนจากครอบครัว และปัจจัยจิตตามสถานการณ์ ได้แก่ ทศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม กับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน และ (3) เพื่อทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานโดยใช้ปัจจัยจิตลักษณะเดิม ปัจจัยสถานการณ์ และจิตลักษณะตามสถานการณ์ในกลุ่มรวม และเมื่อจำแนกตามเพศ สถานภาพ รายได้ อาชีพ กลุ่มตัวอย่าง คือ วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานอายุ 18-40 ปี จำนวน 330 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันและการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า (1) วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน เพศหญิง มีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามที่สูงกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (2) วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีรายได้เหลือเก็บมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามสูงกว่ารายได้ไม่พอใช้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 (3) วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีสถานภาพ และอาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามไม่แตกต่างกัน และ (4) ตัวแปรทั้งหมด 9 ตัวแปร มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 และ (5) ตัวแปรทั้งหมด 9 ตัวแปร ร่วมกันทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ได้ร้อยละ 45.0. โดยตัวแปรที่สามารถทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานเป็นอันดับแรก คือ ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม รองลงมาได้แก่ เอกลักษณ์แห่งตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และมุ่งอนาคตควบคุมตน ตามลำดับ

คำสำคัญ : วัยผู้ใหญ่ตอนต้น, น้ำหนักเกินมาตรฐาน, พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติ, อาหารเสริมความงาม

Title	A STUDY OF PSYCHOSOCIAL FACTORS RELATED TO MINDFUL RISK-TAKING BEHAVIORS FOR CONSUMING BEAUTY SUPPLEMENTS OF EARLY ADULTHOOD WITH OVERWEIGHT
Author	NUTCHA IBROHEM
Degree	MASTER OF ARTS
Academic Year	2021
Thesis Advisor	Associate Professor Dr. Shuttawwee Sitsira-at

The objectives of this study are as follows: (1) to compare mindful risk-taking behavior of beauty supplement consumption among overweight young adults, as categorized by gender, status, income, and occupation; (2) to investigate the relationships between the factors of psychological traits, including ego identity, locus of control, internal locus of control, achievement motivation; situational factors, including the influences of models from media and friends, family support; and psychological situation factors, including positive attitudes toward beauty supplement consumption, readiness to buy beauty supplements, psychological immunity in beauty supplement consumption, and mindful risk-taking behavior of beauty supplements consumption among overweight young adults; and (3) to predict mindful risk-taking behavior in terms of beauty supplement consumption among overweight young adults by using psychological trait factors, situational factors, and psychological situation factors for the whole group and divided by gender, income, occupation and status. The sample included 330 overweight young adults from 18 to 40, and selected by stratified sampling. The statistics for data analysis consisted of mean, standard deviation, Pearson correlation coefficient, and multiple regression analysis. The study revealed the following: (1) female overweight young adults had higher mindful risk-taking behavior in beauty supplement consumption than their male counterparts with a statistical significance level of .01; (2) overweight young adults with discretionary income had higher mindful risk-taking behavior in beauty supplement consumption than their counterparts with an inadequate income and a statistical significance level of .05; (3) overweight young adults with different statuses and occupations did not have differences in mindful risk-taking behaviors on beauty supplement consumption; (4) all of the nine variables were positively correlated with mindful risk-taking behavior of beauty supplement consumption with a statistical significance level of .01; and (5) all nine variables were able to jointly predict mindful risk-taking behavior in beauty supplement consumption by 45%. The first variable to predict mindful risk-taking behavior in beauty supplement consumption among overweight young adults was psychological immunity in beauty supplement consumption, followed by ego identity, achievement motivation, and locus of control respectively.

Keyword : Early adulthood, Overweight, Mindful risk-taking behavior, Beauty supplements

## กิตติกรรมประกาศ

ปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยกรุณาอย่างสูงของคณาจารย์ประจำภาควิชาจิตวิทยาพัฒนาการทุกท่านที่ให้ความรู้และเป็นแบบอย่างที่ดีแก่นิสิต ตลอดจนการให้คำปรึกษาและคอยช่วยเหลือเมื่อมีปัญหาและขอขอบพระคุณในความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ ดร. ฉัฐวีณ์ สิทธิศิริอรรด อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาานิพนธ์ในครั้งนี้ ที่ได้ให้คำชี้แนะในกระบวนการทำงาน ให้คำปรึกษาด้วยความเมตตา และให้กำลังใจตลอดการทำงาน

ขอกราบขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร.ดุจเดือน พันธุมนาวิน และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิธัญญา วัฒนโธ ที่ให้ความกรุณาเป็นคณะกรรมการสอบปริญญาานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะในเรื่องต่างๆ เพื่อให้ปริญญาานิพนธ์เกิดความสมบูรณ์ ผู้ศึกษาจึงขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธัมมัญญิตตา อยู่เจริญ และคุณอุบลรัตน์ สุขสุนัย ที่ให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญสำหรับการตรวจเครื่องมือในการศึกษาพร้อมทั้งให้คำแนะนำ และข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อพัฒนาข้อคำถามที่ใช้ในการวิจัยที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง

ขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี และเสียสละเวลาช่วยตอบแบบสอบถามของผู้วิจัยทำให้ปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ผู้สนับสนุน ที่ให้กำลังใจและคอยอยู่เบื้องหลังทุกความสำเร็จเสมอมา และขอขอบคุณพี่น้องผองเพื่อนทุกท่านที่เป็นส่วนหนึ่งในความสำเร็จในครั้งนี้ โดยให้กำลังใจในการทำปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จ

คุณค่าของปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบให้แก่ทุกท่าน ที่เป็นผู้ให้ความสนับสนุน ให้ความรัก ความห่วงใย และช่วยเหลือให้ปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้ลุล่วงไปด้วยดี

นัฐชา อิบรอเฮม

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ .....	ช
สารบัญตาราง .....	ฎ
สารบัญรูปภาพ .....	ฐ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง .....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	6
ความสำคัญของการวิจัย .....	6
ขอบเขตการวิจัย .....	6
ประชากร .....	6
กลุ่มตัวอย่าง .....	6
ตัวแปร .....	7
นิยามปฏิบัติการ .....	7
สมมติฐานของการวิจัย.....	11
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม .....	14
1.1 มโนทัศน์เบื้องต้นของวัยผู้ใหญ่ตอนต้น .....	14
1.2 พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม .....	16
1.3 การวัดพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม .....	25



1.4 แนวคิดทฤษฎีต้นไม้อัจฉริยะ.....	26
2. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม .....	27
2.1 ปัจจัยจิตลักษณะเดิม .....	27
2.1.1 เอกลักษณ์แห่งตน.....	27
2.1.2 มุ่งอนาคตควบคุมตน .....	29
2.1.3 ความเชื่ออำนาจในตน .....	31
2.1.4 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์.....	33
2.2 ปัจจัยสถานการณ์.....	35
2.2.1 อิทธิพลของตัวแบบ .....	35
2.2.2 การสนับสนุนทางสังคมจากครอบครัว .....	39
2.3 ปัจจัยจิตลักษณะตามสถานการณ์ .....	41
2.3.1 ทักษะคิดที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม .....	41
2.3.2 ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม.....	44
2.3.3 ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม .....	46
2.4 ตัวแปรแบ่งกลุ่มย่อย.....	48
2.4.1 เพศ.....	48
2.4.2 สถานภาพสมรส .....	49
2.4.3 รายได้.....	49
2.4.4 อาชีพ.....	50
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย .....	52
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างงานวิจัย.....	52
ประชากร .....	52
กลุ่มตัวอย่าง .....	52

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	53
แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล .....	54
แบบวัดพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม .....	54
แบบวัดเอกลักษณ์แห่งตน .....	55
แบบวัดมุ่งอนาคตควบคุมตน .....	57
แบบวัดความเชื่ออำนาจในตน .....	58
แบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ .....	59
แบบวัดอิทธิพลของตัวแบบจากสื่อและเพื่อน .....	60
แบบวัดการสนับสนุนจากครอบครัว .....	61
แบบวัดทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม .....	62
แบบวัดความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม .....	63
แบบวัดภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม .....	64
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	65
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	65
บทที่ 4 ผลการศึกษา .....	66
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นจำแนกตามตัวแปรภูมิหลัง ได้แก่ เพศ สถานภาพ รายได้ และอาชีพ โดยปรากฏผลดังตารางที่ 2 .....	67
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภค อาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน .....	68
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแปรปรวนของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภค อาหารเสริมความงาม โดยรวมและรายด้าน ของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน .....	70

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหาร เสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานกับตัวแปรปัจจัยทางจิต ลักษณะเดิม .....	76
ส่วนที่ 5 ผลการทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวม และรายด้าน .....	78
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	85
สรุปผลการวิจัย .....	87
อภิปรายผลการวิจัย .....	88
ข้อเสนอแนะการวิจัย .....	93
ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย .....	93
ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป .....	94
บรรณานุกรม .....	95
ภาคผนวก .....	108
ภาคผนวก ก ค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	109
ภาคผนวก ข ผู้ส่งคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ .....	118
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ .....	120
ประวัติผู้เขียน .....	124

## สารบัญตาราง

### หน้า

ตาราง 1	สังเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมความงาม.....	21
ตาราง 2	ค่าร้อยละของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานจำแนกตามเพศ สถานภาพ รายได้ และอาชีพ .....	67
ตาราง 3	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามใน วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน เมื่อจำแนกตามตัวแปร เพศ สถานภาพ รายได้และ อาชีพ .....	69
ตาราง 4	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริม ความงามโดยรวมและรายด้าน ของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน จำแนกตามตัวแปร รายได้ .....	71
ตาราง 5	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ตามรายได้.....	72
ตาราง 6	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ตามรายได้.....	73
ตาราง 7	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ด้านการเงินตามรายได้ .....	73
ตาราง 8	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ด้านเวลาตามรายได้.....	74
ตาราง 9	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริม ความงามโดยรวมและรายด้าน ของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน จำแนกตามตัวแปร อาชีพ .....	74
ตาราง 10	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตลักษณะเดิม สถานการณ์ และจิต ลักษณะตามสถานการณ์ กับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัย ผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน (n = 330) .....	76

ตาราง 11 ผลการทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม โดยใช้  
ปัจจัยจิตลักษณะเดิม ปัจจัยสถานการณ์ ปัจจัยจิตลักษณะตามสถานการณ์ ของวัยผู้ใหญ่ตอนต้น  
ที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานในกลุ่มรวม และเมื่อจำแนกตาม เพศ สถานภาพ รายได้ และอาชีพ..... 79



## สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย .....	51
ภาพประกอบ 2 ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย .....	53



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ภูมิหลัง

สุขภาพนับเป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีความเกี่ยวข้องต่อพัฒนาการในหลายๆ ด้านของมนุษย์ โดยสุขภาพถือเป็นพื้นฐานที่สำคัญของชีวิตและยังเป็นจุดเริ่มต้นของการมีชีวิตที่ดี สุขภาพนั้นเริ่มมาจากการมีสุขภาวะในหลายๆ ด้านรวมกันไม่ว่าจะทางร่างกาย ทางจิตใจ ทางอารมณ์ ทางความคิด และทางสังคม ทั้งนี้การพัฒนาสุขภาพจึงไม่ใช่แค่การมีองค์ความรู้ทางการแพทย์เพียงอย่างเดียว (กุนนที พุ่มสงวน, 2557) พฤติกรรมของมนุษย์รวมถึงพฤติกรรมสุขภาพเป็นผลสืบเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงที่ได้จากการเรียนรู้ ประสบการณ์ และสิ่งแวดล้อม โดยสาเหตุดังกล่าวนั้นสามารถเกิดได้ทั้งทางที่ดีและทางที่ไม่ดี โดยพฤติกรรมในทางที่ไม่ดีที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพและควรได้รับการแก้ไขมากที่สุดคือการบริโภคอาหาร (พรพรรณ ปานเทวัญ, 2560) พฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่คำนึงถึงสุขภาพร่างกาย คือการไม่ดูแลเอาใจใส่ในการบริโภคเลือกบริโภคตามใจปากโดยไม่คำนึงถึงโทษหรือสุขภาพและการบริโภคอาหารที่เกินความจำเป็น อาจก่อให้เกิดโรคภัยตามมาได้ ไม่ว่าจะเป็นโรคที่เกี่ยวข้องกับการสะสมของไขมันที่พอกตามอวัยวะต่างๆ ที่มาจากการบริโภคอาหารที่มากเกินไปซึ่งร่างกายนั้นไม่สามารถขับออกได้หมดส่งผลให้ร่างกายทำงานผิดปกติได้ นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดโรคความดัน เบาหวาน ไขมัน โรคหลอดเลือดหัวใจและโรคหลอดเลือดสมอง (หมอชาวบ้าน, 2550 อ้างถึงใน มโนลี ศรีเปารยะ เพ็ญพงษ์, 2539) จากสำนักงานสำรวจสุขภาพประชาชนไทย (สสท., 2557) ได้รายงานการสำรวจสุขภาพประชาชนไทยโดยการตรวจร่างกาย บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป พบว่าเพศชายจาก 3 ใน 10 คน และเพศหญิงจาก 4 ใน 10 คนอยู่ในเกณฑ์อ้วน (BMI  $\geq 25$  kg/m<sup>2</sup>) สำหรับสถานการณ์น้ำหนักเกินพบว่าในเพศชายนั้นมีน้ำหนักเกินร้อยละ 18.6 และในเพศหญิงมีร้อยละ 45 เมื่อเปรียบเทียบกับผลการสำรวจสุขภาพประชาชนไทยโดยการตรวจร่างกาย ครั้งที่ 4 เมื่อปี 2552 (สสท., 2552) ภาวะน้ำหนักเกินมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะเพศหญิงที่เพิ่มจากร้อยละ 40.7 เป็นร้อยละ 41.8 ส่วนในเพศชายเพิ่มจากร้อยละ 28.4 เป็นร้อยละ 32.9 จากรายงานสถิติสุขภาพโลก (2564) ประชากรโลกที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน มีจำนวนโดยประมาณถึง 1,718 ล้านคน นพรัตน์ มีจินดา และคณะ (2563) ได้อธิบายว่า ในปัจจุบันการมีน้ำหนักเกินมาตรฐานส่งผลต่อสุขภาพมากที่สุดและเป็นปัญหาอันดับต้นๆ ที่รุนแรง และไม่ใช่แค่ปัญหาในประเทศไทยเพียงอย่างเดียว แต่เป็นปัญหาในหลายๆ ประเทศทั่วโลกที่ต้องเผชิญอยู่สำหรับในกลุ่มอาเซียนประเทศไทยติดอันดับพลเมืองมีน้ำหนักเกินเป็นอันดับสอง ซึ่งผลการศึกษาของ ทิพย์พิกา ธรฤทธิ์ (2553) ได้ศึกษาปัจจัย

ที่มีอิทธิพลต่อแบบแผนการบริโภคอาหารของวัยรุ่นหญิงที่มีภาวะโภชนาการเกินในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า วัยรุ่นเพศหญิงที่มีภาวะโภชนาการเกินมีแบบแผน ในการบริโภคอาหารอยู่ในระดับพอใช้และในระดับไม่เหมาะสม ในด้านสุขนิสัยในการบริโภคอาหารอยู่ในระดับที่ไม่เหมาะสม จากกลุ่มตัวอย่างที่มีภาวะโภชนาการเกินนั้น มีพฤติกรรมเสี่ยงในด้านต่างๆ ของการบริโภค สำหรับผลการศึกษาของ สุพิณญา คงเจริญ (2560) จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมที่เป็นปัญหาของบุคคลที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน คือ พฤติกรรมการบริโภคที่ไม่เหมาะสม โดยบุคคลที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานและบุคคลที่มีภาวะโภชนาการเกินจะมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม และมีพฤติกรรมที่เสี่ยงในด้านต่างๆ ของการบริโภค เกษมสุข เกษร และ อุษณีย์ บุญบรรจบ (2562) อธิบายว่า วัยผู้ใหญ่ตอนต้นนั้นเป็นวัยที่สำคัญต่อการพัฒนาประเทศเนื่องจากวัยผู้ใหญ่ตอนต้นนั้นเป็นช่วงที่พัฒนาการทางด้านร่างกาย สังคม อารมณ์ และสติปัญญาที่ค่อนข้างสมบูรณ์ ร่วมด้วยมีการพัฒนาด้านจริยธรรม และเป็นวัยที่เริ่มต้นในการประกอบอาชีพ เลี้ยงดูครอบครัว และเริ่มสร้างครอบครัว การมีคู่ครองและความสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ มณีวรรณ ฉัตรอุทัย (2542) กล่าวว่า ในความสัมพันธ์แต่ละความสัมพันธ์นั้นมีหลายรูปแบบที่แตกต่างกัน ตั้งแต่ระดับแรกคือเพียงคนที่รู้จักคุ้นเคยขยับเป็นระดับที่สนิทแบบเป็นเพื่อน เป็นญาติ คนในครอบครัวและเป็นคู่รัก นอกจากรูปแบบความสัมพันธ์แล้วระยะเวลาของความสัมพันธ์ที่จะคงอยู่นั้นจะยาวนานเพียงใดนั้นไม่ได้เกิดจากสัญชาติญาณหรือสิ่งที่ติดตัวมาตั้งแต่เกิดแต่สามารถพัฒนาจากการเรียนรู้ได้ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีจิตสังคมของอีริกสัน (Erikson, 1968) ในขั้นที่ 6 คือ ขั้นความรักใคร่ใกล้ชิด – การแยกตัว (Intimacy Vs Isolation) เมื่อบุคคลบรรลุถึงการมีเอกลักษณ์ในตนเองแล้วก็ต้องการที่จะสร้างสัมพันธ์ภาพที่ใกล้ชิด และมีความหมายกับคนอื่น ๆ ถึงแม้ว่าสัมพันธ์ภาพที่มีความหมายกับเพศตรงข้ามจะเกิดขึ้น ในช่วงเวลานี้ แต่มิตรภาพที่แน่นแฟ้นกับเพื่อนเพศเดียวกันก็มีเช่นเดียวกัน ผู้ใหญ่ที่ไม่สามารถ มีความรักใคร่ใกล้ชิดกับผู้ใด ไม่สนใจใครไม่อยากจะข้องสัมพันธ์กับใครๆ จะแยกตัวออกจาก คนอื่นๆ และเกิดความรู้สึกโดดเดี่ยว ด้วยวิถีชีวิตของกลุ่มคนวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่ต้องดำเนินกิจกรรมทางสังคมต้องติดต่อหรือมีความสัมพันธ์กับโลกภายนอก ดังนั้นรูปลักษณ์ภายนอกนับเป็นสิ่งจำเป็นต่อบุคลิกภาพภายนอก รูปร่างหน้าตา ผิวพรรณที่ดีจะช่วยส่งเสริมให้บุคคลมีความมั่นใจ (ศุภวิจักกสิกรไทย, 2553 อ้างถึงในสิริภักฎญา คำนารีย์, 2563) ซึ่งแท้จริงแล้วสุขภาพที่ดีนั้นเป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญมากกว่าเรื่องความสวยงาม แต่บุคคลในสังคมก็ยังคงประเมินรูปลักษณ์ของตนเองตามมาตรฐานความงามของคนในสังคม (Hurd, 2000 อ้างถึงใน Grippio & Hill, 2008) Persistence Market Research (PMR) (2022) ได้ทำการสำรวจบุคคลวัยผู้ใหญ่ที่อาศัยอยู่ในสหรัฐอเมริกาประมาณ 68% นั้นมีการบริโภคอาหาร



เสริม นอกจากนี้จากงานวิจัยของ สุขุมมาลย์ วีระสมบูรณ์ (2550) ได้ศึกษาการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18-30 ปี ซึ่งตรงกับวัยผู้ใหญ่ตอนต้นและสอดคล้องกับงานวิจัยของ จรรยาพร แก้วเสมอ (2551) พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีช่วงอายุระหว่าง 30-39 ปี

ด้วยปัจจัยหลายๆด้านบุคคลในสังคมจึงหันไปใช้อาหารเสริมความงามเป็นคำตอบในการแก้ไขปัญหาในเรื่องรูปลักษณ์และส่งผลให้การบริโภคอาหารเสริมความงามจึงเป็นที่นิยมของคนในสังคม โดยการศึกษาคาดการณ์ของ Beauty supplements market (n.d.) ได้อธิบายว่าตลาดอาหารเสริมความงามทั่วโลกในปี 2559 มีมูลค่าประมาณ 3.5 พันล้านดอลลาร์ และคาดว่าจะสูงถึงเกือบ 7 พันล้านดอลลาร์ในปี 2567 Persistence Market Research (PMR) (2022) ได้วิเคราะห์ถึงตลาดผลิตภัณฑ์อาหารเสริมไว้ว่าในช่วงปี 2564 เอเชียแปซิฟิกเป็นภูมิภาคที่มีตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ใหญ่ที่สุด คิดเป็น 31.2% ของตลาดโลก โดยในระหว่างปี 2557 จนถึงปี 2563 ตลาดอาหารเสริมในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกคาดว่าจะมีการเติบโตถึง 9.1% นริศรัทธา ตูลาผล (2559) อธิบายว่าการซื้อขายของอาหารเสริมความงามในประเทศไทยนั้นมีมูลค่าประมาณ 1.4 หมื่นล้านบาทหรือคิดเป็นสัดส่วน 21% ของมูลค่าการซื้อขายอาหารเสริมในประเทศต่างๆ ทั้งนี้ในช่วงปี 2554-2558 อาหารเสริมความงามนั้นมีการขยายตัวและเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีอัตราการเฉลี่ยสะสมสูงถึง 12% ต่อปี โดยประเภทของอาหารเสริมที่มีการซื้อขายที่สูงที่สุดคืออาหารเสริมประเภทบำรุงผิวและประเภทควบคุมน้ำหนัก จากผลการศึกษาของ AITamimi (2019) ได้ศึกษาการบริโภคอาหารเสริมในประเทศซาอุดีอาระเบีย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่บริโภคอาหารเสริมด้วยเหตุผลด้านความงามเป็นหลัก เช่นการดูแลผิวพรรณและบำรุงผม จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่าอาหารเสริมความงามนั้นเป็นที่นิยมในสังคมและบุคคลในสังคม มีการบริโภคอาหารเสริมความงามเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่เดียวการบริโภคอาหารเสริมย่อมมีความเสี่ยงที่สามารถเกิดอันตรายได้เช่นกัน โดยอาหารเสริมความงามบางจำพวกอาจขาดคุณภาพไม่ปลอดภัย ไม่มีเครื่องหมายที่ถูกต้องในการรับรองและผิดกฎหมาย ซึ่งอาหารเสริมความงามกลุ่มนี้อาจมีการใช้สื่อช่องทางต่างๆ สำหรับการโฆษณาเพื่อการหลอกลวงหรือกล่าวอ้างสรรพคุณที่เกินจริงทำให้ผู้บริโภคได้รับผลกระทบตามมา Perez et al.(2020) ได้ศึกษาความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของอาหารเสริมบำรุงผิว ผม และเล็บในร้านค้าปลีกจากการสำรวจจากร้านค้าปลีก พบว่า ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมนั้นขาดการกำกับดูแลด้านกฎระเบียบโดยส่วนใหญ่ขาดฉลากคำเตือนบนบรรจุภัณฑ์ซึ่งรวมถึงความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับส่วนผสมของ

อาหารเสริมและสามารถซื้อขายได้ง่ายโดยไม่ต้องผ่านหมอหรือผู้เชี่ยวชาญ จากข้อมูลของ ศูนย์เฝ้าระวังและรับรองเรียนผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาพบว่า ในปีงบประมาณ 2558 มีเรื่องร้องเรียนเข้ามารวมทั้งสิ้น 1,315 เรื่อง โดยส่วนใหญ่ที่ได้รับแจ้ง เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอาหารเสริมความงามเรื่องที่ได้รับร้องเรียน ในกลุ่มอาหารเสริมความงาม และเครื่องสำอาง ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอ้างทำให้ผิวขาว ไร้ริ้วรอย 2) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอ้างทำให้ผิวขาวเนียน 3) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอ้างช่วยลดน้ำหนัก 4) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอ้างทำให้หน้าอกโต และ 5) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอ้างบำรุงร่างกาย/รักษาอาการต่างๆ (ทรงฤทธิ์ ทองมีขวัญ, 2561)

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติพบว่างานวิจัยของคุณเดือน พันธุมนาวิน (2558) ได้อธิบายถึงพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติด้านการบริโภคไว้ว่าเป็นการที่บุคคลนั้นมีวิธีในการเลือกบริโภคในสิ่งที่รับประทานและคุณภาพของสิ่งที่บริโภคได้อย่างเหมาะสม โดยผู้บริโภคนั้นมีความตระหนักรู้หรือรับรู้ที่ตนเองกำลังบริโภคสิ่งใด โดยผ่านการคัดสรร การคิดอย่างมีวิจารณญาณโดยมีการพิจารณาเกี่ยวกับประโยชน์หรือโทษ และหลีกเลี่ยงการบริโภคในสิ่งที่ไม่ดีต่อสุขภาพต่อการบริโภค พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสตินั้นมีความสำคัญต่อชีวิต ถ้าบุคคลนั้นมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติจะช่วยลดความเสี่ยงในด้านต่างๆหรือช่วงลดผลกระทบที่อาจจะขึ้นต่อชีวิตลงได้ เนื่องจากทุกการกระทำนั้นผ่านการไตร่ตรองมาอย่างดีแล้ว เช่นการเลือกซื้ออาหารเสริมความงามถ้าบุคคลมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติจะคำนึงถึงประโยชน์และโทษ มีการหาข้อมูลในด้านความปลอดภัยของอาหารเสริมก่อนบริโภค เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจพบได้จากการบริโภคอาหารเสริม จากงานวิจัยปัจจัยเชิงเหตุของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา : การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล ตัวแปรในงานวิจัยนี้มี 6 กลุ่มตัวแปร กลุ่มตัวแปรแรกจำนวน 5 ตัวแปรเป็นกลุ่มตัวแปรจิตลักษณะเดิม ได้แก่ ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน แรงจูงใจ ใฝ่สัมฤทธิ์ ความเชื่ออำนาจในตน เอกลักษณะทางจริยธรรม และสุขภาพจิต กลุ่มตัวแปรที่สองคือ กลุ่มตัวแปรสถานการณ์ จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ การอบรมเลี้ยงดูแบบรักสนับสนุน และใช้เหตุผล การมีแบบอย่างที่ดีด้านเสี่ยงอย่างมีสติจากผู้ปกครอง การเห็นแบบอย่างจากสื่อด้านการเสี่ยงอย่างมีสติ การได้รับการสนับสนุนจากคนรอบข้าง และการอบรมปลูกฝังด้านเสี่ยงอย่างมีสติ จากสถานศึกษากลุ่มตัวแปรที่สาม คือ กลุ่มตัวแปรจิตลักษณะตามสถานการณ์ มีจำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ ทศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติ ความพร้อมที่จะเสี่ยงอย่างมีสติ การมีภูมิคุ้มกันตนด้านการคบเพื่อน และการมีภูมิคุ้มกันตนทางจิต กลุ่มตัวแปรที่มี คือ กลุ่มตัวแปรความสำเร็จในชีวิต ประกอบด้วย 2

ตัวแปร ได้แก่ ความผาสุกในชีวิต และผลการเรียน กลุ่มตัวแปรสุดท้าย คือ กลุ่มตัวแปรตามที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติ ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ได้แก่ พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติ ด้านการคบเพื่อน พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติ ด้านการเดินทาง พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติ ด้านการกิน และพฤติกรรมสนับสนุนให้เพื่อนเสี่ยงอย่างมีสติ

จากการประมวลเอกสารและงานวิจัยข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาตัวแปรที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน โดยศึกษาว่าปัจจัยจิตลักษณะเดิม ได้แก่ เอกลักษณ์แห่งตน มุ่งอนาคตควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตน แรงจูงใจ ใฝ่สัมฤทธิ์ ปัจจัยสถานการณ์ ได้แก่ อิทธิพลของตัวแบบจากสื่อและเพื่อน การสนับสนุนจากครอบครัว และปัจจัยจิตลักษณะตามสถานการณ์ ได้แก่ทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามเพียงใด และตัวแปรใดเป็นตัวแปรทำนายที่สำคัญของพฤติกรรมดังกล่าว ซึ่งการใช้อาหารเสริมความงามของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นนั้นเป็นอีกประเด็นที่สำคัญในสังคมปัจจุบันที่ควรให้ความสำคัญ เนื่องจากการใช้อาหารเสริมความงามนั้นมีทั้งข้อดีและข้อเสีย ซึ่งข้อเสียนั้นอาจเสี่ยงที่จะเกิดอันตรายต่อสุขภาพร่างกายด้วยเหตุผลนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์หรือแนวทางการศึกษาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคและเป็นแนวทางในการวางแผนกำหนดนโยบายในการลดผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่เสี่ยงอันตรายต่อร่างกาย

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน เมื่อจำแนกตาม เพศ สถานภาพสมรส รายได้ อาชีพ
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจิตลักษณะเดิม ปัจจัยสถานการณ์ และปัจจัยจิตตามสถานการณ์ กับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน
3. เพื่อทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานโดยใช้ปัจจัยจิตลักษณะเดิม ปัจจัยสถานการณ์ และจิตลักษณะตามสถานการณ์ในกลุ่มรวม และเมื่อจำแนกตามเพศ สถานภาพสมรส รายได้ อาชีพ

### ความสำคัญของการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปเป็นข้อมูลเสนอแนะจนนำไปสู่การแก้ไขหรือพัฒนาต่อในทิศทางที่เหมาะสมให้แก่ หน่วยงานด้านการดูแลหรือการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้หน่วยงานประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ความรู้ถึงความเสี่ยงและวิธีลดความเสี่ยงให้กับผู้บริโภคและผู้ผลิตอาหารเสริมความงามรวมทั้งผู้ใช้ที่ใช้อาหารเสริมความงาม ซึ่งผลการวิจัยนี้จะสามารถเป็นข้อมูลให้บุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้มีข้อมูลปัจจัยคุณลักษณะทางจิต และปัจจัยทางสังคมที่สำคัญของการรับรู้ถึงความเสี่ยงของการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทเสริมความงาม ซึ่งผลการวิจัยงานนี้จะสามารถนำไปใช้สร้างกิจกรรมที่จะส่งเสริมให้บุคคลที่อยู่ในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติ ในการบริโภคอาหารเสริมความงามได้ต่อไป

### ขอบเขตการวิจัย

#### ประชากร

วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน อายุ 18-40

#### กลุ่มตัวอย่าง

วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน อายุ 18-40 ปี การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) การคำนวณกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการ G\*Power กำหนดค่า effect size เท่ากับ .05 ค่าความคลาดเคลื่อน .05 กำหนดค่า power เท่ากับ .80 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยจำนวน 322 คน (Faul et al., 2007; บุญใจ ศรีสถิตยน์รากลู, 2553) ทั้งนี้เพื่อป้องกันข้อมูลสูญหายหรือไม่ครบถ้วน ผู้วิจัยจึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่าง

จำนวน 2% ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลจำนวน 680 คนโดยเกณฑ์การคัดออก คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีค่า BMI ต่ำกว่า 25 ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างไว้ ประมาณ 330 คน

## ตัวแปร

1. ตัวแปรต้น ประกอบด้วย
  - 1.1 ปัจจัยจิตลักษณะเดิม ได้แก่
    - 1.1.1 เอกลักษณะแห่งตน
    - 1.1.2 มุ่งอนาคตควบคุมตน
    - 1.1.3 ความเชื่ออำนาจในตน
    - 1.1.4 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์
  - 1.2 ปัจจัยสถานการณ์ ได้แก่
    - 1.2.1 อิทธิพลของตัวแบบจากสื่อและเพื่อน
    - 1.2.2 การสนับสนุนจากครอบครัว
  - 1.3 ปัจจัยจิตลักษณะตามสถานการณ์ ได้แก่
    - 1.3.1 ทศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม
    - 1.3.2 ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม
    - 1.3.3 ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม
3. ตัวแปรแบ่งกลุ่มย่อย ได้แก่ เพศ สถานภาพ รายได้ และอาชีพ

## นิยามปฏิบัติการ

1. พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม หมายถึง พฤติกรรมในการบริโภคอาหารเสริมความงามอย่างมีวิจารณญาณมีการคิดพิชารณาก่อนการบริโภคอาหารเสริม โดยมีการศึกษาข้อมูลในด้านประโยชน์และโทษที่จะเกิดขึ้นของอาหารเสริมความงามเมื่อบุคคลยังไม่ทราบผลลัพธ์ที่แท้จริงของการบริโภคอาหารเสริม โดยแบ่งเป็น 4 ด้าน คือ

1) ความเสี่ยงด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ (Functional risk) หมายถึง พฤติกรรมในการบริโภคอาหารเสริมความงามเมื่อรับรู้ว่ามีผลิตภัณฑ์หรืออาหารเสริมความงามนั้น อาจไม่สามารถทำหน้าที่ได้เท่าที่ควรหรือไม่ได้เป็นไปตามที่คาดหวังตามเป้าหมายที่ตั้งใจเอาไว้

2) ความเสี่ยงด้านกายภาพ (Physical risk) หมายถึง พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมเมื่อรับรู้ว่าจะอาจมีอันตราย หรือความผิดปกติที่จะเกิดขึ้นต่อร่างกายจากการบริโภค และหลังการบริโภคอาหารเสริมความงาม

3) ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial risk) หมายถึง พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมเมื่อรับรู้ว่าจะอาจสูญเสียเงินจากการซื้ออาหารเสริมความงามแล้วไม่ได้ผลมีความรู้สึกที่ไม่คุ้มค่างบเงินที่เสียไป

4) ความเสี่ยงด้านเวลา (Time risk) หมายถึง พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมเมื่อรับรู้ว่าจะต้องสูญเสียเวลาไปกับการค้นหาข้อมูลของอาหารเสริมความงามที่ต้องการหรือสูญเสียเวลาหากได้รับผลกระทบจากอาหารเสริมความงามเมื่อผลิตภัณฑ์ทำหน้าที่ได้ไม่ดีตามที่คาดหวัง

การวัดพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามใช้แบบวัดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองโดยแบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินรวมค่า (Summated Rating scale) คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย ผู้ที่ได้คะแนนมากกว่าหมายถึงมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามที่สูงกว่าผู้ที่ได้คะแนนต่ำกว่า

2. ความหมายเอกลักษณ์แห่งตน หมายถึง ลักษณะของความเข้าใจในตนเองว่าตนเองเป็นใครมีความคิดเป็นของตนเอง สามารถแสดงออกได้อย่างเหมาะสมเพื่อการดำเนินชีวิตในแนวทางใดทางหนึ่ง ยอมรับความแตกต่าง และความเหมือนกันของบุคคลในเรื่องต่างๆ โดยมีการพัฒนาไปตามช่วงวัยและประสบการณ์จากสังคมรอบด้าน

การวัดเอกลักษณ์แห่งตนใช้แบบวัดเอกลักษณ์แห่งตนที่ปรับปรุงมาจากงานวิจัยของ อุษษา ศรีจินดารัตน์ (2553) แบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินรวมค่า (Summated Rating scale) 6 ระดับ คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย

3. มุ่งอนาคตควบคุมตน หมายถึง ความสามารถในการมองการณ์ไกล คาดการณ์ในอนาคตให้ความสำคัญกับเรื่องในอนาคต โดยมีการวางแผนเพื่อควบคุมตนให้บรรลุความปรารถนา

การวัดพฤติกรรมมุ่งอนาคตควบคุมตน ใช้แบบวัดมุ่งอนาคตควบคุมตนที่ปรับปรุงมาจากงานวิจัยของ ยุภาวรรณ ดวงอินตา (2549) แบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินรวมค่า (Summated Rating scale) 6 ระดับ คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย

4. ความเชื่ออำนาจในตน หมายถึง ความเชื่อที่เกิดจากการกระทำและความสามารถของตนเองไม่ว่าจะเกิดสิ่งที่ดีหรือไม่ดี ล้วนเกิดจากตนเอง

การวัดความเชื่ออำนาจในตนใช้แบบวัดความเชื่ออำนาจในตนที่ปรับปรุงมาจากงานวิจัยของ อรพินทร์ ชูชม (2554) แบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินรวมค่า (Summated Rating scale) 6 ระดับ คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย

5. แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ หมายถึง ความพยายามหรือความมุ่งมั่นเพื่อกระทำให้ได้สิ่งหนึ่งให้บรรลุถึงผลสำเร็จโดยไม่ย่อท้อ ต่ออุปสรรคที่ขัดขวาง พยายามฝ่าฟันให้ประสบความสำเร็จตามที่ที่กำหนดไว้

การวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ใช้แบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่ปรับปรุงมาจากงานวิจัยของ คุณเดือน พันธุมนาวิน (2558) แบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินรวมค่า (Summated Rating scale) 6 ระดับ คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย

6. อิทธิพลตัวแบบ หมายถึง บุคคลหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีแรงจูงใจ อำนาจหรือมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โดยแบ่งเป็นสองประเภทได้แก่

อิทธิพลตัวแบบจากสื่อ หมายถึง ผลที่ได้จากการรับชมสื่อทั้งทางทีวีและออนไลน์ โดยที่สื่อนั้นมีอำนาจสร้างการเปลี่ยนแปลงในด้านความคิด ทศนคติ และค่านิยมต่อบุคคลที่รับสื่อ

การวัดอิทธิพลตัวแบบจากสื่อใช้แบบวัดอิทธิพลตัวแบบจากสื่อที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง แบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินรวมค่า (Summated Rating scale) 6 ระดับ คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย

อิทธิพลตัวแบบจากเพื่อน หมายถึง เพื่อนนั้นมีอำนาจในการการจูงใจ โน้มน้าว หรือมีพฤติกรรมการเลียนแบบแนวคิดในด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงความคิด และพฤติกรรม

การวัดอิทธิพลตัวแบบจากเพื่อนใช้แบบวัดอิทธิพลตัวแบบจากเพื่อนที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง แบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินรวมค่า (Summated Rating scale) 6 ระดับ คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย

8. การสนับสนุนทางสังคมจากครอบครัว หมายถึง การที่บุคคลรู้สึกว่าคุณมีความสัมพันธ์และเป็นที่ยอมรับว่าเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว นอกจากนี้ยังได้รับการสนับสนุนและความช่วยเหลือทั้งทางด้านวัตถุและทางจิตใจ

การวัดการสนับสนุนทางสังคมใช้แบบวัดการสนับสนุนทางสังคมจากครอบครัวที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองแบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินรวมค่า (Summated Rating scale) 6 ระดับ คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย

9. ทศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม หมายถึง ความเชื่อ และความรู้สึที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงามซึ่งโน้มเอียงไปในทางบวกที่เกิดจากประสบการณ์และการเรียนรู้

การวัดทศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม ใช้แบบวัดทศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองแบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินรวมค่า (Summated Rating scale) 6 ระดับ คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย

10. ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม หมายถึง ความต้องการที่มีการเตรียมการสำหรับซื้ออาหารเสริมความงาม ซึ่งเกิดจากการคิดวิเคราะห์ ศึกษาหาข้อมูล และประสบการณ์ โดยที่จะต้องได้รับประโยชน์ในการซื้อมากที่สุด

การวัดใช้แบบวัดความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงามที่ปรับปรุงมาจากงานวิจัยของ จักรวีณ์ สิทธิศิริอรุณ (2560) แบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินรวมค่า (Summated Rating scale) 6 ระดับ คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย

11. ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม หมายถึง ความสามารถในการป้องกันตนไม่ให้อยู่ในภาวะเสี่ยงในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

การวัดภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ใช้แบบวัดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง แบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินรวมค่า (Summated Rating scale) 6 ระดับ คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย



## สมมติฐานของการวิจัย

1. เปรียบเทียบพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน เมื่อจำแนกตาม เพศ สถานภาพ รายได้ อาชีพ ดังนี้

1.1 วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานเพศหญิงมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามสูงกว่าเพศชาย

1.2 วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานสถานภาพโสดมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามสูงกว่าสถานภาพ

1.3 วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีรายได้ไม่พอใจมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมสูงกว่ารายได้พอใช้และเหลือเก็บ

1.4 วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานอาชีพพนักงานเอกชนมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามสูงกว่าอาชีพอื่น ๆ

2. ปัจจัยจิตลักษณะเดิม ได้แก่ เอกลักษณะแห่งตน มุ่งอนาคตควบคุมตนเอง ความเชื่ออำนาจในตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน ดังนี้

2.1 เอกลักษณะแห่งตน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

2.2 มุ่งอนาคตควบคุมตนเอง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

2.3 ความเชื่ออำนาจในตน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

2.4 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

3. ปัจจัยสถานการณ์ ได้แก่ อิทธิพลของตัวแบบ และการสนับสนุนจากครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน ดังนี้

3.1 อิทธิพลของตัวแบบจากสื่อและเพื่อน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

3.2 การสนับสนุนจากครอบครัว มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

4. ปัจจัยจิตตามสถานการณ์ ได้แก่ ทศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม และภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

4.1 ทศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงามมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

4.2 ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงามมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

4.3 ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงามมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

4.4 มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

5. ปัจจัยจิตลักษณะเดิม ได้แก่ เอกลักษณะแห่งตน มุ่งอนาคตควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตนแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ปัจจัยสถานการณ์ ได้แก่ อิทธิพลของตัวแบบจากสื่อและเพื่อน การสนับสนุนจากครอบครัวและปัจจัยจิตตามสถานการณ์ ได้แก่ ทศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงามสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานได้ในกลุ่มรวม และเมื่อจำแนกตามเพศ สถานภาพ รายได้ อาชีพ อย่างน้อยร้อยละ 3

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทเสริมความงาม โดยแบ่งเป็นสาระสำคัญออกเป็นหัวข้อต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

- 1.1 มโนทัศน์เบื้องต้นของวัยผู้ใหญ่ตอนต้น
- 1.2 พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม
- 1.3 การวัดพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม
- 1.4 แนวคิดทฤษฎีต้นไม้อัจฉริยะ

2. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

2.1 ปัจจัยจิตลักษณะเดิม

- 2.1.1 เอกลักษณ์แห่งตน
- 2.1.2 มุ่งอนาคตควบคุมตน
- 2.1.3 ความเชื่ออำนาจในตน
- 2.1.4 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

2.2 ปัจจัยสถานการณ์

- 2.2.1 อิทธิพลของตัวแบบจากสื่อและเพื่อน
- 2.2.2 การสนับสนุนจากครอบครัว

2.3 ปัจจัยจิตลักษณะตามสถานการณ์

- 2.3.1 ทักษะที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม
- 2.3.2 ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม
- 2.3.3 ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

2.4 ตัวแปรภูมิหลัง

- 2.4.1 เพศ
- 2.4.2 สถานภาพ
- 2.4.3 รายได้
- 2.4.4 อาชีพ

## 1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

### 1.1 มโนทัศน์เบื้องต้นของวัยผู้ใหญ่ตอนต้น

Adulthood ในภาษาละติน มีความหมายว่า เป็นการเจริญเติบโตที่ได้รับการพัฒนาอย่างเต็มที่ทั้งด้านขนาดและความแข็งแรง อีกทั้งยังมีวุฒิภาวะ (Maturity) ซึ่ง Adult ที่แปลว่าผู้ใหญ่ นั้นมาจาก ภาษาละติน ดังนั้น ผู้ใหญ่ (Adult) จึงหมายถึงบุคคลที่ได้รับการพัฒนาอย่างเต็มที่ และเจริญเติบโตในทุกๆด้าน ทั้งด้านวุฒิภาวะ การเข้าสังคม ในขณะที่ความเป็นผู้ใหญ่ (Adulthood) หมายถึง ช่วงชีวิตที่ได้รับการพัฒนาการตามขั้นจนถึงขั้นสมบูรณ์ทางวุฒิภาวะ โดยวุฒิภาวะนั้นเป็นสิ่งที่สามารถตัดสินความเป็นผู้ใหญ่ได้ซึ่งสามารถพิจารณาจากความสมบูรณ์ทางวุฒิภาวะ (ประณต คำฉิม, 2549) โดยมีนักวิชาการได้ให้ความหมายของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นไว้หลายท่านโดยประณต คำฉิม (2549) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผู้ใหญ่ตอนต้นนั้นมีช่วงอายุ 18-40 ปี และเป็นในช่วงระยะเวลาที่ร่างกายนั้นเจริญเติบโตเต็มที่ อวัยวะต่างๆ พัฒนาอย่างสมบูรณ์และทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทางด้านจิตใจเองนั้นก็มีความมั่นคง โดยสามารถควบคุมการแสดงออกทางอารมณ์ได้ดี วัยผู้ใหญ่ตอนต้นเป็นช่วงเวลาของการเปลี่ยนแปลงในวิถีการดำเนินชีวิตจึงต้องมีการปรับตัวต่อสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างจากเดิม และการรับมือต่อความคาดหวังของคนในสังคม ซึ่งสอดคล้องกับเจษฎา อังกาบสี (2560) อธิบายว่า ช่วงวัยผู้ใหญ่ตอนต้นนั้นเริ่มต้นเมื่อบุคคลมีอายุ 18 ถึง 40 ปี เป็นช่วงที่มีการเจริญเติบโต ด้านร่างกาย และจิตใจ กล่าวคือ อวัยวะต่างๆทำงานได้อย่างเต็มที่ ใจดีและอารมณ์มั่นคง พร้อมทั้งควบคุมได้ สามารถควบคุมอารมณ์ได้ดีขึ้น วัยนี้เป็นวัยของการค้นหารูปแบบการใช้ชีวิตที่เหมาะสมกับตัวเอง เป็นวัยของการปรับตัวต่อแบบแผนชีวิตที่ต่างไปจากช่วงวัยรุ่นอย่างมาก ศรีประภา ชัยสินธพ (2559) อธิบายว่า วัยผู้ใหญ่ตอนต้นหรือวัยหนุ่มสาว (young adult) คือช่วงอายุ 18-35 ปี เป็นวัยที่เต็มไปด้วยความทะเยอทะยาน มุ่งมั่นในการสร้าง และทำตามจุดมุ่งหมาย และยังกำหนดทางเดินให้กับชีวิตด้วยตนเอง ศรีเรื่อน แก้วกังวาล (2540) อธิบายว่า วัยผู้ใหญ่ตอนต้น คือบุคคลที่อายุราว 25-40 ปี โดยบุคคลที่อยู่ในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นเองจะมีพัฒนาการทางกายที่เจริญเติบโตอย่างเต็มที่ เป็นช่วงที่กำลังหาแนวทางในการใช้ชีวิตต่อเนื่องมาจากช่วงวัยรุ่น เช่น อาชีพ เพื่อน คู่ครอง และอื่นๆ ช่วงวัยนี้จึงเป็นระยะสำรวจ (Exploratory Period) จากเอกสารข้างต้นจึงสรุปได้ว่า วัยผู้ใหญ่ตอนต้น คือ เป็นวัยที่มีช่วงอายุ 18-40 ปี เป็นช่วงที่มีพัฒนาการทางร่างกายเจริญเติบโตอย่างเต็มที่ และสมบูรณ์ในทุกๆด้าน วัยนี้เป็นช่วงเวลาในการปรับตัว ทดลองและสำรวจวิถีในการใช้ชีวิตของตนเอง พัฒนาการของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นสามารถแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

พัฒนาการด้านร่างกายในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นระหว่าง 20 ปี จนถึงช่วงต้นของวัย 30 ปี เป็นเวลาที่บุคคลมีพัฒนาการทางกายสมบูรณ์เต็มที่ แม้ว่าระบบต่างๆในร่างกายจะมีประสิทธิภาพสูงสุดไม่พร้อมเพียงกัน เนื่องจากแต่ละระบบมีแบบแผนและอัตราเร็วของพัฒนาการแตกต่างกันไป อย่างไรก็ตามระบบทางกายทั้งหมดก็จะเจริญเติบโตที่สุดในช่วงเวลานี้ของชีวิต หลังจากนั้นจึงค่อยๆ เสื่อมสภาพลง ดังนั้น วัยผู้ใหญ่ตอนต้นจึงเป็นทั้งช่วงเวลาของการบรรลุวุฒิภาวะและการเสื่อมถอยทางชีวภาพ แต่เมื่อพิจารณาสภาพร่างกายโดยรวมนั้น เป็นที่ปรากฏชัดว่า ในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นนี้ ร่างกายทั้งภายนอกและภายในของบุคคลอยู่ในสภาพที่ดีที่สุด

พัฒนาการด้านอารมณ์ วัยผู้ใหญ่ตอนต้นเริ่มมีการควบคุมอารมณ์ และมักจะดีกว่าช่วงวัยรุ่น อีกทั้งยังคำนึงถึงความรู้สึกของคนรอบข้าง ยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่นได้ดีขึ้น ด้านอารมณ์รักก็มีการพัฒนาและแตกต่างจากช่วงวัยรุ่น ซึ่งอารมณ์รักในที่นี้นี้มีหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นรักแรกพบ หรือรักแบบโรแมนติก ในวัยนี้จะให้ความสนใจกับการใช้ชีวิตคู่มากกว่าแต่ก่อน นอกจากนี้การใช้กลไกทางจิตฝืนกลางวัน การเก็บกดจะลดลง และจะทำให้เหตุผลกับทุกๆ สิ่งมากขึ้น (เจษฎา อังกาบสี, 2560)

พัฒนาการด้านสังคม วัยผู้ใหญ่ตอนต้นเป็นวัยแห่งการเริ่มสร้างรากฐาน และลงหลักปักฐานให้กับชีวิต เริ่มจากการประกอบอาชีพ ทำงาน การมีคู่ครอง จนกระทั่งการมีบุตร โดยช่วงวัยนี้จำเป็นต้องปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงหลายอย่าง เช่น หน้าที่ที่เปลี่ยนแปลงไป การมีชีวิตคู่ โดยสิ่งแวดล้อมและสังคมเป็นส่วนที่มีปัจจัยอย่างมากต่อการดำรงชีวิต โดยพัฒนาการทางด้านสังคมของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นสามารถอธิบายได้ตามทฤษฎีพัฒนาบุคลิกภาพของ Erikson ซึ่งวัยผู้ใหญ่ตอนต้นอยู่ในขั้นพัฒนาการขั้นที่ 6 คือ ความใกล้ชิดสนิทสนมหรือการแยกตัว (intimacy and solidarity vs. isolation) โดยกลุ่มสังคมของบุคคลวัยนี้ นั่นคือเพื่อน คนรัก วัยผู้ใหญ่ตอนต้นจะพัฒนาความรัก ความผูกพัน ตามหาเพื่อนที่สนิทรู้ใจหากสามารถสร้างมิตรภาพที่ดีและอยู่คงในระยะยาวจะเป็นบุคคลที่มีความผูกพันกันในลักษณะ ที่เชื่อใจซึ่งกันและกัน ตรงข้ามกับบุคคลที่ไม่สามารถสร้างความใกล้ชิดหรือสนิทใจอย่างจริงจังกับผู้อื่นได้จะรู้สึกเปล่าเปลี่ยว เดียวดาย หรือเป็นคนที่รักและสนใจแค่ตนเอง วัยนี้จะมีการเปลี่ยนแปลงจากวัยรุ่นในเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนอาจจะไม่มากเท่าช่วงวัยรุ่นแต่ความสัมพันธ์ของเพื่อนที่สนิทสนมยังคงอยู่และจะมีความผูกพันกันมาก โดยเฉพาะในเพศเดียวกัน ความสัมพันธ์ของสมาชิกในครอบครัวจะสูงขึ้นเพราะช่วงวัยนี้เป็นวัยที่เริ่มต้นในการสร้างและใช้ชีวิตแบบครอบครัว (สุชาติ โสมประยูร, 2533)

พัฒนาการด้านสติปัญญา วัยผู้ใหญ่ตอนต้นเป็นช่วงวัยที่ความสามารถทางสติปัญญานั้นมีการพัฒนาเต็มที่บุคคลในวัยนี้จึงเรียนรู้สิ่งต่างๆ ได้ดี มีความจำที่ดี และมีความสามารถในการแก้ปัญหา เพียเจต์ กล่าวว่าวัยผู้ใหญ่มีพัฒนาการด้านการรู้คิดอยู่ในขั้นปฏิบัติการคิดด้วยนามธรรม (Formal operations) ซึ่งเป็นขั้นสูงสุดของพัฒนาการ เมื่อบุคคลเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ตอนต้นจึงมีความคิดที่เป็นระบบมากยิ่งขึ้น และยังสามรถคิดในเชิงนามธรรมมีความคิดที่เปิดกว้างและยืดหยุ่นตอนจนสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ได้ดี (ประณต เค้าฉิม, 2549)

ภารกิจพัฒนาการของวัยผู้ใหญ่ตอนต้น havighurs (1953 อ้างถึงใน มณีวรรณ ฉัตรอุทัย, 2542) ได้กล่าวว่า เกณฑ์ของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นมีดังนี้ 1) การเลือกคู่ครอง 2) การใช้ชีวิตในฐานะคู่สมรส 3) การสร้างครอบครัว 4) การเลี้ยงดูบุตร 5) การมีบ้าน 6) การประกอบอาชีพ 7) การทำหน้าที่พลเมือง 8) การคบหาสมาคม

วัยผู้ใหญ่ตอนต้นเป็นวัยที่มีพัฒนาการในแต่ละด้านที่เริ่มมีการเจริญเติบโตที่เต็มที่ และเป็นช่วงชีวิตที่ต้องปรับตัว วัยผู้ใหญ่ตอนต้นนั้นจะเริ่มเข้าสู่วัยทำงานอย่างเต็มตัว ได้พบกับสังคมใหม่และมีการสร้างสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ด้วยสาเหตุบางประการส่งผลให้เกิดความเสี่ยงในชีวิตได้แต่ถ้าหากบุคคลใดที่มีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติ ดำเนินชีวิตด้วยการคิดอย่างมีวิจารณญาณไตร่ตรองในทุกๆ ความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นได้โดยจะช่วยลดอัตราเสี่ยงในชีวิตลงได้

## 1.2 พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

การดำเนินชีวิตบนพื้นฐานของการมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสตินั้นเป็นเรื่องสำคัญ เนื่องจากการมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสตินั้นสามารถช่วยให้ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้นั้นเบาลงหรือลดลง เนื่องจากในทุกๆ การกระทำที่อาจเกิดความเสี่ยงได้นั้นจะผ่านกระบวนการคิดอย่างมีวิจารณญาณผ่านการไตร่ตรองถึงผลดีและผลเสียที่อาจจะเกิดขึ้นได้หรือการหาข้อมูลในด้านต่างๆ เพื่อลดความเสี่ยงหรือรับมือกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ การมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสตินับว่าเป็นเรื่องสำคัญที่บุคคลพึงมีเพื่อการดำเนินชีวิตที่ปลอดภัยมากยิ่งขึ้นความหมายของอาหารเสริมความงาม

### ความหมายของอาหารเสริมความงาม

อาหารเสริมความงามได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลายท่าน ดังนี้ (Rajnibhas S. Samakradhamrongthai, 2021) อธิบายว่า อาหารเสริมความงามนั้นเป็นอาหารที่บริโภคเพื่อความงามซึ่งเป็นกลุ่มของอาหารที่เน้นเฉพาะด้านความสวยงาม มีสารอาหารที่ให้สรรพคุณและมีหน้าที่เพื่อบำรุงให้ดีขึ้น เช่น ผิวที่ดูขาวกระจ่างใส ผิวเนียนนุ่ม ผิวที่ไม่ขาดน้ำชุ่มชื้น สารอาหารเหล่านี้จะถูกดูดซึมได้อย่างรวดเร็วสารประเภทนี้ล้วนเป็นสารที่ถูกนำมาใช้ในการ

ผลิตเครื่องสำอางต่างๆ และเป็นสารที่สกัดจากธรรมชาติ เช่น วิตามิน แร่ธาตุประเภทต่างๆ หรือสารอาหารที่พบได้จากพืช ผัก ผลไม้ สำหรับ ปรียาพร คงพันธุวิจิตร (2558) อธิบายว่า อาหารเสริมความงามนั้นเป็นสารอาหารที่มาจากการสกัดที่มีส่วนผสมจากสารธรรมชาติซึ่งได้จากพืชผักและผลไม้ มีหน้าที่เพื่อเติมเต็มในส่วนที่ขาด ส่วนที่ต้องการแก้ไข การบำรุงผิว และป้องกันการทำลายผิวจากอนุมูลอิสระ นอกจากนี้ยังรักษาสมดุลของร่างกาย ตั้งแต่ฮอร์โมน สารอนุมูลอิสระ สารต้านอนุมูลอิสระ และระบบชีวเคมีในร่างกายให้สมดุลกันเพื่อให้สลายจากภายในไม่ใช่แค่ความสวยงามภายนอกเท่านั้น นอกจากนี้ healtect.com (2564) อธิบายว่า อาหารเสริมความงามเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับความงามบริโภคเพื่อต้องการผลลัพธ์ที่ดีในด้านรูปลักษณ์ภายนอกทั้งร่างกายและใบหน้า นอกจากนี้ยังสามารถช่วยในเรื่องของผิวพรรณที่ทำให้ดูสดใส ขาว สุขภาพผิวดี และมีความสามารถช่วยบรรเทาปัญหาของสิว ฝ้า หรือช่วยทำให้เส้นผมดูเงางาม และแก้ปัญหาในเรื่องความงามซึ่งสามารถรับประทานได้ทั้งเพศชาย-หญิง นันทิดา ทองออนและปราณี เขียมลลอบภักดี (2560) อธิบายว่า อาหารเสริมความงามเป็นอาหารที่ให้คุณค่าเฉพาะซึ่งจะมีสารอาหารที่มีคุณสมบัติทางด้านความสวยความงามโดยเน้นไปที่การดูแลผิวพรรณและส่วนใหญ่มักเป็นสารสกัดที่ได้มาจากพืช ผัก ผลไม้ และจากสัตว์ต่างๆที่มีส่วนประกอบของคอลลาเจน

จากความหมายข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของอาหารเสริมความงามได้ว่า อาหารเสริมความงามนั้นบริโภคเพื่อความงามและแก้ไขในเรื่องของรูปลักษณ์ภายนอกทั้งร่างกายและใบหน้า เช่น บริโภคเพื่อดูแลผิว ผม และร่างกายส่วนประกอบสำคัญนั้นได้จากสารสกัดจากธรรมชาติที่ผลิตมาจากพืช ผัก ผลไม้ และสัตว์ๆ

### **ผลกระทบของอาหารเสริมความงาม**

ไม่ปรากฏผู้แต่ง (2564) การกินอาหารเสริมโดยไม่ได้ศึกษาหาข้อมูลมาก่อน หรือ การบริโภคอาหารเสริมติดต่อกันในระยะเวลาอันอาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพได้ 2 ประเภท ได้แก่ 1) โรคกำเริบ การบริโภคอาหารเสริมโดยไม่ได้หาข้อมูลหรือขาดความรู้ของอาหารเสริมนั้นอาจเกิดผลเสียและเกิดอันตรายได้ เนื่องจากอาหารเสริมนั้นมีส่วนผสมที่หลากหลายซึ่งอาจเกิดผลกระทบอย่างยิ่งกับบุคคลที่มีโรคประจำตัว เพราะส่วนผสมบางชนิดนั้นอาจมีผลกระทบหรือผลข้างเคียงกับโรคบางโรค เช่น อาหารเสริมที่มีส่วนผสมของโสมนั้นอาจไม่ค่อยเหมาะสมกับบุคคลที่มีความดันโลหิตสูง เนื่องจากทำให้เส้นเลือดนั้นบีบตัวแรงขึ้น น้ำมันปลา ก็ไม่เหมาะสมกับบุคคลที่เป็นเบาหวาน หรืออาหารเสริมที่มีวิธีการบริโภคด้วยการชงละลายในน้ำ และอาหารเสริมที่อาจมีโซเดียมสูงนั้นไม่เหมาะสมกับบุคคลที่มีปัญหาหรือโรคที่เกี่ยวข้องกับหัวใจ

เพราะมีอิทธิพลให้หัวใจด้านขวาทำงานด้อยลงหรือประสิทธิภาพน้อยลงอาจมีผลข้างเคียงให้ขาบวมได้ 2) สะสมในร่างกาย การบริโภคอาหารเสริมความงามที่ติดต่อกันในระยะเวลาอันยาวนาน อาจมีผลกระทบที่อาหารเสริมที่บริโภคนั้นเข้าไปสะสมหรือทิ้งไว้ในอวัยวะต่างๆ ของร่างกาย จนก่อเกิดเป็นอันตรายตามมาได้ เช่น อาหารเสริมเพื่อผิวขาว การบริโภคในระยะยาวอาจส่งผลกระทบต่อตับ ทำให้เส้นเลือดในร่างกายไม่แข็งตัว และเลือดออกตามผิวหนัง ในด้านของวิตามินซีที่อาจดูเหมือนไม่อันตรายก็มีผลกระทบด้วยเช่นกัน เนื่องจากวิตามินซีนั้นสามารถละลายน้ำได้ และการที่ร่างกายได้รับวิตามินซีที่มากเกินไปกว่า 1 กรัมต่อวัน และไม่ติดต่อกันในไต ในส่วนของพรพจน์ เปรมโยธิน (2563) ได้อธิบายถึงผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นได้เมื่อบริโภคอาหารเสริมความงามเพื่อการลดน้ำหนักซึ่งอาจมีการเจือปนของสารที่เป็นอันตรายเมื่อเข้าสู่ร่างกายและอาจมีผลเสียรุนแรงทั้งในการบริโภคในระยะสั้นๆ หรือแม้แต่การบริโภคในระยะยาว เช่น สารไซบูทรามิน (sibutramine) ซึ่งในประเทศไทยนั้นห้ามจำหน่าย ยาขับปัสสาวะ ยาไทยรอยด์ฮอร์โมน เป็นต้น นอกจากนี้การบริโภคอาหารเสริมเพื่อการลดน้ำหนักนั้นยังมีผลกระทบทำให้มีอาการมือสั่น ใจสั่น มีเหงื่อเยอะจนผิดปกติ มีอาการหน้ามืด ท้องผูกเนื่องจากทานยาระบายจนระบบขับถ่ายทำงานผิดปกติ มีอาการนอนไม่หลับ ในบางคนที่ทานอาหารเสริมเพื่อลดน้ำหนักนั้นจะมีอาการเครียด และเกิดการคลุ้มคลั่ง และอาจมีอาการคลื่นไส้ อาเจียน วิงเวียนศีรษะร่วมด้วย เนื่องจากร่างกายนั้นสูญเสียน้ำและเกลือแร่ ซึ่งอาจเกิดผลกระทบที่รุนแรงถึงขั้นทำให้หมดสติและเสียชีวิต

### ประเภทของอาหารเสริม

ภวิภา ชันทเขตต์ (2540 อ้างถึงในจิตติ เหมินทร์, 2550) ได้แบ่งประเภทอาหารเสริมตามคุณสมบัติ ความสามารถและหน้าที่ของอาหารเสริมซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้ กลุ่มที่หนึ่ง อาหารเสริมเพื่อบำรุงสุขภาพ บำรุงร่างกาย มีหน้าที่ดูแลสุขภาพร่างกาย ได้แก่โปรตีนแคปซูล ชูปไก่สกัด รังนก วิตามิน และเกลือแร่ต่างๆ กลุ่มที่สอง อาหารเสริมเพื่อป้องกันและรักษาโรคบางชนิด เป็นอาหารเสริมที่พบได้จากน้ำมันปลาที่มีสรรพคุณเพื่อป้องกันการอุดตันของหลอดเลือด และสามารถช่วยลดการดูดซึม ในลำไส้เล็กและในกระเพาะอาหาร หรือการกระตุ้นของหลอดเลือด และสามารถช่วยลดการดูดซึม ในลำไส้เล็กและในกระเพาะอาหาร หรือการกระตุ้นของหลอดเลือด ช่วยในการรักษาโรคมะเร็ง ในกลุ่มที่สาม จะเป็นอาหารเสริมที่สามารถช่วยในเรื่องการลดน้ำหนักและควบคุมน้ำหนัก มักจะมีส่วนประกอบของใยอาหารจากพืช และมีหน้าที่ในการเพิ่มปริมาณกากอาหารให้ร่างกายและสามารถช่วยในเรื่องของการทำให้ท้องไม่ผูก ขับถ่ายได้ดี กลุ่มที่สี่ อาหารเสริมสำหรับความงาม โดยจะมีสรรพคุณเพื่อการบำรุง ดูแลผิวพรรณ หรือมีความสามารถในการลดริ้วรอยเหี่ยวย่น ซึ่งใกล้เคียงกับ มาลินี อุทิตานนท์ และคนอื่นๆ



(2542) ได้แบ่งประเภทอาหารเสริมโดยประเภทแรกเป็นอาหารเสริมสำหรับการบำรุงร่างกายและสุขภาพโดยรวม ประกอบด้วยวิตามิน และแร่ธาตุ ที่จะพบได้ในรูปแบบของเม็ดหรือถ้าเป็นเครื่องดื่มจะได้จากรังนก ชูบไก่สกัด ประเภทที่สอง อาหารเสริมที่เน้นในเรื่องของการป้องกันและรักษาโรค เป็นอาหารเสริมที่สรรพคุณว่าสามารถป้องกันและรักษาโรคได้ อาหารเสริมประเภทนี้จะมีหน้าที่เพื่อการป้องกันและรักษาโรคในบางชนิด เช่น anti-oxidant ด้าน Oxidation, lecithin สามารถช่วยลด cholesterol ประเภทที่สาม อาหารเสริมเพื่อควบคุมน้ำหนักหรือลดน้ำหนัก เป็นอาหารเสริมที่มีส่วนประกอบของแร่ธาตุต่างๆ ซึ่งเหมาะกับนักกีฬาหรือบุคคลที่ชอบออกกำลังกายที่อาจสูญเสียเหงื่อไปในช่วงที่ใช้พลังกำลัง รวมทั้งให้พลังงานที่อาจสูญเสียไป ประเภทที่สี่เป็นอาหารเสริมที่เน้นทางด้านความงามเป็นหลัก สามารถลดริ้วรอยหรือสภาพผิว ที่เหี่ยวยุบเพิ่มความอ่อนเยาว์ ในส่วนของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (2548 อ้างถึงใน ศิวรักษ์ กิจชนะไพบุลย์, 2555) อธิบายว่าหลักๆ แล้วอาหารเสริมนั้นสามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่ ประเภทที่หนึ่ง อาหารเสริมที่ผลิตจากพืช อาหารเสริมประเภทนี้มีส่วนประกอบของ สารสกัดจาก เม็ดแมงลัก หัวบุกสกัด ที่มีคุณสมบัติทำให้รู้สึกอิ่ม ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่มักบริโภคอาหารเสริมจำพวกนี้ เพื่อแทนอาหารหลัก หากการกระทำพฤติกรรมนี้เป็นเวลานานอาจส่งผลเสียต่อร่างกาย และส่งผลให้ร่างกายขาดสารอาหาร ขาดวิตามินที่ควรได้รับ ประเภทที่สอง อาหารเสริมที่ผลิตมาจากเปลือกนอกของสัตว์ หรือ ไตโคซานที่มาจากเปลือกกุ้ง เปลือกปู ที่สามารถช่วยในการดักจับไขมัน เป็นประเภทที่ควรระมัดระวังเนื่องจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ขึ้นทะเบียนว่าเป็นอาหารเสริมที่ไม่สามารถรับรองผลได้สามารถลดน้ำหนักได้จริง เพราะอาหารเสริมประเภทนี้นั้นมีความสามารถในการลดการดูดซึมไขมันจากอาหารที่เราบริโภคเข้าไปเท่านั้นแต่ไม่สามารถเข้าไปดึงไขมันที่สะสมอยู่ในร่างกายได้ นอกจากนี้การบริโภคอาหารเสริมกลุ่มนี้ยังส่งผลให้ขาดวิตามินที่ละลายในไขมันด้วย ถัดมาเป็นประเภทที่สามอาหารเสริมที่มีฤทธิ์ช่วยในเรื่องของการระบายที่มีส่วนประกอบของสมุนไพร เช่น ใบมะขามแขก ผักคูน ที่มีฤทธิ์ทำให้เกิดการระคายเคืองในลำไส้และลำไส้เกิดการบีบตัวจึงทำให้การขับถ่ายแต่เมื่อบริโภคติดต่อกันเป็นระยะเวลาเวลานานส่งผลให้เกิดอันตรายได้ เพราะอาหารเสริมประเภทนี้จะส่งผลกระทบต่อระบบประสาทที่ควบคุมการบีบตัวของลำไส้อาจถูกทำลายเมื่อร่างกายนั้นเกิดความเคยชินต่อการใช้แล้วระบบขับถ่ายอาจทำงานผิดปกติและไม่สามารถขับถ่ายได้เอง ประเภทที่สี่ อาหารเสริมที่มีส่วนประกอบของส้มแขก มีสารประกอบสำคัญ คือ HCA (Hydroxycitric Acid) ซึ่งสารในกลุ่มHCA นั้นสามารถช่วยยับยั้งหรือลดการสังเคราะห์กรดไขมันและ cholesterol ได้ นอกจากนี้ยังสามารถขัดขวางไม่ให้ร่างกายนั้นเปลี่ยนสารอาหารจำพวกแป้งให้กลายเป็นไขมัน และวันดี นาศร (2558) ได้แบ่งประเภทของ

อาหารเสริมไว้สี่ประเภท ได้แก่ ประเภทที่หนึ่งอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ โดยผู้บริโภคนั้นรับประทาน เพราะต้องการให้ร่างกายมีความแข็งแรง อีกทั้งมีความสามารถลดความเครียดและความเหนื่อย ล้าจากการทำงาน อาหารเสริมประเภทนี้มักประกอบไปด้วยสารสำคัญได้แก่วิตามิน แร่ธาตุที่ จำเป็นต่างๆ รวมถึงมีสารต้านอนุมูลอิสระต่างๆ ประเภทที่สองอาหารเสริมเพื่อบำรุงผิวพรรณ อาหารเสริมในประเภทนี้จะเป็นการบำรุง ดูแลผิวพรรณ สามารถพบในกลุ่มของ กลูต้าไธโอน สารสกัดจากเมล็ดองุ่น คอลลาเจน เป็นต้น ประเภทที่สามอาหารเสริมเพื่อลดความอ้วนหรือ ควบคุมน้ำหนัก สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มคือ กลุ่มที่หนึ่ง ลดการดูดซึมไขมัน อาหารเสริมประเภท นี้จะมีสารอาหารที่ช่วยให้ไขมันที่บริโภคเข้าไปไม่ถูกดูดซึม โดยจะไปดักจับไขมัน และขับถ่าย ออกมา กลุ่มที่สองจะช่วยให้เปลี่ยนแป้งให้เป็นพลังงานแทนที่จะกลายเป็นไขมัน โดยประเภทนี้เป็น วิธีการควบคุมน้ำหนักที่นับว่าปลอดภัย โดยเฉพาะบุคคลที่ออกกำลังกายไปด้วยจะยิ่งช่วยใน เรื่องของการเผาผลาญไขมัน ประกอบไปด้วยสารสำคัญ ได้แก่ สารที่สกัดจากผลส้มแขก สหรัยเคลป์ กลุ่มที่สาม อาหารเสริมไขมันที่สามารถบริโภคแทนอาหารบางมื้อได้ ซึ่งอาหารเสริม ประเภทนี้นั้นมักจะมีไขมันต่ำที่เหมาะสมแก่การลดความอ้วนแต่การบริโภคที่มากเกินไปก็อาจเกิดความ เสี่ยงต่อร่างกายได้ โดยร่างกายนั้นอาจได้รับสารอาหารที่ไม่เพียงพอ และประเภทที่สี่ อาหารเสริม เพื่อบำรุงสมอง อาหารเสริมประเภทนี้เหมาะกับบุคคลที่ต้องใช้ความคิด และเกิดความเครียดได้ ง่ายไม่ค่อยมีเวลานอนหรือพักผ่อนน้อย อาหารเสริมกลุ่มนี้จะประกอบไปด้วย น้ำมันปลา ไบอะทีน วิตามินบี เป็นต้น

### ประเภทของอาหารเสริมความงาม

Rajnibhas S. Samakradhamrongthai (2021) ได้แบ่งออกเป็น 3 ประเภท โดยประเภทแรกเป็นอาหารเสริมเพื่อบำรุงผิวพรรณ คืออาหารเสริมที่สามารถช่วยในเรื่องของ ผิวพรรณ ซึ่งมีสรรพคุณช่วยดูแลผิวพรรณ ปรับสภาพผิวให้มีความชุ่มชื้น ทำให้สีผิวสม่ำเสมอ ประเภทที่สองนั้นเป็นอาหารเสริมเพื่อลดน้ำหนัก เป็นผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่เป็นตัวช่วยหรือ เตรียมร่างกายนั้นให้มีประสิทธิภาพหรือมีความสามารถที่จะช่วยให้ควบคุมมวลร่างกายให้น้ำหนัก คงที่ ประเภทที่สามเป็นอาหารเสริมเพื่อบำรุงสมองเป็นอาหารเสริมที่เหมาะสมกับกลุ่มคนที่ต้องใช้ สมองในการคิดในการทำงาน หรือกลุ่มคนที่มีความเหนื่อยล้าไม่ค่อยมีเวลาในการพักผ่อน ซึ่งกลุ่มคนประเภทนี้จะเป็กลุ่มเป้าหมายหลักของการบริโภคอาหารเสริมประเภทนี้เนื่องจากมี คุณสมบัติที่สามารถช่วยบรรเทาความเครียด โดยกลุ่มอาหารเสริมในประเภทนี้ ได้แก่ น้ำมันปลา ไบอะทีน และวิตามินบี เป็นต้น ทั้งนี้การเลือกซื้ออาหารเสริมความงามในทุกประเภทก็มีข้อ คำนึงถึงการเลือกซื้อเช่นกันเนื่องโดยอาหารเสริมประเภทความงามนั้นมีราคาแพง

ควรศึกษาข้อมูลของอาหารเสริมถึงสถานที่ที่ผลิต โปรดรับรองว่าได้รับการพิสูจน์ทางวิทยาศาสตร์เรียบร้อยแล้วว่าได้ผลจริงในด้านของ healtect.com (2564) ได้แบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ (1) อาหารเสริมเพิ่มผิวขาว มีหน้าที่ช่วยทำให้ผิวพรรณดูขาวกระจ่างใส เปล่งปลั่งจากภายในสู่ภายนอก (2) อาหารเสริมลดสิวมีหน้าที่เฉพาะคือสามารถที่ช่วยลดปัญหาการเกิดสิวมั้งสิวดุดตัน สิวอักเสบ หรืออื่นๆบริเวณใบหน้า มีสรรพคุณช่วยปรับฮอร์โมน (3) อาหารเสริมบำรุงเส้นผม มีหน้าที่ในการบำรุงเส้นผมให้เปล่งประกาย ดำเงางาม มีสุขภาพเส้นผมดี ผมไม่ร่วงหลุดเยาะ และ (4) อาหารเสริมลดฝ้า เป็นผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่สรรพคุณในการลดปัญหาการเกิดฝ้าหรือ กระบริเวณใบหน้า

จากเอกสารข้างต้นผู้วิจัยจึงได้สรุปเป็นตารางสังเคราะห์พฤติกรรมกรรมการบริโภค ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเสริมความงามดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 สังเคราะห์พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเสริมความงาม

ชื่อนักวิจัย	ความคุ้มครอง น้ำหนัก/ ลดความอ้วน	เสริม ความ งาม	บำรุง สมอง	ป้องกันและ รักษาโรค	บำรุง สุขภาพ
Samakradhamrongthai (2021)	✓	✓	✓		
healtect.com (2564)		✓			
ภวิภา ชันทเขตต์ (2540)	✓	✓		✓	✓
จิตติ เหมินทร์ (2550)	✓	✓		✓	✓
มาลินี อุกิตานนท์ และคนอื่นๆ (2542)	✓	✓		✓	✓
วันดี นาคร (2558)	✓	✓	✓		✓

จากตาราง 1 ผู้วิจัยสังเคราะห์งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเสริมความงามสรุปว่ามี 3 ประเภท คือ 1) เสริมความงาม 2) ควบคุมน้ำหนักและลดความอ้วน ซึ่งการบริโภคอาหารเสริมความงามมีความเสี่ยงเพราะผลิตภัณฑ์บางประเภทอาจทำให้เกิดต่อสุขภาพเช่น ไตวายหรือเสียชีวิต ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับความเสี่ยงใน

การบริโภคอาหารเสริมความงามอย่างมีสติของบุคคลในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมารตรา  
ฐานดังรายละเอียดต่อไปนี้

### ความหมายของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติ

จากการประมวลแนวคิดเกี่ยวกับความหมายของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติ  
นั้น ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าความหมายของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติจากการศึกษาความหมาย  
ของความเสี่ยง ประเภทของความเสี่ยง และความเสี่ยงอย่างมีสติ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

จากการศึกษาความหมายของความเสี่ยงจุฑารัตน์ ใจดี (2558) อธิบาย  
ว่า ความไม่แน่นอน ความเที่ยงถึงผลที่จะได้ตามเป้าหมายหรือจุดประสงค์ที่ตั้งเป้าหมายไว้  
ในส่วนของสุภาภรณ์ พลนิกร (2548) อธิบายว่า ความไม่คงที่ที่ผู้บริโภคอาจเจอเมื่อไม่สามารถ  
ทราบถึงผลลัพธ์ของการตัดสินใจที่ซื้อนั้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับ วุฒิ สุขเจริญ (2555) อธิบายว่า  
ความไม่แน่นอนที่ผู้บริโภคต้องเผชิญ เมื่อไม่สามารถรู้ถึงผลที่จะเกิดตามมาในการตัดสินใจซื้อ  
Cunningham (1967) ได้อธิบายความเสี่ยงไว้ว่าเป็นความไม่แน่นอนที่รับรู้ได้ถึงผลิตภัณฑ์ของ  
ผู้บริโภคซึ่งอาจให้เกิดผลกระทบในทางลบของผลิตภัณฑ์หากผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงของ  
ผลิตภัณฑ์ในระดับสูง Kotler Philip; and Armstrong Gary (2001) อธิบายว่าเป็นการประเมิน  
ความเสี่ยงที่บุคคลคาดว่าจะเกิดขึ้นซึ่งผู้บริโภคนั้นต้องพบเจอจากการซื้อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

จากความหมายข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของความเสี่ยงได้  
ว่า ความเสี่ยงคือ ความไม่แน่นอนที่ผู้บริโภคต้องพบเจอจากการซื้อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเมื่อไม่ทราบถึง  
ผลที่จะเกิดจากผลิตภัณฑ์

### ประเภทของความเสี่ยง

นักวิชาการและนักวิจัยได้มีการแบ่งประเภทของความเสี่ยงไว้ในมิติต่างๆ  
ดังเช่น Yates & Stone (1992) ได้อธิบายถึงลักษณะของความเสี่ยงไว้ว่าประกอบด้วย 1) ความ  
เสี่ยงด้านการใช้งาน คือ ความบกพร่องบางอย่างของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ไม่สามารถทำตามคุณสมบัติที่  
บอกไว้ได้เท่าที่ควร 2) ความเสี่ยงด้านกายภาพ คือ ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นอันตรายต่อร่างกาย  
3) ความเสี่ยงด้านการเงิน คือ การสูญเสียเงินจากการซื้อผลิตภัณฑ์แล้วไม่ได้ผลเทียบเท่ากับเงินที่  
เสียไป 4) ความเสี่ยงด้านสังคม คือ ผลกระทบของผลิตภัณฑ์ที่มีความนิยมต่อผู้ใช้ 5) ความเสี่ยง  
ด้านจิตวิทยา คือ ผลกระทบต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีต่อสภาพจิตใจของบุคคลผู้บริโภคและ  
6) ความเสี่ยงด้านเวลา คือ ความล้มเหลวของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อเงิน โอกาสที่เสียไปหากเจอ  
ผลิตภัณฑ์หรือบริการอื่นที่ดีกว่า สำหรับ Kotler Philip and Armstrong Gary (2001) ได้อธิบาย  
ประเภท ของความเสี่ยงที่ไว้ว่าประกอบด้วย 1) ความเสี่ยงด้านหน้าที่ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ  
ผลิตภัณฑ์ทั้งหมด โดยผลิตภัณฑ์ไม่ได้เป็นไปตามที่บุคคลคาดหวังเอาไว้ 2) ความเสี่ยงต่อร่างกาย

ตนเองและผู้อื่น เป็นความปลอดภัยโดยรวมต่อร่างกาย 3) ความเสี่ยงที่รู้สึกไม่คุ้มค่าหลังจากที่ซื้อบางสิ่งมา ราคาที่ไม่เหมาะสมกับสินค้า 4) ความเสี่ยงด้านสังคม เป็นความต้องการถูกยอมรับจากคนในสังคม การไม่สูญเสียชื่อเสียง 5) ความเสี่ยงด้านความรู้สึก เป็นความรู้สึกที่มีผลต่อความสัมพันธ์ของบุคคล และ 6) ความเสี่ยงที่อาจเสียเวลา เป็นความคิดที่มีผลกับเวลา เช่น เสียเวลาเมื่อผลที่ได้ไม่เป็นไปตามผลลัพธ์ที่คิดไว้หรือตามที่ตั้งใจไว้

ในการประมวลเอกสารเกี่ยวกับความหมายของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติ ผู้วิจัยได้แนวทางมาจาก งานวิจัยของ ดุจเดือน พันธุมนาวิน (2558) ที่นำมาใช้เป็นแนวคิดหลักในงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาความหมาย และประเภทของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติ สรุปว่า พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติ หมายถึงการที่บุคคลกระทำบางสิ่ง บนพื้นฐานการมีสติ การรู้ตัวรอบครอบ และคิดพิจารณาก่อนจะกระทำสิ่งต่างๆ โดยคำนึงถึงประโยชน์และโทษ

งานวิจัยดังกล่าวแบ่งพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติเป็น 4 ประเภท คือ 1) พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติ ด้านการคบเพื่อน 2) พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติด้านการเดินทาง 3) พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติด้านการบริโภค 4) การสนับสนุนเพื่อนให้เสี่ยงอย่างมีสติ โดยพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในงานวิจัยฉบับนี้ได้แนวทางการศึกษามาจาก พฤติกรรมเสี่ยงมีสติด้านการบริโภคในงานวิจัยดังกล่าว

นอกจากนี้ ทศนันทน์ ตันติวิศมี (2556) ได้สรุปประเภทของความเสี่ยงของผู้บริโภคได้เป็น 6 ประเภทดังนี้คือ 1) ความเสี่ยงด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ คือ ความเสี่ยงที่ผลิตภัณฑ์ทำหน้าที่ไม่ได้ตามที่ระบุไว้กับผู้บริโภค และก่อให้เกิดความเสียหายเกิดขึ้นหรือไม่สามารถทำตามประโยชน์ที่ได้แสดงไว้ หรือเป็นความรู้สึกที่ว่าเมื่อผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์ไปแล้วไม่รู้วิธีการใช้งาน หรือเมื่อใช้งานแล้วอาจเกิดความเสียหาย หรือเกรงว่าผลิตภัณฑ์ไม่สามารถทำประโยชน์ได้จริงๆ เช่นการซื้ออาหารเสริมความงามมาแล้วไม่เป็นไปตามที่ผลิตภัณฑ์ระบุ 2) ความเสี่ยงด้านกายภาพ คือ ความเสี่ยงที่ผลิตภัณฑ์อาจจะมีผลกระทบหรือเป็นปัญหาต่อชีวิตร่างกายของตนเองและผู้อื่น เนื่องจากมีคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน และอาจมีอันตรายจากการใช้งาน นอกจากนี้ยังรวมไปถึงความสะอาดและความน่าเชื่อถือของร้านค้าหรือ ตรายผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดมีความเสี่ยงที่ไม่เหมือนกัน ตัวอย่างเช่น การตัดสินใจซื้ออาหารเสริมความงามยี่ห้อที่ไม่เคยใช้มาก่อนอาจทำให้เกิดผลเสียข้างเคียง ใช้แล้วอาจเกิดอาการแพ้ 3) ความเสี่ยงด้านการเงิน คือ ความเสี่ยงที่กลัวว่าผลิตภัณฑ์ไม่คุ้มค่า ไม่เหมาะสมต่อราคา เป็นความเสี่ยงด้านการเงินของผู้ซื้อ หรือความรู้สึกว่าไม่คุ้มค่าในผลิตภัณฑ์ที่ซื้อเพราะพบว่าผู้ขายคนอื่นในราคาที่ต่ำกว่าในสถานการณ์ในลักษณะนี้ ผู้บริโภคจะไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่พบในร้าน

แรก เพราะหวังว่าอาจพบร้านที่ราคาต่ำกว่า 4) ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา คือ ความเสี่ยงที่เกิดจากการคัดสรรผลิตภัณฑ์ที่ไม่ดีอาจทำลายภาพลักษณ์ของตนเอง ทำให้มีการรับรู้คุณค่าในตนเองด้านลบ ยังรวมถึงความวิตกกังวลความไม่สบายใจที่มีผลมาจากการคาดหวังในผลิตภัณฑ์ความรู้สึกเสียดายที่ซื้อผลิตภัณฑ์ 5) ความเสี่ยงด้านสังคม คือ การรับรู้ถึงความไม่แน่นอนว่าคุณคนอื่นจะคิดกับตนเองในด้านลบทำให้เกิดความอับอายต่อผู้คน 6) ความเสี่ยงด้านเวลา คือ ความเสี่ยงที่จะสูญเสียเวลาไปในการที่จะต้องค้นหาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ เมื่อผลิตภัณฑ์ทำหน้าที่ได้ไม่ดีตามที่คาดหวังรวมถึง ความล้าสมัยของผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็วแต่การให้บริการอย่างรวดเร็วทำให้ผู้บริโภคลดการรับรู้ ความเสี่ยงในด้านเวลาได้ตลอดจน

จากการประมวลความหมาย ประเภทของความเสี่ยง และจากการสังเคราะห์ประเภทของการบริโภคอาหารเสริมความงาม สรุปว่า พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม หมายถึง

พฤติกรรมในการบริโภคอาหารเสริมความงามอย่างมีวิจารณญาณมีการคิดพิจารณาก่อนการบริโภคอาหารเสริม โดยมีการศึกษาข้อมูลในด้านประโยชน์และโทษที่จะเกิดขึ้นของอาหารเสริมความงามเมื่อบุคคลยังไม่ทราบผลลัพธ์ที่แท้จริงของการบริโภคอาหารเสริม โดยแบ่งเป็น 4 ด้าน คือ

1) ความเสี่ยงด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ (Functional risk) หมายถึง พฤติกรรมในการบริโภคอาหารเสริมความงามเมื่อรับรู้ว่าคุณสมบัติหรืออาหารเสริมความงามนั้นอาจไม่สามารถทำหน้าที่ได้เท่าที่ควรหรือไม่ได้เป็นไปตามที่คาดหวัง ตามเป้าหมายที่ตั้งใจเอาไว้

2) ความเสี่ยงด้านกายภาพ (Physical risk) หมายถึง พฤติกรรมในการบริโภคอาหารเสริมเมื่อรับรู้ว่าคุณอาจมีอันตราย หรือความผิดปกติที่จะเกิดขึ้นต่อร่างกายจากการบริโภคและหลังการบริโภคอาหารเสริมความงาม

3) ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial risk) หมายถึง พฤติกรรมในการบริโภคอาหารเสริมเมื่อรับรู้ว่าคุณอาจสูญเสียเงินจากการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมความงามแล้วไม่ได้ผล มีความรู้สึกว่าไม่คุ้มค่างบเงินที่เสียไป

4) ความเสี่ยงด้านเวลา (Time risk) หมายถึง พฤติกรรมในการบริโภคอาหารเสริมเมื่อรับรู้ว่าคุณจะต้องสูญเสียเวลาไปกับการค้นหาข้อมูลของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมความงามที่ต้องการหรือสูญเสียเวลาหากได้รับผลกระทบจากอาหารเสริมความงามเมื่อผลิตภัณฑ์ทำหน้าที่ได้ไม่ดีตามที่คาดหวัง

### 1.3 การวัดพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

การวัดพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้แนวทางการวัดพฤติกรรมดังกล่าวจากการศึกษางานวิจัยของ ดุจเดือน พันธุมนาวิน (2558) ที่ได้ศึกษาปัจจัยเชิงเหตุของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติของนักเรียนมัธยมศึกษา: การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล ในงานวิจัยนี้ได้มีการสร้างแบบวัดพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติด้านการกิน แบบวัดเป็นชนิดมาตราประเมินรวมค่าประกอบด้วยมาตร 6 หน่วย ตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย” มีข้อความที่นำไปใช้จริงในการวิจัยจำนวน 12 ข้อ รวมทั้งได้ศึกษางานวิจัยของรุจิเรศ พิษิตานนท์ (2546) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมฉลาดเลือกกินของนักเรียนวัยรุ่นตอนปลาย ในงานวิจัยได้มีการสร้างแบบวัดพฤติกรรมฉลาดเลือกกิน โดยใช้กรอบของทฤษฎีปฏิสัมพันธ์นิยม และทฤษฎีพัฒนาการทางความคิดแบบวัดเป็นชนิดมาตราประเมินรวมค่าประกอบด้วยมาตร 6 หน่วย สำหรับกฤตพิสิษฐ์ ตั้งจิตปรารถนา, และคณะ (2562) ได้ศึกษาจิตลักษณะและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าอย่างมีวิจารณญาณของนักศึกษาระดับปริญญาตรีกลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4 จำนวน 622 คน สุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบวัดประเภทมาตราประเมินรวมค่า จำนวน 18 ข้อ โดยมีแนวคิดของ Bloom ซึ่งมีองค์ประกอบในการบริโภค 4 มิติคือ 1) การตรวจสอบเพื่อดูความสอดคล้องของแหล่งข้อมูลต่างๆ 2) การคิดคำนึงถึงความเกี่ยวข้องกับผลต่างๆ 3) การตัดสินใจเกี่ยวกับประสิทธิผลของเทคนิควิธีการเลือกหรือตัดสินใจ และ 4) การคิดทบทวนเกี่ยวกับความก้าวหน้าของตนเอง ในแต่ละข้อมีมาตราประเมิน 6 หน่วย ตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย” และ ดวงกมล พรหมลักษณ์ (2549) ได้ศึกษาปัจจัยเชิงเหตุและผลของพฤติกรรมฉลาดดูแลสุขภาพตน ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในโครงการโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพ กลุ่มตัวอย่างคือ นักเรียนมัธยมปีที่ 5 จำนวน 4 โรงเรียน จำนวน 541 คน โดยแบบวัดมีแนวคิดทฤษฎีสัมพันธ์นิยม

จากการประมวลเกี่ยวกับการวัดพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามใช้แบบวัดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองโดยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิดการวัดพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคของ ดุจเดือน พันธุมนาวิน (2558) แบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินรวมค่า (Summated Rating scale) 6 ระดับ คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย ผู้ที่ได้คะแนนมากกว่าหมายถึงมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามที่สูงกว่าผู้ที่ได้คะแนนต่ำกว่า

#### 1.4 แนวคิดทฤษฎีต้นไม้อัจฉริยะ

ในงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎีต้นไม้อัจฉริยะ เป็นแนวคิด ทฤษฎีหลักในงานวิจัย ทฤษฎีต้นไม้อัจฉริยะเป็นทฤษฎีที่กำหนดจิตลักษณะ 8 ประการ ซึ่งจำเป็นต่อการเกิดและการคงอยู่ของพฤติกรรมที่น่าปรารถนาต่างๆ ของคนไทย โดยศาสตราจารย์ ดร.ดวงเดือน พันธุมนาวิน (2539) แสดงในรูปของต้นไม้อัจฉริยะ ซึ่งมี 3 ส่วน ดังนี้

พฤติกรรมที่น่าปรารถนาหรือพฤติกรรมที่พึงประสงค์ของบุคคล มีสาเหตุมาจาก 2 กลุ่ม สาเหตุกลุ่มแรกอยู่ที่ลำต้นของต้นไม้อัจฉริยะ ประกอบด้วย สาเหตุกลุ่มแรก ได้แก่ จิตลักษณะ เช่น ลักษณะมุ่งอนาคตและการควบคุมตนเอง ความเชื่ออำนาจในตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนั้นหรือสถานการณ์นั้น สาเหตุกลุ่มที่สอง อยู่ที่รากของต้นไม้อัจฉริยะ ประกอบด้วย พื้นฐานทางจิตของบุคคล คือ สติปัญญาหรือความเฉลียวฉลาด สุขภาพจิต และการมีประสบการณ์ทางสังคม ซึ่งประสบการณ์ทางสังคมเป็นปัจจัยสถานการณ์ในงานวิจัยฉบับนี้ จิตลักษณะและสถานการณ์เหล่านี้จึงเป็นสาเหตุของพฤติกรรมของคนดี พฤติกรรมของคนเก่ง และพฤติกรรมของคนที่มีความสุข ซึ่งเป็นส่วนสุดท้าย คือ ดอกและผลไม้อัจฉริยะ ที่แสดงถึงพฤติกรรมที่น่าพึงปรารถนาในปริมาณมาก และพฤติกรรมที่ไม่น่าพึงปรารถนาในปริมาณน้อย เช่น พฤติกรรมซื่อสัตย์ พฤติกรรมอาสาพัฒนาชนบท พฤติกรรมการทำงาน พฤติกรรมสุขภาพ ตลอดจนพฤติกรรมอื่นๆ ที่รวมเข้าเป็นพฤติกรรมของคนดี คนเก่ง และคนที่มีความสุข ดังนั้นพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม จึงนับเป็นพฤติกรรมของคนเก่งและคนที่มีความสุข ตามแนวคิดทฤษฎีต้นไม้อัจฉริยะ ดังจะเห็นได้ว่าพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามมีปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 1) ปัจจัยจิตลักษณะเดิม ได้แก่ เอกลักษณะแห่งตน มุ่งอนาคตควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตน และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ 2) ปัจจัยสถานการณ์ ได้แก่ อิทธิพลของตัวแบบ การสนับสนุนจากครอบครัว และ 3) ปัจจัยจิตลักษณะตามสถานการณ์ ได้แก่ ทศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม และภูมิคุ้มกันตนทางจิต ซึ่งผู้วิจัยได้ประมวลความหมาย การวัด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ดังรายละเอียดต่อไปนี้



## 2. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

### 2.1 ปัจจัยจิตลักษณะเดิม

#### 2.1.1 เอกลักษณ์แห่งตน

##### ความหมายเอกลักษณ์แห่งตน

Rice (1996) อธิบายว่า เอกลักษณ์แห่งตนนั้นเป็นการรับรู้ที่ตนเองเป็นใคร มีลักษณะอย่างไรและรับรู้ถึงบทบาทหน้าที่ทางสังคม สำหรับคนที่มีเอกลักษณ์แห่งตนนั้นมีพฤติกรรมแสดงออกถึงการยอมรับตัวตนของตนเอง โดยเอกลักษณ์แห่งตนนั้นเกิดได้จากกระบวนการพัฒนาในหลายด้านร่วมกัน เช่นทางกายภาพ เพศ สังคม การประกอบอาชีพ จริยธรรม คุณคตินิยมและบุคลิกภาพ สำหรับ Erikson (1968) นั้นได้อธิบายไว้ว่าเอกลักษณ์แห่งตนนั้นเป็นความสามารถของบุคคลที่จะค้นหาลักษณะเฉพาะตนของแต่ละบุคคล โดยได้รับการสะสมมาจากประสบการณ์และสภาพแวดล้อมทางสังคม อีกทั้งยังเป็นบุคคลที่สามารถรับรู้และประเมินตนเองได้ว่าตนเองมีลักษณะแบบไหน เป็นคนแบบไหนและเป็นใคร มีความสามารถความถนัดในด้านใด และมีวิถีที่จะดำเนินชีวิตไปในทิศทางของตนเอง ซึ่งอาจจะเกิดจากการผสมผสานทั้งลักษณะเฉพาะตัวและลักษณะที่คล้ายกับบุคคลอื่นในขณะเดียวกันปริชา ธรรมมา (2548) อธิบายว่า เป็นลักษณะที่สอดคล้องกันภายในตนของแต่ละบุคคลซึ่งได้มาจากผลของประสบการณ์และพัฒนาการในด้านต่างๆ ของบุคคลที่แตกต่างกันตามระดับอายุ เอกลักษณ์แห่งตนนั้นสามารถปรับเปลี่ยนไปได้ตามวัยและประสบการณ์ในส่วนของคุณชา ศรีจินดารัตน์ (2533) ได้อธิบายไว้ว่า เป็นความเข้าใจในตนเอง ทราบว่าตนเองเป็นใคร สามารถแสดงออกถึงความเป็นตัวของตัวเองเพื่อการดำเนินชีวิตในวิถีที่ต้องการและวิถีที่แตกต่างพร้อมทั้งยอมรับความเหมือนและความแตกต่างของบุคคลในสังคม และงามตา วนิชทานนท์ และดุขฎิ โยหลา (2547) ได้อธิบายว่าเอกลักษณ์แห่งตนคล้ายคลึงกับแนวคิดรวบยอดเกี่ยวกับตนซึ่งเป็นจิตลักษณะของแต่ละบุคคลที่ต้องใช้ระยะเวลาในการพัฒนาไปตามช่วงวัยโดยเริ่มตั้งแต่ช่วงวัยเด็กจนถึงวัยผู้ใหญ่ตอนต้นในช่วง 15-20 ปีแรกของชีวิต

จากความหมายข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของเอกลักษณ์แห่งตนได้ว่าเอกลักษณ์แห่งตน หมายถึง ความสามารถในการมองการณ์ไกล คาดการณ์ในอนาคตให้ความสำคัญกับเรื่องในอนาคต โดยมีการวางแผนเพื่อควบคุมตนให้บรรลุความปรารถนา

### การวัดเอกลักษณ์แห่งตน

จากการประมวลเอกสารเกี่ยวกับการวัดเอกลักษณ์แห่งตน พบงานวิจัยของ อูซา ศรีจินดารัตน์ (2533) ได้ศึกษาเอกลักษณ์ของอีโก้โดยกลุ่มตัวอย่างคือบุคคลที่อายุ 15-21 ปี จำนวน 480 คน แบบวัดที่นำมาจากแบบวัดของ Ochse and Plug (1966) และได้พัฒนาจากแบบวัดของ Hamachek (1988) ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกในช่วงพัฒนาการของเอกลักษณ์แห่งอีโก้ขั้นที่ 5 โดยแบบวัดเป็นประโยคประกอบมาตรา 6 หน่วย ตั้งแต่ “ไม่จริงเลยถึงจริงที่สุด” มีทั้งหมด 23 ข้อ ในงานวิจัยของ สิริภัทร สติรนนท์ (2562) ได้ศึกษาเอกลักษณ์แห่งตนโดยกลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 360 คน ได้พัฒนาแบบวัดของ อูซา ศรีจินดารัตน์ แบบวัดมีจำนวน 10 ข้อ ลักษณะเป็นมาตราประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย” และในงานวิจัยของ ฉัฐวีณ์ สิทธิศิริอรธร (2560) ได้ศึกษาเอกลักษณ์แห่งตนโดยกลุ่มตัวอย่างคือนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในสถาบันอุดมศึกษาจาก 5 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 10 มหาวิทยาลัย จำนวน 1,297 คน โดยปรับปรุงแบบวัดเอกลักษณ์แห่งตนมาจาก อูซา ศรีจินดารัตน์ (2533) จำนวน 15 ข้อ แต่ละข้อมีมาตร 6 หน่วย ตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย”

ในงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยใช้แบบวัดเอกลักษณ์แห่งตนที่ปรับปรุงมาจากงานวิจัยของ อูซา ศรีจินดารัตน์ (2533) ข้อคำถามมีลักษณะเป็นมาตราประเมินรวมค่า (Summated Rating scale) 6 ระดับ ตั้งแต่จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกลักษณ์แห่งตนนั้นมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามไว้ไม่มากนักแต่มีงานวิจัยที่ใกล้เคียงคือพฤติกรรมการบริโภคและพฤติกรรมการลดน้ำหนักที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามไว้ดังนี้ ฉัฐวีณ์ สิทธิศิริอรธร (2560) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนิยมไทยในนักศึกษา พบว่า เอกลักษณ์แห่งตนนั้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักศึกษาจากงานวิจัยของ สิริภัทร สติรนนท์ (2562) ได้ศึกษาปัจจัยจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการลดน้ำหนักที่เหมาะสมของวัยรุ่น พบว่า เอกลักษณ์แห่งตนนั้นสามารถทำนายพฤติกรรมการลดน้ำหนักที่เหมาะสมในด้านกรบริโภค

จากการประมวลเอกสารงานวิจัยข้างต้น พบว่า เอกลักษณ์แห่งตนนั้นมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคในด้านต่างๆที่จะใช้วิธีแก้ปัญหาโดยการกินยา และพฤติกรรมการลดน้ำหนักที่ไม่เหมาะสมก็เช่นกันอาจแก้ปัญหาด้วยการใช้อาหารเสริม ผู้วิจัยสรุป

เป็นสมมติฐานงานวิจัยได้ว่า เอกลักษณะหนึ่งที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

## 2.1.2 มุ่งอนาคตควบคุมตน

### ความหมายมุ่งอนาคตควบคุมตน

สงกรานต์ ศุภสุข (2548) อธิบายว่า มุ่งอนาคตควบคุมตนเป็นความสามารถทางความคิดของบุคคลที่สามารถคาดการณ์ถึงอนาคตในวันข้างหน้า คำนึงถึงผลดีผลเสียที่อาจเกิดขึ้นได้ในภายภาคหน้าที่ส่งผลสืบเนื่องมาจากการกระทำในปัจจุบันของตนเอง มีการวางแผนและการควบคุมตนเองให้อดทนเพื่อผลที่ดีและตามบรรลุปเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับ วุฒิพงษ์ ทองก้อน (2543) อธิบายว่า เป็นพฤติกรรมของบุคคลที่มีความสามารถในการมองการณ์ไกลถึงเห็นถึงผลดีและผลเสียที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ตระหนักถึงการวางแผน การเตรียมการเพื่อรองรับผลดีหรือป้องกันผลเสีย สามารถควบคุมตนเองไม่กระทำตนให้เกิดผลเสียที่ทั้งแก่ตนและผู้อื่นในขณะเดียวกันดวงเดือน พันธุมนาวิน (2547 อ้างถึงใน พรชน ทองลาด, 2555) อธิบายว่าเป็นความสามารถในการคาดการณ์ไกลถึงสิ่งที่จะเกิดในอนาคตทั้งผลดี ผลเสีย สำหรับบอร์พินท์ ชูชม (2554) ได้อธิบายไว้ว่า การที่บุคคลนั้นมีความสามารถในการยับยั้ง หรือเปลี่ยนแปลงความคิดความรู้สึก ความต้องการ ความไม่ยั้งคิด ภูวามของตนเอง และงดเว้นการกระทำที่ไม่น่าพึงประสงค์ และจรรยา สุวรรณทัต (2531) เป็นลักษณะของการมองถึงเรื่องราวในอนาคตซึ่งเป็นการมองที่ลึกซึ้ง กว้างไกลที่จะมีผลทั้งต่อตนเอง บุคคลใกล้ชิด และบุคคลในสังคม

จากความหมายข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของมุ่งอนาคตควบคุมตนได้ว่า มุ่งอนาคตควบคุมตน หมายถึง ความสามารถในการมองการณ์ไกล คาดการณ์ในอนาคต ให้ความสำคัญกับเรื่องในอนาคต โดยมีการวางแผนเพื่อควบคุมตนให้บรรลุความปรารถนาจากความหมายข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของมุ่งอนาคตควบคุมตน ได้ว่า มุ่งอนาคตควบคุมตน หมายถึง ความสามารถในการมองการณ์ไกล คาดการณ์ในอนาคต ให้ความสำคัญกับเรื่องในอนาคต โดยมีการวางแผนเพื่อควบคุมตนให้บรรลุความปรารถนา

### การวัดมุ่งอนาคตควบคุมตน

จากการประมวลเอกสารเกี่ยวกับการวัดมุ่งอนาคตควบคุมตนพบงานวิจัยของ สุพิชชา วงศ์จันทร์ (2555) ได้ศึกษาควบคุมตน โดยกลุ่มตัวอย่างคือ บุคลากรกรมอนามัยที่ปฏิบัติงานอยู่ส่วนกลางกระทรวงสาธารณสุขจังหวัดนนทบุรีแบบวัดความเชื่ออำนาจภายในตนมีข้อคำถาม 10 ข้อ ลักษณะเป็นมาตราประเมินค่า (Rating scale) 3 ระดับ ตั้งแต่ “ไม่ปฏิบัติเลย” จนถึง “ปฏิบัติเป็นประจำ” งานวิจัยของ วันวิสา ศรีระศาสตร์ (2554) ได้ศึกษามุ่งอนาคตควบคุมตน กลุ่มตัวอย่างคือนักเรียนหญิงระดับมัธยมศึกษา จำนวน 597 คน ในงานวิจัยครั้งนี้ได้นำแบบ

วัดของ ดวงเดือน พันธุมนาวิน, งามตา วรินทร์านนท์ และคณะ (2536) มาปรับปรุง โดยลักษณะคำถามจะเกี่ยวกับความสามารถคาดการณ์ไกล เห็นความสำคัญของสิ่งที่จะเกิดในอนาคตและบังคับตนเองให้รอดได้รอดได้ หรือเลือกที่จะไม่รับผลประโยชน์เล็กน้อยในทันทีแต่จะรอรับประโยชน์ที่ยิ่งใหญ่กว่าหรือสำคัญกว่า โดยแบบวัดมีลักษณะเป็นมาตรประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่จริงที่สุดถึงไม่จริงเลย มีจำนวน 10 ข้อ และงานวิจัยของยุภาวรรณ ดวงอินตา (2549) ได้ศึกษาลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาชั้นปีที่ 3 และ 4 จำนวน 746 คน สำหรับแบบวัดลักษณะมุ่งอนาคต มีจำนวน 15 ข้อ สำหรับแบบวัดควบคุมตน มีจำนวน 24 ข้อ

ในงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยใช้แบบวัดมุ่งอนาคตควบคุมตนที่ปรับปรุงมาจากงานวิจัยของ ยุภาวรรณ ดวงอินตา (2549) แบบวัดมีลักษณะเป็นมาตรประเมินรวมค่า (Summated Rating scale) 6 ระดับ คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มุ่งอนาคตควบคุมตนนั้นมิงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามไม่มากนักแต่มีงานวิจัยที่ใกล้เคียงซึ่งเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการคิดอย่างมีวิจารณญาณ พฤติกรรมฉลาดดูแลสุขภาพ และการมีพฤติกรรมทางเลือกกินอย่างฉลาดไว้ดังนี้ กฤตพิสิษฐ์ ตั้งจิตปรารภณาและคณะ (2562) ได้ศึกษาจิตลักษณะและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าอย่างมีวิจารณญาณ พบว่าลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวกพฤติกรรมการซื้อสินค้าอย่างมีวิจารณญาณ จากการศึกษาของดวงกมล พรหมลักขโณ (2549) ได้ศึกษาปัจจัยเชิงเหตุและผลของพฤติกรรมฉลาดดูแลสุขภาพตนเองของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในโครงการโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพ พบว่าลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เป็นลำดับที่สามกับพฤติกรรมฉลาดดูแลสุขภาพตนเอง และรุจิเรศ พิษิตานนท์ (2546) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมฉลาดเลือกกินของนักเรียนวัยรุ่นตอนปลาย พบว่า นักเรียนที่มีลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนนั้นมีพฤติกรรมฉลาดเลือกกิน

จากการประมวลเอกสารงานวิจัยข้างต้น พบว่า มุ่งอนาคตควบคุมตนนั้นมีความสัมพันธ์กับการคิดวิจารณญาณ พฤติกรรมฉลาดดูแลสุขภาพตนเอง และการมีพฤติกรรมทางเลือกกินอย่างฉลาด โดยคิดก่อนที่จะบริโภค ถ้ากลุ่มตัวอย่างมีการควบคุมตนเองจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารและภาวะโภชนาการที่ดีขึ้นซึ่งจากผลงานวิจัยดังกล่าวนี้มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ผู้วิจัยสรุปเป็นสมมติฐานงานวิจัยได้

ว่ามุ่งอนาคตควบคุมตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหาร เสริมความงาม

### 2.1.3 ความเชื่ออำนาจในตน

#### ความหมายความเชื่ออำนาจในตน

Rotter (1982) อธิบายว่า ความเชื่ออำนาจในตนเป็นความเชื่อที่ว่าด้วยเรื่องของผลจากการกระทำที่เกิดขึ้นจากตนเองและมาจากความสามารถของตนเองไม่ว่าจะสำเร็จหรือล้มเหลวมันเกิดจากตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับอนันต์ แย้มเยื่อน (2559) อธิบายว่า ความตั้งมั่นเกี่ยวกับผลที่เกิดขึ้นกับตนเอง ไม่ว่าจะผลจะดีหรือไม่ดีก็ตาม โดยเชื่อว่าทุกอย่างล้วนเป็นผลมาจากการกระทำของตนเอง ซึ่งตรงข้ามกับความเชื่ออำนาจนอกตน จะเป็นบุคคลที่เชื่อว่าทุกสิ่งที่เกิดขึ้นกับตัวตนเองนั้นมาจากโชคเคราะห์ ความบังเอิญ หรือเกิดจากการช่วยเหลือของผู้อื่นมากกว่าที่จะเป็นสิ่งที่มาจากการกระทำของตนเอง ในขณะที่ปรมาภรณ์ รุ่งแสงอโณทัย (2554) ได้อธิบายว่าเป็นสิ่งที่บุคคลมีความเชื่อว่าสิ่งต่างๆที่เกิดขึ้นนั้นสาเหตุมาจากการกระทำของตนเอง โดยเป็นผู้ที่ควบคุมการกระทำและยอมรับผลที่เกิดขึ้นกับตนเองได้ไม่ว่าจะเป็นผลดีหรือผลร้าย และ Cherrington, J. D. (1994) ได้อธิบายว่า บุคคลที่มีพฤติกรรมดังกล่าวนี้จะมีความเชื่อที่ว่าความสำเร็จ รางวัลที่บุคคลได้รับนั้นเกิดจากตนเอง

จากความหมายข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของความเชื่ออำนาจในตนได้ว่า ความเชื่ออำนาจในตน หมายถึง ความเชื่อที่เกิดจากการกระทำและความสามารถของตนเอง ไม่ว่าจะเกิดสิ่งที่ดีหรือไม่ดี ล้วนเกิดจากตนเองจากความหมายข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของความเชื่ออำนาจในตนได้ว่า ความเชื่ออำนาจในตน หมายถึง ความเชื่อที่เกิดจากการกระทำและความสามารถของตนเอง ไม่ว่าจะเกิดสิ่งที่ดีหรือไม่ดีล้วนเกิดจากตนเอง

#### การวัดความเชื่ออำนาจในตน

จากการประมวลเอกสารเกี่ยวกับการวัดความเชื่ออำนาจในตน พบงานวิจัยของวิจัยของปรมาภรณ์ รุ่งแสงอโณทัย (2554) ได้ศึกษาความเชื่ออำนาจในตน โดยกลุ่มตัวอย่างคือพนักงานฝ่ายการผลิตในโรงงานเฟอร์นิเจอร์ จำนวน 217 คน ซึ่งได้พัฒนามาจากแบบวัดของเรวดี ทรงเที่ยง (2548) แบบวัดมีจำนวน 17 ข้อ ลักษณะเป็นมาตรประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย” ในงานวิจัยของสุพิชชา วงศ์จันทร์ (2555) ได้ศึกษาความเชื่ออำนาจในตน โดยกลุ่มตัวอย่างคือบุคลากรกรมอนามัยที่ปฏิบัติงานอยู่ส่วนกลางกระทรวงสาธารณสุขจังหวัดนนทบุรีแบบวัดความเชื่ออำนาจภายในตน มีข้อคำถาม 10 ข้อ ลักษณะเป็นมาตรประเมินค่า 3 ระดับ ตั้งแต่ “ไม่ปฏิบัติเลย” จนถึง “ปฏิบัติเป็นประจำ” และงานวิจัยของอรพินท์ ชูชม (2554) ได้ศึกษาความเชื่ออำนาจในตน โดยกลุ่มตัวอย่างคือเยาวชนที่เป็นนักศึกษาในระดับ

ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยของรัฐสังกัดกระทรวงศึกษาธิการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 800 คน โดยแบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ “จริง” ถึง “ไม่จริง” โดยผู้วิจัยนั้นได้สร้างแบบวัดขึ้นเองจำนวน 8 ข้อ

ในงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยใช้แบบวัดความเชื่ออำนาจในตนที่ปรับปรุงมาจากงานวิจัยของ อรพินทร์ ชูชม (2554) แบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินรวมค่า (Summated Rating scale) 6 ระดับ คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความเชื่ออำนาจในตนนั้นมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามไม่มากนักแต่มีงานวิจัยที่ใกล้เคียงซึ่งเป็งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมสุขภาพการคิดอย่างมีวิจารณญาณ และพฤติกรรมในการเลือกกินอย่างฉลาดไว้ดังนี้ เพ็ญพักตร์ศินา วิเชียรวรรณ (และคณะ, 2559) ได้ศึกษาจิตลักษณะและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภายในประเทศของผู้สูงอายุ พบว่า ความเชื่ออำนาจในตน จิตลักษณะและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องของผู้สูงอายุอยู่ในระดับจริง ได้แก่ ผู้สูงอายุนั้นมักตรวจสุขภาพร่างกายอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และรับประทานยาได้อย่างถูกต้องตามทีบุคลากรสาธารณสุขแนะนำ จากการวิจัยของจิราภรณ์ เรืองยิ่ง (ม.ป.ป.) ได้ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของความเชื่ออำนาจภายในตนที่ส่งผลต่อความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 16 พบว่า รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความเชื่ออำนาจภายในตนที่ส่งผลต่อความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียน ความเชื่ออำนาจภายในตนส่งผลให้นักเรียนมีความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณ และการที่นักเรียนมีความเชื่ออำนาจภายในตนสูงส่งผล ให้มีความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณสูงขึ้นด้วย และรุจิเรศ พิษิตานนท์ (2546) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมฉลาดเลือกกินของนักเรียนวัยรุ่นตอนปลาย พบว่า นักเรียนที่มีอำนาจในตนนั้นมีพฤติกรรมฉลาดเลือกกินมากและมีพฤติกรรมการกินอย่างเหมาะสมกับสุขภาพมากกว่า

จากการประมวลเอกสารงานวิจัยข้างต้น พบว่า ความเชื่ออำนาจในตนนั้นมี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพซึ่งมีการรับประทานยาตามที่บุคลากร พฤติกรรม การเลือกกินอย่างฉลาดโดยผ่านการคิดวิเคราะห์ก่อนที่จะบริโภค และการคิดอย่างมีสติมีวิจารณญาณ เป็นการเพิ่มทักษะการคิดทำให้ชีวิตนั้นปลอดภัยมากยิ่งขึ้นซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามผู้วิจัยสรุปเป็นสมมติฐานงานวิจัยได้

ว่า ความเชื่ออำนาจในตนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

#### 2.1.4 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

##### ความหมายแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

Murray (1938) อธิบายว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์นั้นเป็นพื้นฐานของความต้องการของมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับการคิด วิเคราะห์ เป็นบุคคลที่มีแนวทาง การกระทำ และพฤติกรรมที่จะนำตนเองไปสู่จุดมุ่งหมาย ในขณะที่เดียวกัน McClelland (1985) อธิบายว่าเป็นความต้องการที่จะสำเร็จ เป็นลักษณะของคนที่มีความมุ่งมั่น มุ่งงานเพื่อให้คนอื่นนั้นเชิดชูว่าตนนั้นไม่ความสามารถ เก่ง กระทำพร้อมกับตระหนักถึงเป้าหมายในระดับสูง ชีวิตต้องสมบูรณ์แบบจากความสามารถของตนเอง โดยผลของการกระทำนั้นเป็นสิ่งที่จำเป็นและมีความหมายต่อตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับสงกรานต์ ศุภสุข (2548) อธิบายว่า เป็นความต้องการหรือความมานะบากบั่นที่จะทำบางสิ่งให้บรรลุถึงผลสำเร็จโดยไม่พ่ายแพ้ต่อความยากลำบาก นอกจากนี้ยังพยายามหาวิธีบรรลุผลสำเร็จเพื่อแก้ปัญหาหากพบอุปสรรคที่ขัดขวางอย่างมีประสิทธิภาพมีความมุ่งมั่นที่จะทำให้ทุกอย่างออกมาดีรู้สึกดีเมื่อทำสำเร็จและเป็นกังวลหากทำไม่สำเร็จ ในส่วนของอนันต์ แย้มเยื่อน (2559) อธิบายว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เป็นผลจากความอดทนและความพยายามที่จะกระทำให้ตนเองสัมฤทธิ์ผลตามที่ตั้งไว้ได้อย่างสมบูรณ์โดยไม่ยอมแพ้ต่ออุปสรรคหรือปัญหา และสุรางค์ ใคว์ตระกูล (2553) อธิบายว่า คือแรงจูงใจประเภทหนึ่งที่เป็นแรงผลักดันจากภายในให้บุคคลนั้นพยายามที่จะการทำสิ่งต่างๆที่จะสัมฤทธิ์ผลตามความคาดหวังที่ตนตนเอง บุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จะไม่กระทำบางสิ่งเพื่อหวังของตอบแทนแต่จะทำเพื่อจะความสำเร็จตามเป้าหมายของตนเอง

จากความหมายข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ได้ว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ หมายถึง ความพยายามหรือความมุ่งมั่นเพื่อกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้บรรลุถึงผลสำเร็จโดยไม่ย่อท้อ ต่ออุปสรรคที่ขัดขวาง พยายามฝ่าฟันให้ประสบความสำเร็จตามที่กำหนดไว้

##### การวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

จากการประมวลเอกสารเกี่ยวกับการวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ พบงานวิจัยของ พิษณุ ลิ้มพระสูตร (2555) ได้ศึกษาแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์ จำนวน 396 คน แบบวัดที่ใช้พัฒนามาจากพินทกาน ภัทเศรษฐ์ (2551) โดยแบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย” จำนวน 15 ข้อ และงานวิจัยของวันวิสา ศรีระศาสตร์ (2554) ได้ศึกษา

แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ กลุ่มตัวอย่างคือนักเรียนหญิงระดับมัธยมศึกษา จำนวน 597 คน ในงานวิจัยครั้งนี้ได้นำแบบวัดของสูมิตตรา เจิมพันธ์ (2546) โดยแบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ จริงที่สุด ไม่จริงเลย มีจำนวน 10 ข้อ

ในงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยใช้แบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่ปรับปรุงมาจากงานวิจัยของ ดุจเดือน พันธุนาวิน (2558) แบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินรวมค่า (Summated Rating scale) 6 ระดับ คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์นั้นมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามไม่มากนักแต่มีงานวิจัยที่ใกล้เคียงซึ่งเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมความคิดอย่างมีวิจารณญาณไว้ดังนี้ ดุจเดือน พันธุนาวิน (2558) ได้ศึกษาปัจจัยเชิงเหตุของพฤติกรรมเสี่ยงอย่าง มีสติของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา พบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติ จากผลการวิจัยของกรรณิกาญณ์ นนพัชรพงศ์และบุญมี พันธุ์ไทย (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนมาตรฐานสากลเขตภาคเหนือ พบว่า การคิดอย่างมีวิจารณญาณได้รับอิทธิพลทางตรงจากแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของชนัดต์ พูนเดช (2557) ได้ศึกษาการพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างเป้าหมายแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ การรับรู้แวดล้อมการเรียนรู้ในห้องเรียนสำหรับชั้นเรียนวิชาชีพศึกษาทั่วไปวิธีการเรียนรู้และการคิดอย่างมีวิจารณญาณ พบว่า ตัวแปรทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณได้รับอิทธิพลรวมในทางบวกจากตัวแปรเป้าหมายแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มากที่สุด

จากการประมวลเอกสารงานวิจัยข้างต้น พบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในด้านการบริโภค และการมีทักษะในการคิดอย่างมีสติ มีวิจารณญาณนั้นมีอิทธิพลทางตรงจากแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ผู้วิจัยสรุปเป็นสมมติฐานงานวิจัยได้ว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม



## 2.2 ปัจจัยสถานการณ์

### 2.2.1 อิทธิพลของตัวแบบ

#### การเรียนรู้จากตัวแบบ

Albert Bandura (1997) ได้อธิบายไว้ว่าการเรียนรู้ของมนุษย์เริ่มต้นจากการสังเกตหรือการเลียนแบบจากตัวแบบ ซึ่งการเรียนรู้โดยผ่านตัวแบบนั้น ตัวแบบสามารถส่งต่อทั้งด้านความคิดและการแสดงออก ซึ่งการรับรู้สภาวะต่างๆ อาจจะผ่านมาจากประสบการณ์โดยการได้ฟังและได้เห็นผู้อื่น

#### องค์ประกอบการเรียนรู้จากตัวแบบมี 4 ประการ ดังนี้

1. กระบวนการใส่ใจใจ (Attentional Processes) บุคคลจะไม่เกิดการเรียนรู้ได้ถ้าไม่ใส่ใจซึ่งการใส่ใจนั้นเป็นสิ่งที่หมายถึงว่าคุณจะสังเกตอะไรจากตัวแบบ สิ่งที่มีความสำคัญต่อการใส่ใจแบ่งออกเป็น 2 องค์ประกอบ ได้แก่ ลักษณะของตัวแบบ พบว่าตัวแบบที่มีลักษณะเด่นเฉพาะตัว หรือประสบความสำเร็จในด้านต่างๆ จะชักจูงให้เกิดการสังเกตและเลียนแบบได้ง่าย อีกทั้งการเกิดความใส่ใจ ยังขึ้นอยู่กับ ความชอบ ความสนใจ ของแต่ละบุคคล

2. กระบวนการจดจำ (Retention Processes) ก่อนที่จะเกิดพฤติกรรมเลียนแบบได้ต้องผ่านกระบวนการจดจำก่อน โดยจดจำถึงลักษณะของตัวแบบ ก่อนจะได้รับอิทธิพลจากตัวแบบเพื่อทำตามตัวแบบ

3. กระบวนการกระทำ (Production Processes) เป็นการกระทำที่เกิดขึ้นหลังจากผ่านกระบวนการจดจำเพื่อมาเปลี่ยนแปลงเป็นการกระทำ เป็นขั้นตอนในการแสดงออกของพฤติกรรม โดยพฤติกรรมนั้นจะดีหรือไม่ดีนั้นก็ขึ้นอยู่กับสิ่งที่จดจำ การฝึกฝนและการได้รับคำแนะนำ

4. กระบวนการจูงใจ (Motivational Processes) การที่แต่ละบุคคลนั้นได้สังเกตพฤติกรรมของต้นแบบมาแล้วแต่จะแสดงพฤติกรรมนั้นหรือไม่นั้น หรือจะแสดงพฤติกรรมโดนทันทีหรือไม่นั้น จะต้องมีสิ่งกระตุ้นหรือมีแรงจูงใจบางอย่างให้แสดงพฤติกรรม ซึ่งกระบวนการจูงใจนั้นเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการเลียนแบบ

อิทธิพลของตัวแบบในงานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาอิทธิพลตัวแบบจากสื่อและเพื่อน โดยผู้วิจัยได้ประมวลความหมายไว้ดังนี้

### ความหมายอิทธิพลตัวแบบจากสื่อ

กิติมา สุรสนธิ (2541) อธิบายว่า อิทธิพลของสื่อคือการที่สื่อที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลเมื่อรับสื่อในด้านต่างๆ เช่น ด้านความรู้ ด้านทัศนคติและ พฤติกรรม โดย Rogers and Shoemaker (1971) อธิบายว่า สื่อที่ส่งสามารถเข้าถึงบุคคลพร้อมๆ กันได้ในจำนวนมากสามารถเผยแพร่ เสริมความรู้ ความเข้าใจ และเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลได้ใน เวลาไม่นาน นอกจากนี้ Blowers, Loxton, Grady-Flessler, Occhipinti & Dave (2003 อ้างถึงใน พรพนทิพา ปัทมอารักษ์, 2560) อธิบายว่า ในแต่ละวันทุกคนจะได้รับสื่อจากแหล่งต่างๆ แต่สื่อจะมี อิทธิพลต่อเมื่อบุคคลมีการนำสื่อเข้ามามีความสำคัญ หรือเกิดการเปลี่ยนแปลงต่อตนเอง และ ค่านิยมเมื่อสิ่งที่สื่อนำเสนอขึ้นเกิดการนำความคิด อาจสรุปได้ว่าอิทธิพลจากสื่อที่ส่งจะมีอิทธิพล ต่อเมื่อมีการรับชมแล้วนำมาปรับใช้กับตนเองเท่านั้น แต่ถ้าหากบุคคลที่รับชมสื่อแต่ไม่นำมาปรับ ใช้ก็จะไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือผลใดๆตามมา ในส่วนของจิราภรณ์ เรืองยิ่ง (2553) อธิบายว่า หน้าที่ของสื่อคือการนำเสนอข้อมูล ข่าวสารหรือเรื่องราวต่างๆ ทั้งทางทีวี และออนไลน์ โดยสื่อที่มีส่วนชี้นำหรือชักจูงให้บุคคลนั้นเกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านความคิด ความเชื่อ และ กานต์พิชชา วงษ์ขาว (2550) อธิบายว่า สื่อมีอำนาจในการชักจูงให้บุคคลนั้นเกิดการปรับเปลี่ยน พฤติกรรมและความคิด

จากการศึกษาถึงความหมายผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของอิทธิพลตัว แบบจากสื่อ ได้ว่าอิทธิพลตัวแบบจากสื่อ หมายถึง ผลที่ได้จากการรับชมสื่อทั้งทางทีวีและออนไลน์ โดยที่สื่อที่มีอำนาจสร้างการเปลี่ยนแปลงในด้านความคิด ทัศนคติ และค่านิยมต่อบุคคลที่รับสื่อ

### การวัดอิทธิพลตัวแบบจากสื่อ

จากการประมวลเอกสารเกี่ยวกับการวัดอิทธิพลตัวแบบจากสื่อ พบบางนวิชัยของ ปวีณา ยุกตานนท์ (2549) ได้ศึกษาอิทธิพลของตัวแบบของสื่อโดยกลุ่มตัวอย่าง คือวัยรุ่นหญิงตอนปลายอายุ 18-21 ปี ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 146 คน แบบวัดที่ใช้ พัฒนามาจาก young, McFatter & Clopton (2001) โดยแบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินค่า 4 ระดับ ตั้งแต่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 10 ข้อ และงานวิจัย ของ จิราภรณ์ เรืองยิ่ง (2553) ได้ศึกษาอิทธิพลของตัวแบบของสื่อโดยกลุ่มตัวอย่างคือนิสิต นักศึกษาหญิงจำนวน 4 คณะ 610 คน โดยแบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ ระดับสูง ค่อนข้างสูง ปานกลาง ค่อนข้างต่ำ ต่ำ โดยผู้วิจัยนั้นได้สร้างแบบวัดขึ้นเอง จำนวน 10 ข้อ

การวัดอิทธิพลตัวแบบจากสื่อใช้แบบวัดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง แบบวัดมี ลักษณะเป็นมาตราประเมิน รวมค่า (Summated Rating scale) 6 ระดับ คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้าง จริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริงไม่จริงเลย

การวัดอิทธิพลตัวแบบจากสื่อที่ใช้แบบวัดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง แบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินค่า (Rating scale) 6 ระดับ คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อิทธิพลสื่อนั้นมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามไม่มากนักแต่มีงานวิจัยที่ใกล้เคียงซึ่งเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้อาหารเสริมการใช้อาหารเสริมเพื่อลดน้ำหนัก และพฤติกรรมบริโภคอาหารเสริมไว้ดั่งนี้ภุคฤทฐพิสิษฐุ ตั้งจิตปรารณา และคณะ (2562) ได้ศึกษาจิตลักษณะและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สินค้าอย่างมีวิจารณญาณ พบว่าอิทธิพลสื่อเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวกพฤติกรรมการใช้สินค้าอย่างมีวิจารณญาณ ปวีณา ยุคตานนท์ (2549) ได้ศึกษาปัจจัยคัดสรรที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาลดความอ้วนของวัยรุ่นหญิงตอนปลาย พบว่า อิทธิพลของสื่อเป็นปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับการใช้อาหารเสริมความงามประเภทลดความอ้วนซึ่งสาเหตุมาจากการที่ได้เห็นตัวแบบที่มาจากคนดัง ที่มีรูปร่างที่ดีผ่านทางสื่อช่องทางต่าง ๆ ทำให้อยากมีรูปร่างดีเช่นคนดังจึงหันไปใช้อาหารเสริมเพื่อลดความอ้วน และจิราภรณ์ เรืองยิ่ง (2553) ได้ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อพฤติกรรมบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนิสิตหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พบว่าอิทธิพลของสื่อมีผลทางตรงต่อพฤติกรรมบริโภคอาหารเสริม โดยสื่อมีมุ่งเน้นให้บริโภคนั้นได้รู้จัก และอยากซื้ออาหารเสริมไปทดลองใช้

จากการประมวลเอกสารงานวิจัยข้างต้น พบว่า อิทธิพลสื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมบริโภคอาหารเสริมโดยมีการรับชมสื่อแล้วทำให้อยากทดลองใช้ตาม และการใช้ยาลดน้ำหนักที่อิทธิพลสื่อชักจูงให้ยามีหุ่นดีเหมือนดาราคงคนดัง ซึ่งผลการวิจัยเหล่านี้มีความเกี่ยวข้องกันกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ผู้วิจัยสรุปเป็นสมมติฐานงานวิจัยได้ว่า อิทธิพลสื่อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามอิทธิพลตัวแบบจากเพื่อน

### ความหมายอิทธิพลตัวแบบจากเพื่อน

พระมหาศุภชัย แซ่เถียร และอังคินันท์ อินทรกำแหง (2559) อธิบายว่าเป็นลักษณะของกลุ่มเพื่อนที่สนิท ที่คอยแนะนำไปในทางที่ดี อีกทั้งยังเป็นแบบอย่างต่อเพื่อนกลุ่มเดียวกันทั้งในเรื่องของทัศนคติ และพฤติกรรม ในขณะที่เดียวกันผจญจิต อินทสุวรรณ (2547) ได้อธิบายว่า เป็นการที่เพื่อนนั้นมีอิทธิพลต่อให้ความคิดในด้านต่างๆ รวมถึงการแนะนำและแสดงพฤติกรรมตามในเรื่องต่างๆ ในส่วนของวิไลลักษณ์ ทองคำบรรจง (2551) อธิบายว่า เป็นการที่บุคคลได้รับอิทธิพลและแสดงพฤติกรรมออกมาหรือเลียนแบบเพื่อนอย่างเหมาะสม จิราภรณ์ เรืองยิ่ง (2553) อธิบายว่า บทบาทของเพื่อนนั้นมีความสำคัญต่อการตัดสินใจของบุคคลในการแสดงพฤติกรรมต่างๆ และเสรี วงษ์มณฑา (2542) อธิบายว่า เพื่อนนั้นเป็นสิ่งสำคัญต่อการสร้างค่านิยมและความเชื่อของบุคคล ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมด้านต่างๆ

จากความหมายข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของอิทธิพลตัวแบบจากเพื่อน ได้ว่า อิทธิพลตัวแบบจากเพื่อน หมายถึง เพื่อนนั้นมีอำนาจในการการจูงใจ โน้มน้าว หรือมีพฤติกรรมการเลียนแบบแนวคิดในด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงความคิดและพฤติกรรม

### การวัดอิทธิพลตัวแบบจากเพื่อน

จากการประมวลเอกสารเกี่ยวกับการวัดอิทธิพลตัวแบบจากเพื่อน พงงานวิจัยของปวีณา ยุกตานนท์ (2549) ได้ศึกษาอิทธิพลของสื่อโดยกลุ่มตัวอย่างคือวัยรุ่นหญิงตอนปลายอายุ 18-21 ปี ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 416 คน แบบวัดที่ใช้พัฒนามาจาก young, McFatter & Clopton (2001) โดยแบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินค่า 4 ระดับ ตั้งแต่ “เห็นด้วยอย่างยิ่ง” ถึง “ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง” มีจำนวน 11 ข้อ และพงานวิจัยของจิราภรณ์ เรืองยิ่ง (2553) ได้ศึกษาอิทธิพลของเพื่อนโดยกลุ่มตัวอย่างคือนิสิต นักศึกษาเพศหญิงจำนวน 4 คณะ 610 คน โดยแบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ “ระดับสูง” ถึง “ต่ำ” โดยผู้วิจัยนั้นได้สร้างแบบวัดขึ้นเอง จำนวน 9 ข้อ

การวัดอิทธิพลตัวแบบจากเพื่อนใช้แบบวัดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง แบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินรวมค่า (Summated Rating scale) 6 ระดับ คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อิทธิพลของเพื่อนนั้นม้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามไม่มากนักแต่มีงานวิจัยที่ใกล้เคียงซึ่งเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริม การรับรู้ความเสี่ยงไว้ดังนี้ จิราภรณ์ เรืองยิ่ง (2553) ได้ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนิสิตหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พบว่า เพื่อนนั้นมีอิทธิพลต่อกรบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร กลุ่มเพื่อนนั้นจะมีอิทธิพลในการชักจูง แนะนำให้ทดลองใช้ ผลการศึกษาของจุฑารัตน์ ใจดี (2558) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ การรับรู้ความเสี่ยง และพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อผิวขาวประเภททาผิวของผู้บริโภคเพศหญิงบุคคลที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างในการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อผิวขาวคือกลุ่มเพื่อนและคนใกล้ชิดประเภททาผิว และวารุณี มหาชนก (2546) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารวิตามินซีของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าแหล่งข่าวสารที่มีอิทธิพลในการซื้อหรือรับประทานวิตามินซี ของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดคืออิทธิพลจากเพื่อนหรือคนรู้จัก

จากการประมวลเอกสารงานวิจัยข้างต้น พบว่า อิทธิพลเพื่อนนั้นมี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมประเภทต่างๆ โดยกลุ่มเพื่อนนั้นเป็นปัจจัย สำคัญในการชักจูงให้มีการบริโภคอาหารเสริม และการรับรู้ความเสี่ยงซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ผู้วิจัยสรุปเป็นสมมติฐานงานวิจัยได้ ว่า อิทธิพลเพื่อนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริม ความงาม

#### 2.2.2 การสนับสนุนทางสังคมจากครอบครัว

##### ความหมายการสนับสนุนทางสังคมจากครอบครัว

พรพรรณทิพย์ ศิริวรรณบุศย์ (2540) อธิบายว่า สถาบันทางสังคมสถาบันแรก คือสถาบันครอบครัว โดยครอบครัวเกิดจากบุคคลนั้นสร้างสัมพันธ์ที่มีต่อกัน เพื่อเป็นตัวแทนของ สถาบันทางสังคมที่จะปลูกฝังความเชื่อ ค่านิยม และทัศนคติกับสมาชิกใหม่ในครอบครัว Cobb (1976) อธิบายว่า เป็นการทำให้บุคคลเชื่อหรือรู้สึกว่ามีคนที่คอยอยู่ข้างๆ ให้ความรัก ความสนใจ ชื่นชมและเห็นคุณค่า ตลอดจนทำให้รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสมาชิกในครอบครัว ในขณะที่ Brown M. A. (1986) อธิบายว่า แหล่งสนับสนุนทางสังคมที่สำคัญและใกล้ชิดกับ บุคคลมากที่สุดคือครอบครัว รองลงมาจะเป็นกลุ่มญาติสนิท การสนับสนุนทางสังคมจาก ครอบครัวเป็นการที่บุคคลนั้นให้ความรัก การดูแล ให้เกียรติและการช่วยเหลือในด้านต่างๆ ตาม สมควร สำหรับอรพินทร์ ชูชม (2554) อธิบายว่า เป็นการที่คนในครอบครัวต่างได้รับความ

ช่วยเหลือจากสมาชิกทั้งทางจิตใจ อารมณ์ รับรู้ได้ถึงความรักเป็นห่วง เห็นใจ เข้าใจ ยอมรับ และให้กำลังใจซึ่งกันและกัน พร้อมทั้งจะให้คำแนะนำปรึกษา และอธิบาย คำพุทธา (2548) อธิบายว่า การสนับสนุนของครอบครัวเป็นการสนับสนุนที่เกิดจากสมาชิกที่ใกล้ชิดในครอบครัว และเป็นความต้องการพื้นฐานของบุคคล สถาบันครอบครัวนั้นเป็นสถาบันแรกที่สามารถให้การสนับสนุนทางสังคมได้ดีกว่าสถาบันทางสังคมอื่นๆ

จากความหมายข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของการสนับสนุนทางสังคมจากครอบครัวได้ว่าการสนับสนุนทางสังคมจากครอบครัว หมายถึง การที่บุคคลรู้สึกว่าคุณเองมีความสัมพันธ์ และเป็นที่ยอมรับว่าเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว นอกจากนี้ยังได้รับการสนับสนุนและความช่วยเหลือทั้งทางด้านวัตถุและทางจิตใจ

### การวัดการสนับสนุนทางสังคมจากครอบครัว

จากการประมวลเอกสารเกี่ยวกับการวัดการสนับสนุนทางสังคมจากครอบครัว พงงานวิจัยของ สุพิชชา วงศ์จันทร์ (2555) ได้ศึกษาการสนับสนุนทางสังคมจากครอบครัวโดยกลุ่มตัวอย่างคือ บุคลากรกรมอนามัยที่ปฏิบัติงานอยู่ส่วนกลางกระทรวงสาธารณสุขจังหวัดนนทบุรีแบบวัดการสนับสนุนจากครอบครัว มีข้อคำถาม 12 ข้อ ลักษณะเป็นมาตรประเมินค่า (Rating scale) 3 ระดับ ตั้งแต่ “ไม่ปฏิบัติเลย” จนถึง “ปฏิบัติเป็นประจำ” และงานวิจัยของอรพินทร์ ชูชม (2554) ได้ศึกษาการสนับสนุนทางสังคมจากครอบครัว กลุ่มตัวอย่างคือเยาวชนที่เป็นนักศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยของรัฐสังกัดกระทรวงศึกษาธิการในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 800 คน โดยแบบวัดมีลักษณะเป็นมาตรประเมินค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ จริง ค่อนข้างจริง ไม่แน่ใจ ค่อนข้างไม่จริง และไม่จริง โดยผู้วิจัยนั้นได้สร้างแบบวัดขึ้นเองจำนวน 8 ข้อ

การวัดการสนับสนุนทางสังคมใช้แบบวัดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง แบบวัดมีลักษณะเป็นมาตรประเมินรวมค่า (Summated Rating scale) 6 ระดับ คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การสนับสนุนทางสังคมจากครอบครัวนั้นม้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามไม่มากนักแต่มีงานวิจัยที่ใกล้เคียงซึ่งเป็งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรบริโภคอาหารเสริม การบริโภคอาหารในกลุ่มคนที่มีน้ำหนักเกิน พฤติกรรมสุขภาพ ไว้ดังนี้ ชัยวัฒน์ สิงห์หิรัญนุสรณ์ และ อรุณรัตน์ อรุณเมือง (2556) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนในเขตตรวจราชการที่ 2 กระทรวงสาธารณสุข พบว่า พ่อแม่ คือ กลุ่มอ้างอิงที่มีผลต่อการตัดสินใจ

บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ญาติพี่น้อง บุคคลในครอบครัวและ  
ผู้ใกล้ชิด เป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยอาจมีการบริโภคร่วมกันใน  
ครอบครัวหรือมีการแนะนำให้บริโภค สุพิชชา วงศ์จันทร์ (2555) ได้ศึกษาอิทธิพลของลักษณะทาง  
จิต ลักษณะสถานการณ์ที่มีต่อพฤติกรรมสุขภาพ และภาวะโภชนาการของบุคลากรกรมอนามัย  
กระทรวงสาธารณสุข พบว่า อิทธิพลของปัจจัยลักษณะทางจิตและลักษณะสถานการณ์ที่มีต่อ  
พฤติกรรมสุขภาพโดยรวม คือ การสนับสนุนจากครอบครัว มีขนาดอิทธิพลต่อพฤติกรรมสุขภาพ  
โดยรวมมากที่สุดและมีเพียงการสนับสนุนจากครอบครัวที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารซึ่งแสดง  
ให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการสนับสนุนจากครอบครัวมากขึ้นจะทำให้มีพฤติกรรมสุขภาพดีขึ้น  
ด้วย และWen, shepherd and Parchman (2004) ศึกษาแรงสนับสนุนจากครอบครัวเรื่องการ  
รับประทานอาหารและการออกกำลังกายของผู้ป่วยโรคเบาหวานชนิดที่ 2 ในผู้สูงอายุชาวแม็กซิกัน  
จำนวน 138 คน โดยการศึกษาภาคตัดขวาง (cross-sectional) ใช้ระยะเวลา 3 เดือน ผลการวิจัย  
พบว่า ผู้ป่วยโรคเบาหวานมีการรับรู้ถึงแรงสนับสนุนจากครอบครัว ในระดับสูงซึ่งมีความสัมพันธ์  
กับความสามารถในการดูแลตนเองในการรับประทานอาหาร

จากการประมวลเอกสารงานวิจัยข้างต้น พบว่า การสนับสนุนทางสังคมจาก  
ครอบครัวนั้นมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมที่บุคคลในครอบครัว  
หรือบุคคลที่ใกล้ชิดนั้นมีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารโดยผ่านการแนะนำหรือการ  
ใช้ร่วมกันในครอบครัวโดยการสนับสนุนจากครอบครัวนั้นมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสุขภาพโดยเฉพาะ  
การบริโภค นอกจากพฤติกรรมการบริโภคในบุคคลที่มีน้ำหนักเกินที่ผู้ดูแลที่เป็นคนในครอบครัวนั้น  
มีผลต่อมีต่อการบริโภคอาหารและบุคคลที่เป็นโรคเบาหวานล้วนมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรม  
เสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ผู้วิจัยสรุปเป็นสมมติฐานงานวิจัยได้ว่า  
อิทธิพลเพื่อนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริม  
ความงาม

## 2.3 ปัจจัยจิตลักษณะตามสถานการณ์

### 2.3.1 ทศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม

#### ความหมายทศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม

Allport and Gordon W. (1975) อธิบายว่า เป็นเงื่อนไขของความพร้อมทั้ง  
ด้านความคิด และจิตใจที่เกิดจากการสะสมของประสบการณ์ที่ผ่านมา ทศนคติจะเป็นสิ่งที่กำหนด  
แนวทางของพฤติกรรม การแสดงออกของบุคคลที่จะมีต่อทั้งบุคคล สิ่งของหรือเหตุการณ์ต่างๆ  
สอดคล้องกับ H.Childs (1975) อธิบายว่า เป็นทิศทางต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคล ทั้งด้านจิตใจ  
ความรู้สึก ความกลัว และความคิดที่มีต่อเรื่องต่างๆ ในขณะเดียวกัน Rokeach Milton (1970)

อธิบายว่า เป็นความเชื่อต่อบางสิ่งหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งซึ่งผลนั้นจะเป็นสิ่งที่หมายไว้ของบุคคลในการตอบรับที่อาจพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ในส่วนของกมลรัตน์ หล้าสูงวงศ์ (2527) อธิบายว่า เป็นความรู้สึกของบุคคลที่ได้จากการเรียนรู้และประสบการณ์ เมื่อร่างกายและจิตใจเกิดความพร้อมความรู้สึกเหล่านี้จะเรียกว่าทัศนคติที่ดีหรือทัศนคติทางบวก แต่ถ้าหากหลักหนีเกิดความรู้สึกที่ไม่ชอบเรียกว่าทัศนคติที่ไม่ดีหรือทัศนคติลบ เสรี วงษ์มณฑา (2542) อธิบายว่า อิทธิพลของการเรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่คล้อยตามไปในลักษณะที่ชอบ ซึ่งสอดคล้องกับ จิราภรณ์ เรืองยิ่ง (2553) อธิบายว่า เป็นความรู้สึกหรือความเชื่อของบุคคลที่มีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงามได้มาจากการเรียนรู้และประสบการณ์อาจเป็นไปในทางที่ดีหรือไม่ดีก็ได้ และอนุรักษ์ เบ็ญสูง (2545) อธิบายว่า เป็นความคิด ความรู้สึก ความสนใจ และความเชื่อของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคอาหารเสริมความงาม

จากความหมายข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม ได้ว่าทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงามหมายถึง ความเชื่อ และความรู้สึกต่อการบริโภคอาหารเสริมความงามซึ่งโน้มเอียงไปในทางบวกที่เกิดจากประสบการณ์และการเรียนรู้

### **องค์ประกอบของทัศนคติ**

ดวงเดือน พันธุมนาวิน (2523) ได้อธิบายว่า องค์ประกอบของทัศนคติว่ามี 3 องค์ประกอบดังนี้

1. องค์ประกอบทางด้านการรู้คิดเชิงประเมินค่า คือ สามารถประเมินและรับรู้ได้ว่าสิ่งไหนมีประโยชน์หรือมีโทษมากน้อยเพียงใด
2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก เป็นความคิดและอารมณ์ที่ผลต่อจิตใจที่เกี่ยวข้องกับความชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง พอใจ หรือไม่พอใจ
3. องค์ประกอบทางด้านแนวโน้มในการกระทำพฤติกรรมหรือพร้อมกระทำ คือความพร้อมที่จะกระทำหรือความเอนเอียงของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมเมื่อรับรู้หลังจากประเมินค่า และมีความรู้สึกพอใจ ไม่พอใจในสิ่งนั้นแล้ว สิ่งก็ตามมาก็คือความพร้อมในแสดงพฤติกรรมต่างๆที่เป็นไปตามความรู้สึกของตนเอง

### **การวัดทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม**

จากการประมวลเอกสารเกี่ยวกับการวัดทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม พงงานวิจัยของจิราภรณ์ เรืองยิ่ง (2553) ได้ศึกษาเจตคติต่อการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยกลุ่มตัวอย่างคือนิสิตหญิงจำนวน 4 คณะ 610 คน โดยแบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ “ระดับสูง” ถึง “ต่ำ” โดยผู้วิจัยนั้นได้สร้างแบบวัดขึ้นเอง จำนวน 16



ข้อ ในงานวิจัยของ สุพัตรา บุตราช และคณะ (2561) ได้ศึกษาเจตคติต่อการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยกลุ่มตัวอย่างคือนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่อยู่ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี จำนวน 277 โดยแบบวัดมี 5 ระดับ ตั้งแต่ “เห็นด้วยอย่างยิ่ง” ถึง “ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง” จำนวน 18 ข้อ จากงานวิจัยของอนุรักษ์ เบื้องสูง (2545) ได้ศึกษาเจตคติต่อการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยกลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าหน้าที่สาธารณสุขประจำสถานีนอนามัย จังหวัดนครปฐม จำนวน 220 คน โดยข้อคำถามมีลักษณะเป็นมาตราประเมินค่า 5 ระดับ ตั้งแต่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และพบในงานวิจัยของจัฐวีณ์ สิทธิศิริอรอด (2560) ได้ศึกษาทัศนคติต่อสินค้าไทยโดยกลุ่มตัวอย่างคือนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในสถาบันอุดมศึกษาจาก 5 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 10 มหาวิทยาลัย จำนวน 1,297 คน โดยผู้วิจัยนั้นได้สร้างแบบวัดขึ้นเอง จำนวน 27 ข้อ แต่ละข้อมีมาตร 6 หน่วย ตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย

การวัดทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม ใช้แบบวัดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง แบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินรวมค่า (Summated Rating scale) 6 ระดับ ตั้งแต่จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงามนั้นม้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามไม่มากนักแต่มีงานวิจัยที่ใกล้เคียงซึ่งเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมฉลาดดูแลสุขภาพ การเลือกกินอย่างฉลาดและการมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าอย่างมีวิจารณญาณไว้ดังนี้ ดวงกมล พรหมลักขโณ (2549) ได้ศึกษาปัจจัยเชิงเหตุและผลของพฤติกรรมฉลาดดูแลสุขภาพตนเองของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในโครงการโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพ พบว่าทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมฉลาดดูแลสุขภาพตนเองเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เป็นลำดับที่หนึ่งกับพฤติกรรมฉลาดดูแลสุขภาพตนเองผลการศึกษาของรุจิเรศ พิษิตานนท์ (2546) ที่ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมฉลาดเลือกกินของนักเรียนวัยรุ่นตอนปลายในด้านทัศนคติที่ดี พบว่า นักเรียนที่มีทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมฉลาดเลือกกินจะมีพฤติกรรมฉลาดเลือกกินที่เหมาะสมกับสุขภาพมากกว่านักเรียนประเภทตรงข้ามและทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมฉลาดเลือกกิน เป็นตัวทำนายสำคัญลำดับแรกต่อพฤติกรรมฉลาดเลือกกินและกฤตพัชชีษฐ์ ตั้งจิตปรารถนา,และคณะ (2562) ได้ศึกษาจิตลักษณะและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าอย่างมีวิจารณญาณของนักศึกษาระดับปริญญาตรี พบว่า ทัศนคติที่ดี

ต่อการซื้อสินค้าอย่างมีวิจารณญาณ เป็นตัวทำนายสำคัญของพฤติกรรมการซื้อสินค้าอย่างมี  
 วิจารณญาณและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าอย่างมีวิจารณญาณ

จากการประมวลเอกสารงานวิจัยข้างต้น พบว่า ทักษะที่ดีต่อการบริโภค  
 อาหารเสริมความงามนั้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมประเภทต่างๆ  
 โดยเชื่อมั่นในคุณค่าของอาหารเสริมและส่งผลให้เกิดการบริโภคอาหารเสริมเพิ่มขึ้น พฤติกรรมกา  
 เลือกกินอย่างฉลาดและการมีวิจารณญาณในการซื้อสินค้าซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี  
 ยอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามผู้วิจัยสรุปเป็นสมมติฐานงานวิจัยได้ว่า ทักษะที่ดี  
 ต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสีอย่างมีสติในการ  
 บริโภคอาหารเสริมความงาม

### 2.3.2 ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม

#### ความหมายความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม

การศึกษาเรื่องความพร้อมแสดงพฤติกรรมนั้น Thorndike (1874-1949, อ้าง  
 ถึงใน อรรถวิฑ จารึกจาริต และ ประณต คำฉิม, 2557) อธิบายว่า กฎแห่งความพร้อมคือ  
 ความสามารถในการเรียนรู้ทั้งทางร่างกายและจิตใจทั้งนี้ต้องเกิดจากความพร้อมในทุกๆด้านด้วย  
 อาจนำไปสู่ความรำคาญหากถูกรบกวน โดยมีประเด็นที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. เมื่อร่างกายและจิตใจพร้อมที่จะกระทำการบางอย่าง  
 การได้กระทำ จะก่อให้เกิดความพึงพอใจ

พร้อม → ได้ทำ → พึงพอใจ → เกิดการเรียนรู้

2. เมื่อร่างกายและจิตใจพร้อมที่จะกระทำการบางอย่าง  
 การไม่ได้กระทำจะก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจ

พร้อม → ไม่ได้ทำ → พึงพอใจ → ไม่เกิดการเรียนรู้

3. เมื่อร่างกายและจิตใจไม่พร้อมที่จะกระทำการบางอย่าง  
 แต่ถูกบังคับให้กระทำจะก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจ

ไม่พร้อม → บังคับให้ทำ → ไม่พึงพอใจ → ไม่เกิด  
 การเรียนรู้

จากการศึกษาความหมายของความพร้อมแสดงพฤติกรรมนั้น Good (1973)  
 อธิบายว่า เป็นความพึงพอใจ ความปรารถนา หรือความศักยภาพ การจะมีความพร้อมนั้นต้องมา  
 จากการมีวุฒิภาวะ ประสบการณ์ อารมณ์และจิตใจ ความพร้อมจึงเป็นการพัฒนาบุคคลให้มี  
 ความสามารถทำสิ่งต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับThatcher and others (1970) อธิบายว่า เป็นลักษณะ  
 หรือสภาพของบุคคลที่มีการเตรียมการ มีใจฝึกฝน และมีความตั้งใจในการกระทำสิ่งต่างๆ เพื่อให้

เกิดผลสำเร็จ ในขณะเดียวกัน อาทร เยาวปราวณี (2520) อธิบายว่า เป็นสิ่งที่เกิดจากภายในตนเอง ส่งผลให้เกิดการกระทำบางสิ่งและมีผลไปในทิศทางที่จะประสบความสำเร็จ สำหรับการซื้อหรือ การตัดสินใจซื้ออาหารเสริมนั้น ปารีชาติ ประภาสย (2557) อธิบายว่า เป็นการกระทำต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาหรือเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภค หลังจากผู้บริโภคนั้นได้มีการตรวจสอบทางเลือกและศึกษาหาข้อมูลต่างๆอย่างดีแล้ว สำหรับจิราภา โฆษิตวานิช (2554) อธิบายว่า เป็นการพิจารณา และไตร่ตรองถึงข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการประกอบการตัดสินใจในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม โดยที่จะได้รับประโยชน์ในการซื้ออย่างสูงสุด และปณิศา ลัญจนาพันธ์ (2548) อธิบายว่า เป็นขั้นตอนในการประเมินผลที่ได้มีการผ่านวิเคราะห์ถึงความปรารถนาผ่านการหาข้อมูลเพื่อที่จะช่วยให้ผู้บริโภคนั้นมีการกำหนดความพึงพอใจได้ระหว่างผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เป็นทางเลือก และจะได้มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ตนนั้นชอบมากที่สุด

จากความหมายข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม ได้ว่า ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงามหมายถึง ความต้องการที่มีการเตรียมการสำหรับซื้ออาหารเสริมความงาม ซึ่งเกิดจากการคิดวิเคราะห์ ศึกษาหาข้อมูล และประสบการณ์ โดยที่จะต้องได้รับประโยชน์ในการซื้อมากที่สุด

#### **การวัดความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม**

จากการประมวลเอกสารเกี่ยวกับการวัดความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม พบงานวิจัยของปารีชาติ ประภาสย (2557) ได้ศึกษาการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมความงาม กลุ่มตัวอย่างคือบุคคลในวัยทำงานที่มีอายุตั้งแต่ 18 – 60 ปี ในเขตกรุงเทพฯ จำนวน 400 คน โดยข้อคำถามแบ่งเป็นประเมินค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ “ระดับมากที่สุด” ถึง “น้อยที่สุด” โดยผู้วิจัยนั้นได้สร้างแบบวัดขึ้นเอง จำนวน 9 ข้อ ส่วนงานวิจัยของจิราภา โฆษิตวานิช (2554) ได้ศึกษาพฤติกรรม และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงสุขภาพกลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษาปริญญาตรีที่กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ปีการศึกษา 2554 จำนวน 380 คน โดยแบบวัดมีแต่ละข้อมีมาตร 5 ระดับ ตั้งแต่ “ระดับมากที่สุด” ถึง “น้อยที่สุด” โดยผู้วิจัยนั้นได้สร้างแบบวัดขึ้นเองจำนวน 35 ข้อ และงานวิจัยของฉัฐวิณี สิทธิศิริอรรรถ (2560) ได้ศึกษาทัศนคติ ต่อสินค้าไทยโดยกลุ่มตัวอย่างคือนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในสถาบันอุดมศึกษาจาก 5 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 10 มหาวิทยาลัย จำนวน 1,297 คน โดยผู้วิจัยนั้นได้สร้างแบบวัดขึ้นเอง จำนวน 21 ข้อ แต่ละข้อมีมาตร 6 หน่วย ตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย

ในงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยใช้แบบวัดความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงามที่ปรับปรุงมาจากงานวิจัยของฉัฐวิวัฒน์ สิทธิศิริอรอด (2560) แบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินรวมค่า (Summated Rating scale) 6 ระดับ คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงามนั้นม้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามไม่มากนักแต่มีงานวิจัยที่ใกล้เคียงซึ่งเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรบริโภค และพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติไว้ดังนี้ ฉัฐวิวัฒน์ สิทธิศิริอรอด (2560) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนิยมไทยในนักศึกษาพบว่า ความพร้อมนิยมไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรบริโภคอาหารและการใช้สินค้าไทยของนักศึกษาความพร้อมนิยมไทยเป็นปัจจัยสาเหตุที่สำคัญของการมีพฤติกรรมนิยมไทย แสดงว่านักศึกษามีแนวโน้มหรือมีความพร้อม ที่จะบริโภคอาหารและการใช้สินค้าไทย ผลการศึกษาของดุจเดือน พันธุมนาวิน (2558) ได้ศึกษาปัจจัยเชิงเหตุของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา พบว่า ความพร้อมเป็นอิทธิพลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติด้านการบริโภคอาหาร

จากการประมวลเอกสารงานวิจัยข้างต้น พบว่า ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงามนั้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรบริโภคอาหาร และพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติ โดยเฉพาะด้านการบริโภคผู้วิจัยสรุปเป็นสมมติฐานงานวิจัยได้ว่า ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

### 2.3.3 ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

#### ความหมายภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

Pantasen, A. (2008อ้างถึงใน ณรงค์ศักดิ์ หนูสอนและ จักรพันธ์ เพ็ชรภูมิ, 2559) อธิบายว่าภูมิคุ้มกันตนนั้นสามารถช่วยในการป้องกันตัวเองไม่ให้ตกอยู่ในภาวะเสี่ยง ความไม่มั่นคง หรือภาวะที่ไม่สามารถช่วยเหลือตนเองได้ บุคคลที่มีภูมิคุ้มกันตนนั้นเป็นบุคคลที่ปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมต่างๆได้ง่าย และเอาตัวรอดได้ ภูมิคุ้มกันตนจะเป็นสิ่งที่ช่วยลดผลกระทบที่รุนแรง การมีภูมิคุ้มกันตนที่แข็งแรงจะเป็นบุคคลที่สามารถพึ่งพาตนเอง และสามารถปรับตัวเมื่อเกิดภาวะวิกฤติ ในขณะที่ดุจเดือน พันธุมนาวิน และดวงเดือน พันธุมนาวิน (2550) อธิบายว่า คือความสามารถในการปรับตัวของบุคคลหากเกิดการเปลี่ยนแปลง อีกทั้งยังมีความพร้อมและสามารถรับมือกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ไม่ว่าจะเป็นเรื่องดีหรือไม่ดีตลอดจนมี

ทัศนคติและวิจารณ์ญาณในการตัดสินใจ ยอมรับ ปฏิเสธ หรือการบังคับต่างๆ ในส่วนของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ส่วนจัดตั้งสถาบันวิจัยและพัฒนาระบบพฤติกรรมไทย (2550) อธิบายว่า เป็นการศึกษาที่บุคคลนั้นมีความพร้อมในด้านความคิด มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เพียงพอสำหรับการจัดการกับสถานการณ์ที่ได้รับการปลุกปั่นเร้าอารมณ์จากบุคคลอื่น อรพินทร์ ชูชม (2554) อธิบายว่า เป็นคุณลักษณะทางจิตใจของบุคคล เป็นความสามารถในการพึ่งพาตนเอง มีสติสัมปชัญญะ มีความหวัง มีศักยภาพในการแก้ปัญหา และมีความยืดหยุ่นในการปรับตัว ทวีศักดิ์ สิริรัตน์เรขา (2549) อธิบายว่า ภูมิคุ้มกันทางใจ เป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลนั้นสามารถอยู่รอดเมื่อในชีวิตเกิดปัญหา ตลอดจนการได้รับการแก้ไขในเรื่องของอารมณ์ ความรู้สึกและจิตใจได้อย่างทัน่วงทีโดยที่ไม่จมอยู่บนความทุกข์ ความเศร้า สามารถปรับตัวได้ดี และกลับมาดำเนินชีวิตได้อย่างปกติสุข นอกจากนี้ยังสามารถเปลี่ยนแปลงตนเองให้มีจิตใจที่เข้มแข็งกว่าเดิม และ Howard, Dryden and Johnson (1999) อธิบายว่า ภูมิคุ้มกันทางใจ เป็นสิ่งที่ติดตัวบุคคลมาตั้งแต่เกิดซึ่งเกิดจากการเลี้ยงดู อบรมสั่งสอนของสมาชิกในครอบครัว สิ่งนี้เหล่านี้จะเป็นแนวทางในการดำรงชีวิต รวมถึงจัดการ แก้ไขกับปัญหาความเครียดและเป็นสิ่งที่สามารถบอกถึงสภาวะสุขภาพในช่วงขณะนั้น

จากความหมายข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของหมายภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ได้ว่า ความภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม หมายถึง ความสามารถในการป้องกันตนไม่ให้อยู่ในภาวะเสี่ยงในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

### **การวัดภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม**

จากการประมวลเอกสารเกี่ยวกับการวัดภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงามพบงานวิจัยของอรพินทร์ ชูชม (2554) ได้ศึกษาภูมิคุ้มกันทางจิตของเยาวชนกลุ่มตัวอย่างคือเยาวชนที่เป็นนักศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยของรัฐสังกัดกระทรวงศึกษาธิการในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 800 คน โดยแต่ละข้อมีมาตรา 5 ระดับ ตั้งแต่ “จริง” ถึง “ไม่จริง” โดยผู้วิจัยนั้นได้สร้างแบบวัดขึ้นเองจำนวน 30 ข้อ พบในงานวิจัยของนิศากร สนามเขต (2550) ได้ศึกษาการมีภูมิคุ้มกันภายในตน กลุ่มตัวอย่างคือนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยแบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ จริงที่สุด – ไม่จริงเลย มีจำนวน 15 ข้อ และพบในงานวิจัยของฉัฐวิณี สิทธิศิริอรรวร (2560) ได้ศึกษาภูมิคุ้มกันตนทางจิต เป็นการต้านทานการชักจูงด้วยการรู้คิด มีองค์ประกอบ 4 ประการ คือ สติ-สัมปชัญญะ ความชอบเสี่ยง ความสามารถในการแก้ไขปัญหาและการมองโลกในแง่ดี แบบวัดภูมิคุ้มกันตนทาง

จิตผู้วิจัยศึกษานิยามความหมาย แนวทางการสร้างแบบวัด และปรับปรุงแบบวัดภูมิคุ้มกันตนทางจิตมาจาก ดุจเดือน พันธมนาวิน (2558) จำนวน 32 ข้อ แบบวัดมารวมกันโดยแบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย”

ในงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยใช้แบบวัดภูมิคุ้มกันตนทางจิตผู้วิจัยสร้างขึ้นแบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประเมินรวมค่า (Summated Rating scale) 6 ระดับ คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภูมิคุ้มกันตนทางจิตภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงามนั้นม้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามไม่มากนักแต่มีงานวิจัยที่ใกล้เคียงซึ่งเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติและพฤติกรรมบริโภคไว้ดังนี้ดูจเดือน พันธมนาวิน (2558) ได้ศึกษาปัจจัยเชิงเหตุของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา พบว่า ภูมิคุ้มกันตนทางจิต เป็นอิทธิพลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเสี่ยงอย่าง มีสติด้านการบริโภคอาหาร ฉัฐวีณ์ สิทธิศิริอรธ (2560) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนิยมไทยในนักศึกษา พบว่า ภูมิคุ้มกันตนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร

จากการประมวลเอกสารงานวิจัยข้างต้น พบว่า ภูมิคุ้มกันตนทางจิตนั้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร และพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติด้านการบริโภคผู้วิจัยสรุปเป็นสมมติฐานงานวิจัยได้ว่าภูมิคุ้มกันตนทางจิตมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

## 2.4 ตัวแปรแบ่งกลุ่มย่อย

### 2.4.1 เพศ

เพศนั้นม้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามไว้ Chiba et al. (n.d) ได้ศึกษาการรับรู้ของวิตามิน ความชุกในวิตามินเสริมอาหารและอาหารเสริมในญี่ปุ่น พบว่า วัตถุประสงค์ในการใช้อาหารเสริมนั้นมีความแตกต่างทางเพศโดยเพศหญิงต้องการบริโภคอาหารเพื่อความงามสูงกว่าในเพศชาย ชวัล วิณิชัยนันท์ และปรีชา วิจิตรธรรมรส (2560) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศหญิงมีพฤติกรรมบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักมากกว่า สอดคล้องกับผลการศึกษาของศิริพร ทิมาบุตร (2560) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าเพศหญิงมีพฤติกรรม การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากกว่าเพศชาย

จิตติ เหมินทร์ (2550) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อ ความงามของผู้บริโภคในภาคใต้ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ดังนั้นผู้บริโภคที่มีเพศ แตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อความงามโดยรวม แตกต่างกัน และทรงฤทธิ์ ทองมีขวัญ (2561) ได้ศึกษาความสัมพันธ์และอำนาจในการทำนายของ การรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อพฤติกรรมป้องกันความเสี่ยงจากการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงามของ นักศึกษาพยาบาล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและมีการรับรู้ความเสี่ยงจากการใช้ ผลิตภัณฑ์เสริมความงามโดยสามารถรับรู้ว่าคุณเองอยู่ในภาวะเสี่ยงหรืออันตราย

จากการศึกษาในข้างต้น พบว่า เพศหญิงนั้นมีพฤติกรรมในการบริโภคอาหาร เสริมและมีความเสี่ยงในการบริโภคสูงกว่าเพศตรงข้ามซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานในงานวิจัยคือ วยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานเพศหญิงมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภค อาหารเสริมความงามสูงกว่าเพศชาย

#### 2.4.2 สถานภาพสมรส

สถานภาพนั้นมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภค อาหารเสริมความงามไว้ดังนี้ ศิริพร ทิมาบุตร (2560) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการ บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ เป็นคนโสดมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากกว่า และเอมอร บุญสัมพันธ์ (2547) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักของ ผู้บริโภคในกรุงเทพฯพบว่า ผู้บริโภคที่เป็นโสดนั้นจะบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อความต้องการ มีรูปร่างที่ดีและการเสริมสร้างบุคลิกภาพที่ดี

จากการศึกษาในข้างต้น พบว่า สถานภาพสมรสนั้นมีผลต่อพฤติกรรมการ บริโภคอาหารเสริมและความเสี่ยงโดยพบว่าส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ในงานวิจัยคือวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานโดยสถานภาพโสดนั้นมีพฤติกรรมเสี่ยง อย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามสูงกว่าสถานภาพสมรสจากการศึกษาในข้างต้น พบว่า สถานภาพสมรสนั้นมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริม และความเสี่ยงโดยพบว่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานในงานวิจัยคือวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนัก เกินมาตรฐานโดยสถานภาพโสดนั้นมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริม ความงามสูงกว่าสถานภาพสมรส

#### 2.4.3 รายได้

รายได้นั้นมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภค อาหารเสริมความงามไว้ดังนี้ เอมอร บุญสัมพันธ์ (2547) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม

การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในกรุงเทพฯ พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลทำให้เหตุผลในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักนั้นแตกต่างกัน และ พิษณุ อภิสมมาตรโยธิน (2560) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตระหนักในเรื่องความงามและพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางที่ไม่ได้มาตรฐานของผู้หญิงไทย พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางที่ไม่ได้มาตรฐาน โดยสังคมในปัจจุบันนั้นส่งเสริมให้เกิดความสวยงามซึ่งการใช้เครื่องสำอาง เพื่อความสวยงามก่อให้เกิดอันตรายได้จากการใช้ของราคาถูกที่ไม่ได้มาตรฐาน

จากการศึกษาในข้างต้น พบว่า รายได้แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมและความเสี่ยงซึ่งสมมติฐานในงานวิจัยคือวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีรายได้ไม่พอใช้ มีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมสูงกว่ารายได้พอใช้และเหลือเก็บ

#### 2.4.4 อาชีพ

อาชีพนั้นม้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามไว้ดังนี้เอมอร บุญสัมพันธ์ (2547) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในกรุงเทพฯ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักนั้นแตกต่างกันโดยอาชีพพนักงานบริษัทมีเหตุผลในการบริโภคในด้านของเสริมบุคลิกภาพให้ดีขึ้น และผลการศึกษาของจิตติ เหมินทร์ (2550) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อความงามของผู้บริโภคในภาคใต้ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อความงามโดยรวมสูงกว่าอาชีพอื่นๆ

จากการศึกษาในข้างต้น พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันนั้นมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมและความเสี่ยงในการบริโภคหรือการใช้ของเพื่อความสวยงามซึ่งสมมติฐานในงานวิจัยคือวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานโดนอาชีพพนักงานเอกชนมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมสูงกว่าอาชีพอื่นๆ



### กรอบแนวคิดของการวิจัย

ในการศึกษาปัจจัยจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน โดยมีปัจจัยทางจิตลักษณะเดิม ปัจจัยสถานการณ์ ปัจจัยจิตสถานการณ์ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยได้ศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎีต้นไม้อัจฉริยะ (ดวงเดือน พันธุมนาวิน, 2539) และ แนวคิดการรับรู้ความเสี่ยง Yates and Stone (1992) ดังภาพประกอบ



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

### บทที่ 3

## วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาพฤติกรรมปัจจัยจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานโดยมีปัจจัยทางจิตลักษณะเดิม ปัจจัยสถานการณ์ ปัจจัยจิตสถานการณ์ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม โดยการดำเนินการเป็นขั้นตอนเพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

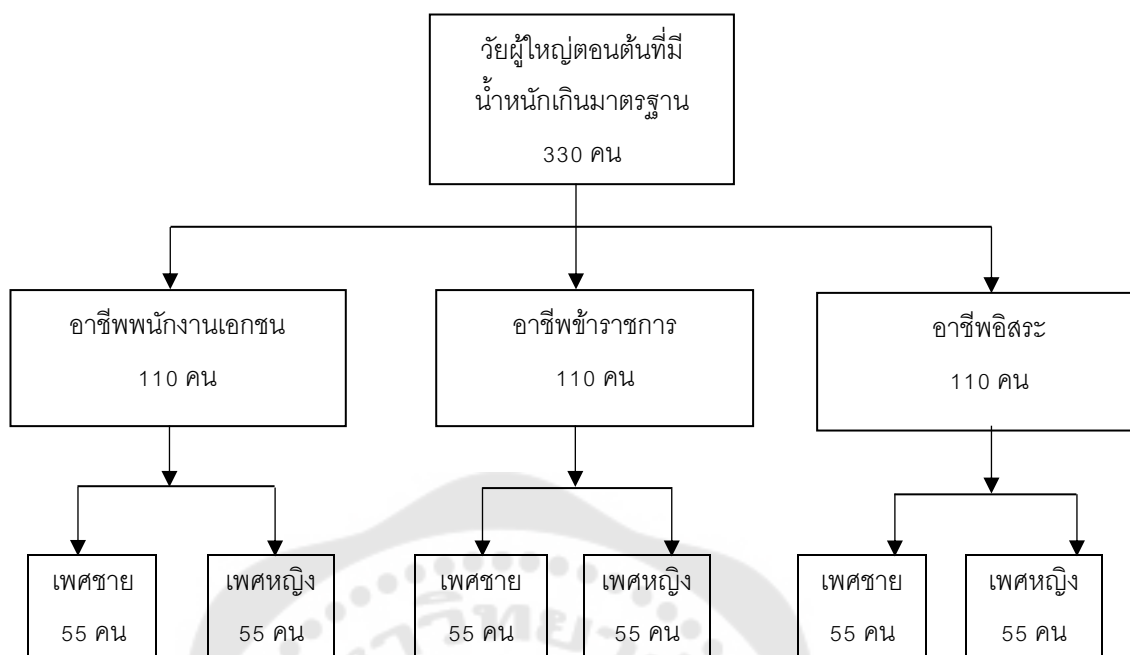
### ประชากรและกลุ่มตัวอย่างงานวิจัย

#### ประชากร

วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน อายุ 18-40

#### กลุ่มตัวอย่าง

วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน อายุ 18 - 40 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) การคำนวณกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการ G\*Power กำหนดค่า effect size เท่ากับ .05 ค่าความคลาดเคลื่อน .05 กำหนดค่า power เท่ากับ .80 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยจำนวน 322 คน (Buchner, et.al, 2007; บุญใจ ศรีสถิตยัณรากุล, 2553) ทั้งนี้เพื่อป้องกันข้อมูลสูญหายหรือไม่ครบถ้วน ผู้วิจัยจึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวน 2% ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างไว้ ประมาณ 330 คน ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำขนาดกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมาออกแบบวิธีการสุ่มโดยขั้นแรก เป็นการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified random sampling) ชั้นภูมิแรกเป็นอาชีพ แบ่งเป็นกลุ่ม โดย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมีย่อยให้มีสัดส่วนที่เท่ากัน คือ ชั้นภูมิละ 110 คน ชั้นภูมิที่ 2 เป็นเพศ ได้แก่ เพศชาย และเพศหญิง ขนาดกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 55 คน ต่อมาสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงดังภาพต่อไปนี้



ภาพประกอบ 2 ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล
2. แบบวัดพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม
3. แบบวัดเอกลักษณ์แห่งตน
4. แบบวัดมุ่งอนาคตควบคุมตน
5. แบบวัดความเชื่ออำนาจในตน
6. แบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์
7. แบบวัดอิทธิพลตัวแบบจากสื่อและเพื่อน
8. แบบวัดการสนับสนุนจากครอบครัว
9. แบบวัดทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม
10. แบบวัดความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม
11. แบบวัดภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบวัดพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม แบบวัดเอกลักษณ์แห่งตน แบบวัดมุ่งอนาคตควบคุมตน แบบวัดความเชื่ออำนาจในตน แบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ แบบวัดอิทธิพลของตัวแบบจากสื่อ

และเพื่อน แบบวัดการสนับสนุนจากครอบครัว แบบวัดทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม แบบวัดความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม แบบวัดภูมิคุ้มกันตนเองทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม แบบวัดข้อมูลส่วนบุคคล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน จากนั้นผู้วิจัยนำข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านมาปรับปรุงข้อคำถาม แล้วนำไปทดลองใช้กับกลุ่มทดลองหาคุณภาพแบบวัด (tryout) จำนวน 40 คน จากนั้นดำเนินการตรวจสอบคุณภาพรายข้อด้วยการวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Item discrimination) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนข้อนั้นกับคะแนนรวมที่ไม่มีข้อนั้น (Item-total correlation) แล้วทำการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของคะแนนจากแบบวัดด้วยการวิเคราะห์ค่า Cronbach's Alpha

### แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล

เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส รายได้ อาชีพเป็นแบบสอบถามชนิดเลือกตอบตัวอย่างแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล

### ตัวอย่างแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย  ลงใน  ที่ตรงตามความเป็นจริงของท่านและโปรดตอบทุกข้อ

(0.) เพศ

ชาย  หญิง

(00.) อาชีพ

ข้าราชการ  พนักงานเอกชน  อาชีพอิสระ  อื่น.....

### แบบวัดพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

การวัดพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามใช้แบบวัดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองโดยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิดการวัดพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคของ ดุจเดือน พันธุมนาวิน (2558) ผู้วิจัยสร้างข้อคำถามในแบบวัดพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามให้ครอบคลุมนิยามของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ลักษณะของข้อคำถามเป็นมาตราประเมินรวมค่า (Summated Rating scale) 6 ระดับ ตั้งแต่จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง และไม่จริงเลย จำนวน 21 ข้อ โดยผู้วิจัยได้นำแบบวัดดังกล่าวไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญอีก 3 คน เพื่อปรับปรุงแก้ไข และภาษาที่ใช้หลังจากนั้นนำไปทดลองใช้ (Try out) กับวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกิน

มาตรฐาน หรือที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน แล้วจึงนำแบบวัดไปหาคุณภาพรายข้อ ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม การคัดเลือกเป็นข้อคำถามในการวิจัยใช้เกณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม ค่าตั้งแต่ .20 ขึ้นไป ข้อคำถามที่ใช้จริงจำนวน 14 ข้อ ซึ่งในงานฉบับนี้แบบวัดพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามมีค่าตั้งแต่ .275 ถึง .768 มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ตั้งแต่ 2.027 ถึง 6.489 มีค่าความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha เท่ากับ .870

#### เกณฑ์การให้คะแนน

คำถามที่มีความหมายทางบวกจะมีคะแนน ตั้งแต่ 6-1 คือ จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย ส่วนคำถามที่มีความหมายทางลบ จะได้คะแนน ตรงกันข้าม โดยผู้ที่ได้คะแนนสูงกว่า แสดงว่าเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามมากกว่าผู้ที่ได้คะแนนต่ำกว่า

ข้อบวก ได้แก่ ข้อ 1,2,4,5,6,7,9,11,12,13

ข้อลบ ได้แก่ ข้อ 3,8,10,14

ตัวอย่างคำถามแบบวัดพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

0) ท่านได้ศึกษาหาข้อมูลถึงสรรพคุณของอาหารเสริมความงามก่อนบริโภค					
.....	.....	.....	.....	.....	.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย
0) ท่านมักจะอ่านคำเตือนบนฉลากอยู่เสมอ					
.....	.....	.....	.....	.....	.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย

#### แบบวัดเอกลักษณ์แห่งตน

ผู้วิจัยปรับปรุงแบบวัดมาจากงานวิจัยของ อูชา ศรีจินดารัตน์ (2533) โดยข้อคำถามนั้นครอบคลุมนิยามของเอกลักษณ์แห่งตนลักษณะของข้อคำถามเป็นประเมีนรวมค่า 6 ระดับ ตั้งแต่จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง และไม่จริงเลย จำนวน 10 ข้อ โดยผู้วิจัยได้นำแบบวัดดังกล่าวไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญอีก 3 คน เพื่อปรับปรุงแก้ไข และภาษาที่ใช้หลังจากนั้นนำไปทดลองใช้ (Try out) กับวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน หรือที่มี

ลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน แล้วจึงนำแบบวัดไปหาคุณภาพรายข้อ ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม การคัดเลือกเป็นข้อคำถามในการวิจัยใช้เกณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนค่าตั้งแต่ .20 ขึ้นไป ข้อคำถามที่ใช้จริงจำนวน 9 ข้อ ซึ่งในงานฉบับนี้แบบวัดเอกลักษณ์แห่งตนมีค่าตั้งแต่ .225 ถึง .660 มีค่าความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha เท่ากับ.662

#### เกณฑ์การให้คะแนน

คำถามที่มีความหมายทางบวกจะมีคะแนน ตั้งแต่ 6-1 คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย ส่วนคำถามที่มีความหมายทางลบ จะได้คะแนนตรงกันข้าม โดยผู้ที่ได้คะแนนสูงกว่า แสดงว่าเป็นผู้ที่มีเอกลักษณ์แห่งตนมากกว่าผู้ที่ได้คะแนนต่ำกว่า

ข้อบวก ได้แก่ ข้อ 1,2,4,6,7

ข้อลบ ได้แก่ ข้อ 3,5,8,9

ตัวอย่างคำถามแบบวัดเอกลักษณ์แห่งตน

0) ฉันรู้จักตนเองว่าฉันเป็นคนอย่างไร					
.....	.....	.....	.....	.....	.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย
00) ฉันเข้าใจและยอมรับในความแตกต่างของบุคคลในสังคม					
.....	.....	.....	.....	.....	.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย

### แบบวัดมุ่งอนาคตควบคุมตน

ผู้วิจัยใช้แบบวัดมุ่งอนาคตควบคุมตนที่ปรับปรุงมาจากงานวิจัยของ ยุภาวรรณ ดวงอินตา (2549) ข้อคำถามครอบคลุมนิยามของมุ่งอนาคตควบคุมตนลักษณะของข้อคำถามเป็น มาตราประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง และไม่จริงเลย จำนวน 8 ข้อ โดยผู้วิจัยได้นำแบบวัดดังกล่าวไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญอีก 3 คน เพื่อปรับปรุงแก้ไข และภาษาที่ใช้หลังจากนั้นนำไปทดลองใช้ (Try out) กับวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มี น้ำหนักเกินมาตรฐาน หรือที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน แล้วจึงนำแบบวัด ไปหาคุณภาพรายข้อ ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนน รวม การคัดเลือกเป็นข้อคำถามในการวิจัยใช้เกณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนราย ข้อกับคะแนนรวมค่าตั้งแต่ .20 ขึ้นไป ข้อคำถามที่ใช้จริงจำนวน 7 ข้อ ซึ่งในงานฉบับนี้แบบวัดมุ่ง อนาคตควบคุมตนมีค่าตั้งแต่ .220 ถึง .764 มีค่าความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha เท่ากับ .798

#### เกณฑ์การให้คะแนน

คำถามที่มีความหมายทางบวกจะมีคะแนน ตั้งแต่ 6-1 คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย ส่วนคำถามที่มีความหมายทางลบจะได้คะแนน ตรงกันข้าม โดยผู้ที่ได้คะแนนสูงกว่า แสดงว่าเป็นผู้ที่มีมุ่งอนาคตควบคุมตนมากกว่าผู้ที่ได้คะแนน ต่ำกว่า

ข้อบวก ได้แก่ ข้อ 6

ข้อลบ ได้แก่ ข้อ 1,3,4,5,7

ตัวอย่างคำถามแบบวัดมุ่งอนาคตควบคุมตน

0) การใช้ช้อนกลางเวลาร่วมโต๊ะทานอาหารกับผู้อื่นนั้นไม่จำเป็น					
.....	.....	.....	.....	.....	.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย
0) ฉันมักบริโภคอาหารโดยคิดถึงอันตรายที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต					
.....	.....	.....	.....	.....	.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย

### แบบวัดความเชื่ออำนาจในตน

ผู้วิจัยใช้แบบวัดความเชื่ออำนาจในตนที่ปรับปรุงมาจากงานวิจัยของ อรพินทร์ ชูชม (2554) ข้อคำถามครอบคลุมนิยามความเชื่ออำนาจในตนลักษณะของข้อคำถามเป็น มาตราประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง และไม่จริงเลย จำนวน 9 ข้อ โดยผู้วิจัยได้นำแบบวัดดังกล่าวไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญอีก 3 คน เพื่อปรับปรุงแก้ไข และภาษาที่ใช้หลังจากนั้นนำไปทดลองใช้ (Try out) กับวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มี น้ำหนักเกินมาตรฐาน หรือที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน แล้วจึงนำแบบวัด ไปหาคุณภาพรายข้อ ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนน รวม การคัดเลือกเป็นข้อคำถามในการวิจัยใช้เกณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนราย ข้อกับคะแนนรวม ค่าตั้งแต่ .20 ขึ้นไป ข้อคำถามที่ใช้จริงจำนวน 9 ข้อ ซึ่งในงานฉบับนี้แบบวัด ความเชื่ออำนาจในตนแห่งตนมีค่าตั้งแต่ .223 ถึง .850 มีค่าความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha เท่ากับ .682

#### เกณฑ์การให้คะแนน

คำถามที่มีความหมายทางบวกจะมีคะแนน ตั้งแต่ 6-1 คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย ส่วนคำถามที่มีความหมายทางลบ จะได้คะแนน ตรงกันข้าม โดยผู้ที่ได้คะแนนสูงกว่า แสดงว่าเป็นผู้ที่มีความเชื่ออำนาจในตนมากกว่าผู้ที่ได้ คะแนนต่ำกว่า

ข้อบวก ได้แก่ ข้อ 2,5,6,9

ข้อลบ ได้แก่ ข้อ 1,3,4,7,8

#### ตัวอย่างคำถามแบบวัดความเชื่ออำนาจในตน

0) ฉันเชื่อว่าไม่ว่าจะเกิดเรื่องดีหรือไม่ดีในชีวิตล้วนเกิดจากการกระทำของตัวเอง					
.....	.....	.....	.....	.....	.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย
0) ฉันเชื่อมั่นว่าตนเองสามารถกำหนดสิ่งที่จะเกิดขึ้นในชีวิตตนเองได้					
.....	.....	.....	.....	.....	.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย



### แบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

ผู้วิจัยใช้แบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่ปรับปรุงมาจากงานวิจัยของดุกเดื่อน พันธุม นาวิน (2558) ข้อคำถามครอบคลุมนิยามของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ลักษณะของข้อคำถามเป็นมาตรา ประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง และไม่จริงเลยจำนวน 11 ข้อ โดยผู้วิจัยได้นำแบบวัดดังกล่าวไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญอีก 3 คน เพื่อปรับปรุงแก้ไข และภาษาที่ใช้หลังจากนั้นนำไปทดลองใช้ (Try out) กับวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มี น้ำหนักเกินมาตรฐาน หรือที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน แล้วจึงนำแบบวัด ไปหาคุณภาพรายข้อ ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนน รวม การคัดเลือกเป็นข้อคำถามในการวิจัยใช้เกณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนราย ข้อกับคะแนนรวมค่าตั้งแต่ขึ้นไป ข้อคำถามที่ใช้จริงจำนวน 11 ข้อ ซึ่งในงานฉบับนี้แบบวัด แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีค่าตั้งแต่ .269 ถึง .790 มีความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha เท่ากับ .799

#### เกณฑ์การให้คะแนน

คำถามที่มีความหมายทางบวกจะมีคะแนน ตั้งแต่ 6-1 คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย ส่วนคำถามที่มีความหมายทางลบ จะได้คะแนน ตรงกันข้าม โดยผู้ที่ได้คะแนนสูงกว่า แสดงว่าเป็นผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มากกว่าผู้ที่ได้คะแนน ต่ำกว่า

ข้อบวก ได้แก่ ข้อ 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11

ตัวอย่างคำถามแบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

0) ฉันเชื่อมั่นว่าสามารถแก้ปัญหาได้ด้วยตนเอง					
.....	.....	.....	.....	.....	.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย
0) ถ้าฉันทำงานไม่ประสบความสำเร็จฉันจะพยายามทำให้ดีขึ้นในครั้งต่อไป					
.....	.....	.....	.....	.....	.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย

### แบบวัดอิทธิพลของตัวแบบจากสื่อและเพื่อน

ผู้วิจัยสร้างแบบวัดอิทธิพลของตัวแบบขึ้นเองข้อคำถามครอบคลุมนิยามของอิทธิพลของตัวแบบลักษณะของข้อคำถามเป็นมาตราประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง และไม่จริงเลย จำนวน 18 ข้อ โดยผู้วิจัยได้นำแบบวัดดังกล่าวไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญอีก 3 คน เพื่อปรับปรุงแก้ไข และภาษาที่ใช้หลังจากนั้นนำไปทดลองใช้ (Try out) กับวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน หรือที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน แล้วจึงนำแบบวัดไปหาคุณภาพรายข้อ ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม การคัดเลือกเป็นข้อคำถามในการวิจัยใช้เกณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวมค่าตั้งแต่ .20 ขึ้นไป ข้อคำถามที่ใช้จริงจำนวน 10 ข้อ ซึ่งในงานฉบับนี้แบบวัดอิทธิพลของตัวแบบมีค่าตั้งแต่ .238 ถึง .745 มีความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha เท่ากับ .851

#### เกณฑ์การให้คะแนน

คำถามที่มีความหมายทางบวกจะมีคะแนน ตั้งแต่ 6-1 คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย ส่วนคำถามที่มีความหมายทางลบ จะได้คะแนนตรงกันข้าม โดยผู้ที่ได้คะแนนสูงกว่า แสดงว่าเป็นผู้ที่มีอิทธิพลของตัวแบบจากสื่อและเพื่อนมากกว่าผู้ที่ได้คะแนนต่ำกว่า

ข้อบวก ได้แก่ ข้อ 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10

ตัวอย่างคำถามแบบวัดอิทธิพลของตัวแบบจากสื่อ

0) ฉันใช้อาหารเสริมความงามตามดาราหรือคนดังที่เป็นกำลังเป็นที่นิยมในสังคม					
.....	.....	.....	.....	.....	.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย
0) ฉันเริ่มบริโภคอาหารเสริมความงามเพราะกลุ่มเพื่อน					
.....	.....	.....	.....	.....	.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย

### แบบวัดการสนับสนุนจากครอบครัว

ผู้วิจัยสร้างแบบวัดการสนับสนุนจากครอบครัวขึ้นเองข้อคำถามครอบคลุมนิยามของการสนับสนุนจากครอบครัว ลักษณะของข้อคำถามเป็นมาตราประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่จริงที่สุดจริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง และไม่จริงเลย จำนวน 10 ข้อ โดยผู้วิจัยได้นำแบบวัดดังกล่าวไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญอีก 3 คน เพื่อปรับปรุงแก้ไข และภาษาที่ใช้หลังจากนั้นนำไปทดลองใช้ (Try out) กับวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน หรือที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน แล้วจึงนำแบบวัดไปหาคุณภาพรายข้อ ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม การคัดเลือกเป็นข้อคำถามในการวิจัยใช้เกณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม ค่าตั้งแต่ .20 ขึ้นไป ข้อคำถามที่ใช้จริงจำนวน 9 ข้อ ซึ่งในงานฉบับนี้แบบวัดการสนับสนุนจากครอบครัวมีค่าตั้งแต่ .292 ถึง .694 มีค่าความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha เท่ากับ .743

#### เกณฑ์การให้คะแนน

คำถามที่มีความหมายทางบวกจะมีคะแนน ตั้งแต่ 6 -1 คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย ส่วนคำถามที่มีความหมายทางลบ จะได้คะแนนตรงกันข้าม โดยผู้ที่ได้คะแนนสูงกว่า แสดงว่าเป็นผู้ที่มีการสนับสนุนจากครอบครัวมากกว่าผู้ที่ได้คะแนนต่ำกว่า

ข้อบวก ได้แก่ ข้อ 1,2,3,4,5,6,7,8,9

ตัวอย่างคำถามแบบวัดการสนับสนุนจากครอบครัว

0) สมาชิกในครอบครัวสนับสนุนให้ฉันบริโภคอาหารเสริมความงาม					
.....	.....	.....	.....	.....	.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย
0) สมาชิกในครอบครัวจัดหาอาหารเสริมความงามให้ฉันบริโภค					
.....	.....	.....	.....	.....	.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย

### แบบวัดทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม

ผู้วิจัยสร้างแบบวัดการสนับสนุนจากครอบครัวขึ้นเองข้อคำถามครอบคลุมนิยามของการสนับสนุนจากครอบครัวลักษณะของข้อคำถามเป็นมาตราประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่จริงที่สุดจริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง และไม่จริงเลย จำนวน 11 ข้อ โดยผู้วิจัยได้นำแบบวัดดังกล่าวไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญอีก 3 คน เพื่อปรับปรุงแก้ไข และภาษาที่ใช้หลังจากนั้นนำไปทดลองใช้ (Try out) กับวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน หรือที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน แล้วจึงนำแบบวัดไปหาคุณภาพรายข้อ ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม การคัดเลือกเป็นข้อคำถามในการวิจัยใช้เกณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม ค่าตั้งแต่ .20 ขึ้นไป ข้อคำถามที่ใช้จริงจำนวน 10 ข้อ ซึ่งในงานฉบับนี้แบบวัดการสนับสนุนจากครอบครัวมีค่าตั้งแต่ .642 ถึง .860 มีค่าความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha เท่ากับ .943

#### เกณฑ์การให้คะแนน

คำถามที่มีความหมายทางบวกจะมีคะแนน ตั้งแต่ 6-1 คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย ส่วนคำถามที่มีความหมายทางลบ จะได้คะแนนตรงกันข้าม โดยผู้ที่ได้คะแนนสูงกว่า แสดงว่าเป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงามมากกว่าผู้ที่ได้คะแนนต่ำกว่า

ข้อบวก ได้แก่ ข้อ 1,2,6,7,8,9,10

ข้อลบ ได้แก่ ข้อ 3,4,5

ตัวอย่างคำถามแบบวัดทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม

0) ฉันคิดว่าอาหารเสริมความงามเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อร่างกาย					
.....	.....	.....	.....	.....	.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย
0) การบริโภคอาหารเสริมความงามทำให้ฉันมั่นใจมากขึ้น					
.....	.....	.....	.....	.....	.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย

### แบบวัดความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม

ผู้วิจัยสร้างแบบวัดความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงามขึ้นเอง ข้อคำถามครอบคลุม นิยามของความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงามลักษณะของข้อคำถามเป็นมาตราประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง และไม่จริงเลย จำนวน 8 ข้อ โดยผู้วิจัยได้นำแบบวัดดังกล่าวไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญอีก 3 คน เพื่อปรับปรุงแก้ไข และภาษาที่ใช้หลังจากนั้นนำไปทดลองใช้ (Try out) กับวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน หรือที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน แล้วจึงนำแบบวัดไปหาคุณภาพรายข้อ ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม การคัดเลือกเป็นข้อคำถามในการวิจัยใช้เกณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม ค่าตั้งแต่ .20 ขึ้นไป ข้อคำถามที่ใช้จริงจำนวน 5 ข้อ ซึ่งในงานฉบับนี้แบบวัดความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงามมีค่าตั้งแต่ .442 ถึง .784 มีค่าความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha เท่ากับ.830

#### เกณฑ์การให้คะแนน

คำถามที่มีความหมายทางบวกจะมีคะแนน ตั้งแต่ 6-1 คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย ส่วนคำถามที่มีความหมายทางลบ จะได้คะแนน ตรงกันข้าม โดยผู้ที่ได้คะแนนสูงกว่า แสดงว่าเป็นผู้ที่มีความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงามมากกว่าผู้ที่ได้คะแนนต่ำกว่า

ข้อบวก ได้แก่ ข้อ 1,2,3,4,5

ตัวอย่างคำถามแบบวัดความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม

0) ฉันพร้อมที่จะซื้ออาหารเสริมความงามต่อเมื่อฉันคิด วิเคราะห์มาอย่างดีแล้ว					
.....	.....	.....	.....	.....	.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย
0) ฉันพร้อมที่จะซื้ออาหารเสริมความงามหากอาหารเสริมนั้นมีประโยชน์ต่อตัวฉัน					
.....	.....	.....	.....	.....	.....
จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย

### แบบวัดภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

ผู้วิจัยสร้างแบบวัดภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงามขึ้นเอง ข้อคำถามครอบคลุมนิยามของภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงามลักษณะของ ข้อคำถามเป็นมาตราประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง และไม่จริงเลย จำนวน 12 ข้อ โดยผู้วิจัยได้นำแบบวัดดังกล่าวไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญอีก 3 คน เพื่อปรับปรุงแก้ไข และภาษาที่ใช้หลังจากนั้นนำไปทดลองใช้ (Try out) กับวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน หรือที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน แล้วจึงนำแบบวัดไปหาคุณภาพรายข้อ ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง คะแนนรายข้อกับคะแนนรวม การคัดเลือกเป็นข้อคำถามในการวิจัยใช้เกณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม ค่าตั้งแต่ .20 ขึ้นไป ข้อคำถามที่ใช้จริงจำนวน 12 ข้อ ซึ่งในงานฉบับนี้แบบวัดภูมิคุ้มกันตนทางจิตมีค่าตั้งแต่ .461 ถึง .739 มีค่าความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha เท่ากับ .860

#### เกณฑ์การให้คะแนน

คำถามที่มีความหมายทางบวกจะมีคะแนน ตั้งแต่ 6-1 คือจริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงเลย ส่วนคำถามที่มีความหมายทางลบ จะได้คะแนน ตรงกันข้าม โดยผู้ที่ได้คะแนนสูงกว่า แสดงว่าเป็นผู้ที่มีภูมิคุ้มกันตนทางจิตมากกว่าผู้ที่ได้คะแนน ต่ำกว่า

ข้อบวก ได้แก่ ข้อ 1,2,3,4,5,7,8,9,10,11,12

ข้อลบ ได้แก่ ข้อ 6,8

ตัวอย่างคำถามแบบวัดภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

0) ฉันไม่บริโภคอาหารเสริมความงามหากผลิตภัณฑ์ไม่มีเครื่องหมายรับรอง

.....

จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย
------------	------	--------------	-----------------	---------	------------

0) ฉันศึกษาหาความรู้ถึงผลข้างเคียงที่อาจเกิดขึ้นได้จากการบริโภคอาหารเสริมความงาม

.....

จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย
------------	------	--------------	-----------------	---------	------------

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาค้นคว้า โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ยื่นขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ซึ่งได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เลขที่ SWUEC-G-068/2565E
2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งแจ้งวัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าและขอความอนุเคราะห์ให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถาม
3. ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบวัดที่ได้รับ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาตรวจให้คะแนนแล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติดังนี้

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
2. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย t-test เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1-1.2
3. การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธี LSD (Least Significant Difference) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3-1.4
4. การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 2-4
5. การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ทั้งชนิดโดยรวม (Enter) และเป็นขั้น (Stepwise) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 5

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของตารางและคำบรรยาย ใต้ตาราง ตามวัตถุประสงค์งานวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน

ในส่วนที่ 1 เป็นผลการวิเคราะห์เบื้องต้นจำแนกตามตัวแปรภูมิหลัง ได้แก่ เพศ สถานภาพ รายได้ และอาชีพ

ในส่วนที่ 2 เป็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเสี่ยงอย่าง มีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน เมื่อจำแนก ตามตัวแปร เพศ สถานภาพ รายได้ และอาชีพ

ในส่วนที่ 3 เป็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแปรปรวนของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติ ในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวมและรายด้าน ของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกิน มาตรฐาน จำแนกตามตัวแปรรายได้

ในส่วนที่ 4 เป็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติ ในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานกับตัวแปร ปัจจัยทางจิตลักษณะเดิม ได้แก่ เอกลักษณ์แห่งตน มุ่งอนาคตควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ปัจจัยสถานการณ์ ได้แก่ อิทธิพลตัวแบบจากสื่อและเพื่อน การสนับสนุนจาก ครอบครัว ปัจจัยจิตลักษณะตามสถานการณ์ ได้แก่ ทักษะที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริม ความงาม ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริม ความงาม

ในส่วนที่ 5 เป็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลการทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการ บริโภคอาหารเสริมความงาม โดยใช้ปัจจัยทางจิตลักษณะเดิม ได้แก่ เอกลักษณ์แห่งตน มุ่งอนาคต ควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ปัจจัยสถานการณ์ ได้แก่ อิทธิพลตัวแบบ จากสื่อและเพื่อน การสนับสนุนจากครอบครัว ปัจจัยจิตลักษณะตามสถานการณ์ ได้แก่ ทักษะที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม ภูมิคุ้มกันตน ทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานในกลุ่ม รวมและเมื่อจำแนกตาม เพศ สถานภาพ รายได้ และอาชีพ



### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นจำแนกตามตัวแปรภูมิหลัง ได้แก่ เพศ สถานภาพ รายได้ และอาชีพ โดยปรากฏผลดังตารางที่ 2

ตาราง 2 ค่าร้อยละของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานจำแนกตามเพศ สถานภาพ รายได้ และอาชีพ

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

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

ร้อยละ 22.1 อาชีพอิสระ มีจำนวน 106 คน ร้อยละ 32.1 อาชีพนิสิต นักศึกษา มีจำนวน 24 คน ร้อยละ 12.6

**ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน** เมื่อจำแนกตามตัวแปร เพศ และสถานภาพ ก่อนการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานของการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรในงานวิจัยนี้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (mean: M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: SD) คะแนนต่ำสุด (min) และคะแนนสูงสุด (max) ค่าความเบ้ (skewness: SK) ค่าความโด่ง (kurtosis: KU) เพื่อดูว่าข้อมูลมีการแจกแจงที่เป็นลักษณะโค้งปกติ (normal distribution) หรือไม่ ซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ในงานวิจัยครั้งนี้ โดยพิจารณาตามเกณฑ์ของ George และ Malley (2010) ที่ระบุว่า ข้อมูลควรจะต้องมีความเบ้และความโด่ง ไม่เกิน -2 และ +2 ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 3 พบว่า ตัวแปรในงานวิจัยมีค่าสัมบูรณ์ของความเบ้ อยู่ในช่วง -0.9 ถึง 2.13 และค่าสัมบูรณ์ของความโด่ง อยู่ในช่วง -.53 ถึง 5.29 ซึ่งมีค่าต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดในข้างต้น แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรทั้งหมดที่ใช้ในการวิจัยมีการกระจายแบบโค้งปกติ และมีค่าการแจกแจงอยู่ในช่วงที่ยอมรับได้ จึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติได้ โดยปรากฏผลดังตารางที่ 3

ตาราง 3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน เมื่อจำแนกตามตัวแปร เพศ สถานภาพ รายได้และอาชีพ

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

\*\*p < .01,

หมายเหตุ:

n แทน จำนวนของผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

M แทน ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

t แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาการแจกแจงแบบที (t-test)

จากตารางที่ 3 พบว่า วิทยุใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานเพศหญิงมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน และด้านเวลาสูงกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวิทยุใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานเมื่อจำแนกตามสถานภาพโสดและสมรส พบว่า วิทยุใหญ่ตอนต้น ที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่สถานภาพโสดและสถานภาพสมรส มีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวม ไม่แตกต่างกัน

**ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแปรปรวนของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม โดยรวมและรายด้าน ของวิทยุใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน จำแนกตามตัวแปรรายได้ โดยปรากฏผลดังตารางที่ 4**



ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวมและรายด้าน ของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน จำแนกตามตัวแปรรายได้

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวม				
ระหว่างกลุ่ม	2	4.337	2.169	3.176*
ภายในกลุ่ม	327	223.253	0.683	
รวม	329	227.590		
พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์				
ระหว่างกลุ่ม	2	4.850	2.425	3.213*
ภายในกลุ่ม	327	246.772	0.755	
รวม	329	251.622		
พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านกายภาพ				
ระหว่างกลุ่ม	2	3.117	1.559	1.898
ภายในกลุ่ม	327	268.546	0.821	
รวม	329	271.663		
พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านการเงิน				
ระหว่างกลุ่ม	2	4.481	2.241	2.727
ภายในกลุ่ม	327	268.641	0.822	
รวม	329	273.122		
พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านเวลา				
ระหว่างกลุ่ม	2	7.411	3.705	3.338*
ภายในกลุ่ม	327	363.020	1.110	
รวม	329	370.431		

\*p < .05

หมายเหตุ: df แทน ระดับขั้นแห่งความเป็นอิสระ MS แทน ค่าเฉลี่ยของผลบวกของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง

SS แทน ระดับขั้นแห่งความแปรปรวน F แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์การแจกแจงแบบเอฟ

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

### การเปรียบเทียบภายหลัง (Post-Hoc)

ตาราง 5 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามตามรายได้

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

\*P <.05

จากตารางที่ 5 พบว่า วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีรายได้เหลือเก็บมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวมสูงกว่าผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีรายได้ไม่พอใช้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 6 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม  
ด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ตามรายได้

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

\*p < .05

จากตารางที่ 6 พบว่า วิทยาลัยผู้ใหญ่วัยตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีรายได้  
เหลือเก็บ และมีรายได้พอใช้มีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม  
ด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ สูงกว่าผู้ใหญ่วัยตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีรายได้ไม่พอใช้  
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 7 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม  
ด้านการเงินตามรายได้

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

\*P < .05

จากตารางที่ 7 พบว่า วิทยุผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีรายได้เหลือเก็บมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ด้านการเงินสูงกว่าผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีรายได้ไม่พอใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 8 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ด้านเวลาตามรายได้

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

\*p < .05

จากตารางที่ 8 พบว่า วิทยุผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีรายได้เหลือเก็บมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ด้านเวลาสูงกว่าผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีรายได้พอใช้และไม่พอใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวมและรายด้าน ของวิทยุผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน จำแนกตามตัวแปรอาชีพ

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวม				
ระหว่างกลุ่ม	5	6.955	1.391	2.043
ภายในกลุ่ม	324	220.635	0.681	
รวม	329	227.590		



ตาราง 9 (ต่อ)

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์				
ระหว่างกลุ่ม	5	10.020	2.004	2.687
ภายในกลุ่ม	324	241.602	0.746	
รวม	329	251.622		
พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านกายภาพ				
ระหว่างกลุ่ม	5	7.530	1.506	1.847
ภายในกลุ่ม	324	264.133	0.815	
รวม	329	271.663		
พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านการเงิน				
ระหว่างกลุ่ม	5	6.920	1.384	1.684
ภายในกลุ่ม	324	266.202	0.822	
รวม	329	273.122		
พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านเวลา				
ระหว่างกลุ่ม	5	7.448	1.290	1.148
ภายในกลุ่ม	324	363.983	1.123	
รวม	329	370.431		

หมายเหตุ: df แทน ระดับชั้นแห่งความเป็นอิสระ MS แทน ค่าเฉลี่ยของผลบวก  
ของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง

SS แทน ระดับชั้นแห่งความแปรปรวน F แทน ค่าสถิติที่ใช้ใน  
การวิเคราะห์การแจกแจงแบบเอฟ

จากตารางที่ 9 พบว่า วิทยาลัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามไม่แตกต่างกัน

**ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวิทยาลัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานกับตัวแปรปัจจัยทางจิตลักษณะเดิม** ได้แก่ เอกลักษณะแห่งตน มุ่งอนาคตควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ปัจจัยสถานการณ์ ได้แก่ อิทธิพลตัวแบบจากสื่อและเพื่อน การสนับสนุนจากครอบครัว ปัจจัยจิตลักษณะตามสถานการณ์ ได้แก่ ทศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน โดยปรากฏผลดังตารางที่ 10

ตาราง 10 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตลักษณะเดิม สถานการณ์ และจิตลักษณะตามสถานการณ์ กับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวิทยาลัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน (n = 330)

ตัวแปร	MF S	FR	PR	MR	TR	EI	LOC	IIC	IP	MSF	FS	PAS	PSS	PIS
MFS		.903 <sup>*</sup>	.928 <sup>*</sup>	.919 <sup>*</sup>	.830 <sup>**</sup>	.448 <sup>*</sup>	.395 <sup>*</sup>	.338 <sup>*</sup>	.437 <sup>*</sup>	.207 <sup>*</sup>	.170 <sup>*</sup>	.163 <sup>*</sup>	.282 <sup>*</sup>	.541 <sup>*</sup>
FR			.785 <sup>*</sup>	.764 <sup>*</sup>	.652 <sup>*</sup>	.385 <sup>*</sup>	.347 <sup>*</sup>	.345 <sup>*</sup>	.402 <sup>*</sup>	.135 <sup>*</sup>	.126 <sup>*</sup>	.103 <sup>*</sup>	.217 <sup>*</sup>	.467 <sup>*</sup>
PR				.789 <sup>*</sup>	.732 <sup>*</sup>	.408 <sup>*</sup>	.372 <sup>*</sup>	.328 <sup>*</sup>	.420 <sup>*</sup>	.192 <sup>*</sup>	.176 <sup>*</sup>	.131 <sup>*</sup>	.282 <sup>*</sup>	.485 <sup>*</sup>
MR					.713 <sup>*</sup>	.442 <sup>*</sup>	.345 <sup>*</sup>	.302 <sup>*</sup>	.402 <sup>*</sup>	.189 <sup>*</sup>	.144 <sup>*</sup>	.156 <sup>*</sup>	.240 <sup>*</sup>	.495 <sup>*</sup>
TR						.362 <sup>*</sup>	.371 <sup>*</sup>	.203 <sup>*</sup>	.328 <sup>*</sup>	.259 <sup>*</sup>	.179 <sup>*</sup>	.231 <sup>*</sup>	.295 <sup>*</sup>	.517 <sup>*</sup>
EI							.464 <sup>*</sup>	.423 <sup>*</sup>	.492 <sup>*</sup>	.080	.033	.002	.165 <sup>*</sup>	.219 <sup>*</sup>
LO C								.474 <sup>*</sup>	.422 <sup>*</sup>	.044	.081	-.024	.119 <sup>*</sup>	.275 <sup>*</sup>
IIC									.536 <sup>*</sup>	-0.17	.095 <sup>*</sup>	-.060	-.036	.180 <sup>*</sup>

ตาราง 10 (ต่อ)

ตัวแปร	MFS	FR	PR	MR	TR	EI	LOC	IIC	IP	MSF	FS	PAS	PSS	PIS
IP										.205**	.158**	.097**	.194**	.259**
MSF											.686**	.651**	.603**	.255**
FS												.658**	.531**	.225**
PAS													.536**	.264**
PSS														.329**
PIS														
mean	5.07	5.01	5.14	5.05	5.07	4.95	4.87	4.76	4.87	3.74	3.43	3.94	3.93	5.20
S.D.	0.83	0.87	0.90	0.91	1.06	0.70	0.76	0.81	0.60	1.22	1.31	1.29	1.06	0.71

\*\*p &lt;.01, \*p &lt;.05

หมายเหตุ*	MFS หมายถึง พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวม	FR หมายถึง พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
	PR หมายถึง พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านกายภาพ	MR หมายถึง พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านการเงิน
	TR หมายถึง พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านเวลา	EI หมายถึง เอกลักษณะแห่งตน
	LOC หมายถึง มุ่งอนาคตควบคุมตน	IIC หมายถึง ความเชื่ออำนาจในตน
	IP หมายถึง แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์	MSF หมายถึง อิทธิพลตัวแบบจากสื่อและเพื่อน
	FS หมายถึง การสนับสนุนจากครอบครัว	PAS หมายถึงทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม
	PSS หมายถึง ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม	PIS หมายถึง ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามกับปัจจัยจิตลักษณะเดิม ปัจจัยสถานการณ์ ปัจจัยจิตลักษณะตามสถานการณ์ พบว่า เอกลักษณะแห่งตน มุ่งอนาคตควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ อิทธิพลของตัวแบบจากสื่อและเพื่อน การสนับสนุน

จากครอบครัว ภูมิคุ้มกันตนเองทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ทศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม และความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงามมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

#### **ผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในการวิจัย**

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

**ส่วนที่ 5 ผลการทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวมและรายด้าน** โดยใช้ปัจจัยจิตลักษณะเดิม ปัจจัยสถานการณ์ ปัจจัยจิตลักษณะตามสถานการณ์ของผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานในกลุ่มรวม และกลุ่มย่อยเมื่อจำแนกตาม เพศ สถานภาพ รายได้ และอาชีพ โดยปรากฏผลดังตารางที่ 11

ตาราง 11 ผลการทำนายพฤติกรรมการเสียอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม โดยใช้ปัจจัยลักษณะเดิม ปัจจัยสถานการณ์ ปัจจัยจิตลักษณะตาม  
 สถานการณ์ ของวิจัยผู้ใหญ่วัยตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน และเมื่อจำแนกตาม เพศ สถานภาพ รายได้ และอาชีพ

ตัวแปรมิถิล	จำนวนคน	พฤติกรรมการเสียอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน															
		พฤติกรรมการเสียอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวม			พฤติกรรมการเสียอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านกายภาพ			พฤติกรรมการเสียอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านการเงิน			พฤติกรรมการเสียอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านเวลา						
		R <sup>2</sup> %	ทำนาย	β	R <sup>2</sup> %	ทำนาย	β	R <sup>2</sup> %	ทำนาย	β	R <sup>2</sup> %	ทำนาย	β				
รวม	330	45.0	9.1,4.2	.418,.221,	34.9	9.1,4.3	.367,.177,	38.4	9.1,4.2,8	.339,.181,	38.8	9.1,4	.392,.275,	38.1	9.1,2.5	.395,.186,	.170,.195
ชาย	132	51.2	9.8,1.3	.401,.215,	41.5	9.3,2	.154,.122	43.3	9.8,4	.357,.238,	48.9	9.1,8	.396,.295	45.3	9.5,2	.433,.244,	.192
หญิง	198	43.1	9.1,4	.409,.291,	31.2	9.14	.301,.150	37.5	9.1,4	.349,.289,	33.2	9.1,4	.349,	35.1	9.1,4	.373,.208,	.202
โสด	237	38.7	9.1,4	.401,.235,	30.1	9.1,4.3	.332,.164	34.4	9.4,1.2	.339,.191,	32.7	3.1,4	.277,.166	32.9	9.1,7.2	.368,.189,	.143,.145
สมรส	93	72.5	9.1,2.5	.510,.299,	60.8	9.1,4	.151,.135	64.1	9.1,4	.449,.234,	60.3	9.2,1.2	.451,.280,	65.4	9.2,1	.565,.279,	.190
พอกู้	177	36.6	9.1,2	.421,.241,	21.7	9.1	.356,.227	32.7	9.1	.424,.276	28.2	9.1	.381,.323	42.9	9.2,1.3	.418,.338,	.208,-.157
ไม่พอกู้	35	69.6	9.4,8	.444,.411,	61.3	9.4	.474,.410	67.4	4.9,8	.438,.348,	65.2	9.4,8	.425,.399,	57.1	9.5,4	.418,.323,	.284
เหลือเก็บ	100	56.0	9.3,1.4	.341,.332,	52.4	3.9,4	.371,.369,	50.1	3.9,1.4	.370,.245,	49.8	9.3,1.4	.325,.300,	32.6	1.9,6	.322,.247,	.234
เอกราย	106	42.2	1.9,4	.353,.286,	30.4	4.9,1	.286,.262,	35.0	1.9,2.4	.288,.209,	37.7	2.9,4	.339,.272,	4.12	2.9,4.2	.314,.219,	.188,.184
ข้าราชการ	73	56.6	4.9,8	.494,.220,	34.1	4	.145	52.2	4.9,8	.451,.219,	55.2	4.1,8	.384,.285,	50.8	9.4,5	.350,.286,	.261
อิสระ	106	57.3	9.1	.636,.332	49.9	9.2	.575,.316	40.6	9.1	.488,.305	47.0	9.1	.555,.323	44.6	9.1	.565,.230	
นักศึกษ	42	50.8	9	.673	41.7	9	.624	52.1	9.8	.528,.265	42.4	9	.627	56.2	9.8	.548,.276	
น้ำหนักปกติรวม	350	41.9	9.1,3	.360,.256,	30.7	9.3,4	.356,.225,	30.3	1.9,3	.279,.228,	27.6	9.1,4	.311,.235,	29.8	9.7,1.2,3,	.245,.137,	.150,
				.210			.135								5	.147,-.140,-,	.126

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

จากตารางที่ 11 ผู้วิจัยอธิบายออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรก อธิบายถึง ผลการทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวมของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน โดยใช้เอกลักษณ์แห่งตน มุ่งอนาคตควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ อิทธิพลตัวแบบจากสื่อและเพื่อน การสนับสนุนจากครอบครัว ทักษะที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม และภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรทั้งหมด 9 ตัวแปร ร่วมกันทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวม ร้อยละ 45.0 โดยตัวแปรที่สามารถทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวมเป็นอันดับแรกคือ ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ( $\beta = .418$ ) อันดับที่สองคือ เอกลักษณ์แห่งตน ( $\beta = .221$ ) อันดับที่สามคือ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ( $\beta = .177$ ) อันดับที่สี่คือ มุ่งอนาคตควบคุมตน ( $\beta = .103$ ) และผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ทั้ง 4 ด้านได้แก่ ด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ด้านกายภาพ ด้านการเงิน และด้านเวลา โดยมีผลการวิจัยดังนี้

เมื่อทำการวิเคราะห์พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน พบว่า ตัวแปรทั้งหมด 9 ตัวแปร ร่วมกันทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 34.9 โดยตัวแปรที่สามารถทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรกคือ ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ( $\beta = .367$ ) อันดับที่สองคือเอกลักษณ์แห่งตน ( $\beta = .177$ ) อันดับที่สามคือ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ( $\beta = .154$ ) อันดับที่สี่ คือ ความเชื่ออำนาจในตน ( $\beta = .122$ )

เมื่อทำการวิเคราะห์พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านกายภาพของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน พบว่า ตัวแปรทั้งหมด 9 ตัวแปร ร่วมกันทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านกายภาพ ร้อยละ 38.4 โดยตัวแปรที่สามารถทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านกายภาพ เป็นอันดับแรกคือ ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

( $\beta = .339$ ) อันดับที่สองคือ เอกลักษณ์แห่งตน ( $\beta = .181$ ) อันดับที่สามคือ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ( $\beta = .180$ ) อันดับที่สี่ คือ มุ่งอนาคตควบคุมตน ( $\beta = .106$ ) อันดับที่ห้า คือ ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม ( $\beta = .093$ )

เมื่อทำการวิเคราะห์พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านการเงินของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน พบว่า ตัวแปรทั้งหมด 9 ตัวแปร ร่วมกันทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านการเงิน ร้อยละ 38.8 โดยตัวแปรที่สามารถทำนาย พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านการเงิน เป็นอันดับแรกคือ ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ( $\beta = .392$ ) อันดับที่สองคือ เอกลักษณ์แห่งตน ( $\beta = .275$ ) อันดับที่สามคือ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ( $\beta = .165$ )

เมื่อทำการวิเคราะห์พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านเวลาของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน พบว่า ตัวแปรทั้งหมด 9 ตัวแปร ร่วมกันทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านเวลา ร้อยละ 38.1 โดยตัวแปรที่สามารถทำนาย พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านเวลา เป็นอันดับแรกคือ ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ( $\beta = .395$ ) อันดับที่สองคือ เอกลักษณ์แห่งตน ( $\beta = .186$ ) อันดับที่สามคือ มุ่งอนาคตควบคุมตน ( $\beta = .170$ ) อันดับที่สี่ คือ อิทธิพลตัวแบบจากสื่อและเพื่อน ( $\beta = .135$ )

เมื่อวิเคราะห์พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวมของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักปกติ พบว่า ตัวแปรทั้งหมด 9 ตัวแปร ร่วมกันทำนาย พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวม ร้อยละ 41.9 โดยตัวแปรที่สามารถทำนาย พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวม เป็นอันดับแรกคือ ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ( $\beta = .360$ ) อันดับที่สองคือ เอกลักษณ์แห่งตน ( $\beta = .256$ ) อันดับที่สาม คือ ความเชื่ออำนาจในตน ( $\beta = .210$ )

ส่วนที่สอง ผลการทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวมของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน โดยใช้เอกลักษณ์แห่งตน มุ่งอนาคตควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ อิทธิพลตัวแบบจากสื่อและเพื่อน การสนับสนุนจากครอบครัว ทศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม และภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม เมื่อจำแนกตามตัวแปรภูมิหลัง ได้แก่ เพศ สถานภาพ รายได้ และอาชีพ ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรที่สามารถทำนาย พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวม เป็นอันดับแรกในเกือบ

ทุกตัวแปรภูมิหลัง คือ เพศชาย หญิง สถานภาพโสด สมรส รายได้พอใช้ ไม่พอใช้ เหลือเก็บ อาชีพอิสระ และนิสิต นักศึกษา ได้แก่ ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม นอกจากนี้เอกลักษณ์แห่งตนสามารถทำนายเสี่ยงอย่างมีสถิติในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกิน มาตรฐานในอาชีพพนักงานเอกชนได้เป็นอันดับแรก ส่วนแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์นั้นสามารถทำนายได้ เป็นลำดับแรกในอาชีพข้าราชการ

ผลการทำนาย พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน โดยใช้เอกลักษณ์ แห่งตน มุ่งอนาคตควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ อิทธิพลตัวแบบจากสื่อ และเพื่อน การสนับสนุนจากครอบครัว ทักษะที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม และภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม เมื่อจำแนกตามตัวแปรภูมิหลัง ได้แก่ เพศ สถานภาพ รายได้ และอาชีพ ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปร ที่สามารถทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านคุณสมบัติของ ผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรกในเกือบทุกตัวแปรภูมิหลัง คือ เพศชาย หญิง สถานภาพโสด สมรส รายได้พอใช้ ไม่พอใช้ อาชีพอิสระ และนิสิต นักศึกษา ได้แก่ ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภค อาหารเสริมความงาม ส่วนความเชื่ออำนาจในตนสามารถทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติในวัย ผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์รายได้เหลือเก็บ เป็นอันดับแรก นอกจากนี้แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์นั้นสามารถทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติในการ บริโภคอาหารเสริมความงามด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ได้เป็นลำดับแรกในอาชีพพนักงาน เอกชนและอาชีพข้าราชการ

ผลการทำนาย พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้าน กายภาพของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน โดยใช้เอกลักษณ์แห่งตน มุ่งอนาคต ควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ อิทธิพลตัวแบบจากสื่อและเพื่อน การสนับสนุนจากครอบครัว ทักษะที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม ความพร้อมซื้ออาหาร เสริมความงาม และภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม เมื่อจำแนกตาม ตัวแปรภูมิหลัง ได้แก่ เพศ สถานภาพ รายได้ และอาชีพ ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรที่สามารถ ทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านกายภาพ เป็นอันดับแรก ในเกือบทุกตัวแปรภูมิหลัง คือ เพศชาย หญิง สถานภาพโสด สมรส รายได้พอใช้ ไม่พอใช้ อาชีพ อิสระ และนิสิต นักศึกษา ได้แก่ ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม นอกจากนี้เอกลักษณ์แห่งตนสามารถทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสถิติในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มี



น้ำหนักรวมมาตรฐานด้านกายภาพในอาชีพพนักงานเอกชนได้เป็นอันดับแรกในส่วนของอาชีพข้าราชการและรายได้ไม่พอใช้นั้นสามารถทำนายแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ได้เป็นอันดับแรก และพบว่าความเชื่ออำนาจในตนสามารถทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านกายภาพในรายได้เหลือเก็บเป็นอันดับแรก

ผลการทำนาย พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านการเงินของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน โดยใช้เอกลักษณ์แห่งตน มุ่งอนาคต ควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ อิทธิพลตัวแบบจากสื่อและเพื่อน การสนับสนุนจากครอบครัว ทักษะที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม และภูมิคุ้มกันตนทางจิต ในการบริโภคอาหารเสริมความงาม เมื่อจำแนกตามตัวแปรภูมิหลัง ได้แก่ เพศ สถานภาพ รายได้ และอาชีพ ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรที่สามารถทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ด้านการเงิน เป็นอันดับแรกในเกือบทุกตัวแปรภูมิหลัง คือ เพศชาย หญิง สถานภาพสมรส รายได้พอใช้ ไม่พอใช้และเหลือเก็บ อาชีพอิสระ และนิสิต นักศึกษา ได้แก่ ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม ส่วนความเชื่ออำนาจในตนสามารถทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานในสถานภาพโสดเป็นอันดับแรก นอกจากนี้อาชีพพนักงานเอกชนสามารถทำนายมุ่งอนาคตควบคุมตนได้เป็นอันดับแรก และพบว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์นั้นสามารถทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามรายด้านการเงินที่มีอาชีพข้าราชการได้เป็นอันดับแรก

ผลการทำนาย พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านเวลาของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน โดยใช้เอกลักษณ์แห่งตน มุ่งอนาคต ควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ อิทธิพลตัวแบบจากสื่อและเพื่อน การสนับสนุนจากครอบครัว ทักษะที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม และภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงามเมื่อจำแนกตามตัวแปรภูมิหลัง ได้แก่ เพศ สถานภาพ รายได้ และอาชีพ ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรที่สามารถทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามด้านเวลา เป็นอันดับแรกในเกือบทุกตัวแปรภูมิหลัง คือ เพศชาย หญิง สถานภาพโสด สมรส รายได้พอใช้ ไม่พอใช้ อาชีพข้าราชการ อิสระ และนิสิต นักศึกษา ได้แก่ ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม นอกจากนี้รายได้เหลือเก็บสามารถทำนายเอกลักษณ์แห่งตนได้เป็นอันดับแรกและพบว่า

มุ่งอนาคตควบคุมตนเองสามารถทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานในอาชีพพนักงานเอกชนได้เป็นอันดับแรก

จากตาราง 11 มีข้อสังเกตเพิ่มเติมว่า ปัจจัยจิตลักษณะเดิม ปัจจัยสถานการณ์ และปัจจัยจิตลักษณะตามสถานการณ์ สามารถทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่เป็นเพศชายและมีรายได้ไม่พอใช้ ได้สูงที่สุด คือ ร้อยละ 51.2 และ 69.6 ดังนั้นวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่เป็นเพศชาย และมีรายได้ไม่พอใช้เป็นกลุ่มที่ควรได้รับการพัฒนาพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามก่อนกลุ่มอื่น



## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยเรื่องปัจจัยจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน ผู้วิจัยได้ข้อมูลงานวิจัยและนำมาวิเคราะห์เพื่อนำข้อมูลชุดนี้มาสรุปผล โดยแบ่งหัวข้อ ดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผลการวิจัย
3. ข้อเสนอแนะในงานวิจัย

#### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน เมื่อจำแนกตาม เพศ สถานภาพ รายได้ อาชีพ
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจิตลักษณะเดิม ได้แก่ เอกลักษณะแห่งตน มุ่งอนาคตควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ปัจจัยสถานการณ์ ได้แก่ อิทธิพลของตัวแบบจากเพื่อนและสื่อ การสนับสนุนจากครอบครัว และปัจจัยจิตตามสถานการณ์ ได้แก่ทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงามกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน
3. เพื่อทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานโดยใช้ปัจจัยจิตลักษณะเดิม ปัจจัยสถานการณ์ และจิตลักษณะตามสถานการณ์ในกลุ่มรวม และเมื่อจำแนกตามเพศ สถานภาพ รายได้ อาชีพ

#### สมมติฐานของการวิจัย

1. เปรียบเทียบพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน เมื่อจำแนกตาม เพศ สถานภาพ รายได้ อาชีพ ดังนี้
  - 1.1 วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานเพศหญิงมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามสูงกว่าเพศชาย
  - 1.2 วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานสถานภาพโสดมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามสูงกว่าสถานภาพสมรส

1.3 วิทยุใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีรอยได้ไม่พอใจมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมสูงกว่ารอยได้พอใจและเหลือเก็บ

1.4 วิทยุใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานอาชีพพนักงานเอกชนมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามสูงกว่าอาชีพอื่นๆ

2. ปัจจัยจิตลักษณะเดิม ได้แก่ เอกลักษณ์แห่งตน มุ่งอนาคตควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตนแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวิทยุใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน ดังนี้

2.1 เอกลักษณ์แห่งตน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวิทยุใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

2.2 มุ่งอนาคตควบคุมตน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวิทยุใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

2.3 ความเชื่ออำนาจในตน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวิทยุใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

2.4 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวิทยุใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

3. ปัจจัยสถานการณ์ ได้แก่ อิทธิพลของตัวแบบจากสื่อและเพื่อนและการสนับสนุนจากครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวิทยุใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน ดังนี้

3.1 อิทธิพลของตัวแบบจากสื่อและเพื่อน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวิทยุใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

3.2 การสนับสนุนจากครอบครัว มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวิทยุใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

4. ปัจจัยจิตตามสถานการณ์ ได้แก่ ทศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงามความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม และภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงามมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวิทยุใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

4.1 ทศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงามมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวิทยุใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

4.2 ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงามมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

4.3 ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงามมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

5. ปัจจัยจิตลักษณะเดิม ได้แก่ เอกลักษณะแห่งตน มุ่งอนาคตควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตนแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ปัจจัยสถานการณ์ ได้แก่ อิทธิพลของตัวแบบจากสื่อและเพื่อน การสนับสนุนจากครอบครัวและปัจจัยจิตตามสถานการณ์ ได้แก่ ทักษะคิดที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงามสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานได้ในกลุ่มรวม และเมื่อจำแนกตามเพศ สถานภาพ รายได้ อาชีพ อย่างน้อยร้อยละ 30

### สรุปผลการวิจัย

1. วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานเพศหญิงมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามที่สูงกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามไม่แตกต่างกัน

3. วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีรายได้เหลือเก็บมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามสูงกว่ารายได้ไม่พอใช้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามไม่แตกต่างกัน

5. เอกลักษณะแห่งตน มุ่งอนาคตควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตนแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ อิทธิพลของตัวแบบจากสื่อและเพื่อนการสนับสนุนจากครอบครัว ทักษะคิดที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงามความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงามมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

6. ตัวแปรทั้งหมด 9 ตัวแปร ร่วมกันทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวม ร้อยละ 45.0 โดยตัวแปรที่สามารถทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติ

ในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวมเป็นอันดับแรกคือ ภูมิคุ้มกันตนเองทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม รองลงมาได้แก่ เอกลักษณะแห่งตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และมุ่งอนาคตควบคุมตน ตามลำดับ

### อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอการอภิปรายผลโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนที่หนึ่ง ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามกับตัวแปรภูมิหลังของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน ส่วนที่สอง ผลการทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยใช้ ปัจจัยจิตลักษณะเดิม ได้แก่ เอกลักษณะแห่งตน มุ่งอนาคตควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ปัจจัยสถานการณ์ ได้แก่ อิทธิพลของตัวแบบจากสื่อและเพื่อน การสนับสนุนจากครอบครัว และปัจจัยจิตตามสถานการณ์ ได้แก่ ทศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงามความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม ภูมิคุ้มกันตนเองทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

**ส่วนที่ 1** ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามกับตัวแปรภูมิหลังของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน

#### เพศ

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่าเพศหญิงมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามสูงกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้เป็นเพราะเพศหญิงมีความสำคัญและใส่ใจในเรื่องของความสวยงามมากกว่าและต้องการบริโภคอาหารเสริมเพื่อความงามสูงกว่าในเพศชาย ประกอบด้วยเพศชายส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสนใจในเรื่องของความงามมากนัก เพศหญิงเป็นเพศที่ให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์ภายนอกและการพัฒนาตนเองด้านความสวยงาม (ทรงพล ภูมิพัฒน์, 2541) อีกทั้งเพศหญิงได้รับการกล่อมเกลามากกว่าความเป็นไทยทำให้เพศหญิงเป็นเพศที่ใส่ใจและละเอียดอ่อน ทำให้เพศหญิงมักใช้เวลาในการคิดใคร่ครวญ ไต่ตรองมากยิ่งขึ้น (อรพินทร์ ชูชม, อัจฉรา สุขารมณ และอุษา ศรีจินดารัตน์, 2549) ดังนั้นถึงแม้เพศหญิงจะให้ความสนใจในเรื่องของความงามแต่ก็ตระหนักและคิดไต่ตรองก่อนที่จะบริโภค ดังงานวิจัยของ Chiba et al (2021) ได้ศึกษาการรับรู้ของวิตามินความชุกในวิตามินเสริมอาหารและอาหารเสริมในญี่ปุ่น พบว่า วัตถุประสงค์ในการใช้อาหารเสริมนั้น มีความแตกต่างทางเพศ โดยเพศหญิงต้องการบริโภคอาหารเพื่อความงามสูงกว่าในเพศชาย ทางด้านของทรงฤทธิ์ ทองมีขวัญ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์และอำนาจในการทำนายของการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อพฤติกรรมป้องกันความเสี่ยงจากการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงามของ

นักศึกษาพยาบาล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เป็นเพศหญิงนั้นมีการรับรู้ความเสี่ยงจากการใช้อาหารเสริมความงามโดยสามารถรับรู้ว่าคุณภาพอยู่ในภาวะเสี่ยงหรืออันตราย

### สถานภาพ

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ไม่ตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผลการวิจัย พบว่า วิทยาลัยใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามไม่แตกต่างกันที่เป็นเช่นนี้ เพราะไม่ว่ากลุ่มตัวอย่างจะสถานภาพไหนก็อาจมีวิถีชีวิตและการบริโภคอาหารเสริมความงามที่ไม่ต่างกันตามไปด้วย ดังงานวิจัยของปรียาพร คงพันธุวิจิตร (2558) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารคอลลาเจนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า สถานภาพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารคอลลาเจนโดยรวมไม่แตกต่างกัน โดยผลงานวิจัยไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร ทิมาบุตร (2560) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนโสดมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากกว่าสถานภาพอื่นๆ และผลการศึกษาของเอมอร บุญสัมพันธ์ (2547) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในกรุงเทพฯ พบว่า ผู้บริโภคที่เป็นโสดนั้นจะบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อความต้องการในเรื่องของรูปร่างที่ดีและการเสริมสร้างบุคลิกภาพที่ดี

### รายได้

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่ารายได้เหลือเก็บมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามสูงกว่ารายได้พอใช้ และไม่พอใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันนี้มีผลต่อการดำรงชีวิตเนื่องจากสถานภาพทางการเงินนั้นจะเป็นสิ่งที่สามารถจำกัดเงินในการใช้จ่ายของบุคคลในสังคมได้ จากการศึกษาของPeader, N. J. (1982) อธิบายว่ารายได้เป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินชีวิต โดยบุคคลที่มีฐานะที่มั่งคั่งจะมีโอกาสได้สรรหาสิ่งที่ดีต่อตนเองและมีประโยชน์เพื่อตนเองได้อย่างเหมาะสม สำหรับผู้ที่มีฐานะทางการเงินที่ไม่มั่นคงนั้นทำให้มีข้อจำกัดในการศึกษาหาข้อมูลเพื่อดูแลตนเอง ดังงานวิจัยของรุจิเรศ พิษิตานนท์ (2546) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมฉลาดเลือกกินของนักเรียนวัยรุ่นตอนปลาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนฐานะสูงมีพฤติกรรมฉลาดเลือกกินสูงกว่าอีกกลุ่ม จากผลการศึกษาของ ปวีณา ยุกตานนท์ (2549) ได้ศึกษาปัจจัยคัดสรรที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาลดความอ้วนของวัยรุ่นหญิงตอนปลาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยในแต่ละเดือนมากจนเหลือเก็บมีพฤติกรรมการใช้ยาลดความอ้วนมากกว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยซึ่งจะมีพฤติกรรมการบริโภคขาดความอ่อนน้อมตามเช่นกัน และ เอมอร์ บุญสัมพันธ์ (2547) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในกรุงเทพฯ พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลทำให้เหตุผลในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักนั้นแตกต่างกัน

### อาชีพ

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่าอาชีพนั้นมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามไม่แตกต่างกันอาจเพราะทุกอาชีพมีการคิดและตระหนักถึงความปลอดภัยในความเสี่ยงไม่แตกต่างกัน ดังงานวิจัยของวารุณี มหาชนก (2546) พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกซื้อหรือรับประทานอาหารเสริมประเภทวิตามินซี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลงานวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของเอมอร์ บุญสัมพันธ์ (2547) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในกรุงเทพฯ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักนั้นแตกต่างกันโดยอาชีพพนักงานบริษัทมีเหตุผลในการบริโภคอาหารเสริมความงามในด้านของการเสริมสร้างบุคลิกภาพให้ดีขึ้น และจิตติ เหมินทร์ (2550) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อความงามของผู้บริโภคในภาคใต้ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อความงามโดยรวมสูงกว่าอาชีพอื่นๆ

**ส่วนที่ 2 ผลการทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยใช้ปัจจัยจิตลักษณะเดิม ได้แก่ เอกลักษณ์แห่งตน มุ่งอนาคตควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ปัจจัยสถานการณ์ ได้แก่ อิทธิพลของตัวแบบ การสนับสนุนจากครอบครัว และปัจจัยจิตตามสถานการณ์ ได้แก่ ทศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม ความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม พบว่า ตัวแปรทั้ง 9 ตัวแปร ร่วมกันทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวม ร้อยละ 45.0 โดยตัวแปรที่สามารถทำนาย พฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวมเป็นอันดับแรกคือภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม รองลงมาได้แก่ เอกลักษณ์แห่งตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และมุ่งอนาคตควบคุมตน ตามลำดับ**



### ภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม

ในงานวิจัยนี้ภูมิคุ้มกันตนทางจิตเป็นตัวแปรอันดับแรกที่สามารถทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวมและพบผลว่าเป็นตัวทำนายลำดับแรกในกลุ่มรวม และทุกตัวแปรภูมิหลังผลของงานวิจัย ทั้งนี้เป็นเพราะการมีภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม นั้นเป็นความสามารถที่จะป้องกันตนไม่ให้อยู่ในภาวะเสี่ยงในการบริโภคอาหารเสริมความงามและเป็นพื้นฐานเบื้องต้นในการลดความเสี่ยงและหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้จากการบริโภคอาหารเสริมความงามนับเป็นสิ่งสำคัญที่บุคคลในสังคมควรมีภูมิคุ้มกันตนทางจิตเพื่อเป็นสิ่งป้องกันภัยในการพบเจอปัญหาในชีวิต มีทราวัลย์ วรหาญ (2552) อธิบายว่า การใช้ชีวิตในสังคมปัจจุบันต้องใช้การคิดพิจารณาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ อย่างละเอียด รอบครอบ เนื่องจากบุคคลทุกคนไม่สามารถเลี่ยงการเจอปัญหาหรือความเสี่ยงได้ ซึ่งทวิศักดิ์ สิริรัตนเรขา (2549) อธิบายว่า ภูมิคุ้มกันตนทางจิตเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถทำให้บุคคลนั้นผ่านหรืออยู่รอดในขณะที่ชีวิตพบกับปัญหาและกลับมาใช้ชีวิตได้อย่างปกติสุข อีกทั้งยังสามารถเปลี่ยนแปลงจิตใจตนเองให้เข้มแข็งกว่าเดิม ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดุจเดือน พันธุนาวิน (2558) ที่ได้ศึกษาปัจจัยเชิงเหตุของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา พบว่า ภูมิคุ้มกันตนทางจิต เป็นอิทธิพลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติด้านการบริโภคอาหาร

### เอกลักษณ์แห่งตน

ในงานวิจัยนี้เอกลักษณ์แห่งตนเป็นตัวแปรอันดับสองที่สามารถทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวม เอกลักษณ์แห่งตนนั้นเป็นความเข้าใจในตนเองว่าตนเป็นใครมีความคิดในเรื่องการแสดงออกของตนเอง เพื่อกำหนดชีวิตในแนวทางใดทางหนึ่งยอมรับความแตกต่าง และความเหมือนกันของบุคคลในเรื่องต่างๆ โดยมีการพัฒนาไปตามช่วงวัยและประสบการณ์จากสังคมรอบการมีเอกลักษณ์เป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งต่อพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติถ้าหากบุคคลเข้าใจตนเองว่าตนต้องการอะไรและสามารถประเมินถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดผลกระทบต่อตนเองได้ ซึ่ง Rice (1996) อธิบายว่าเอกลักษณ์แห่งตนเป็นการรับรู้ที่ตนเองเป็นอย่างไร ในสังคมนั้นตนเองต้องปฏิบัติตนเช่นไร มีบทบาททางหน้าที่อย่างไรในสังคม สำหรับบุคคลที่มีเอกลักษณ์แห่งตนนั้นจะมีพฤติกรรมยอมรับในตนเอง และมีความเชื่อมั่นในตน ในด้านของ Erikson (1968) กล่าวว่าเอกลักษณ์แห่งตนเป็นลักษณะเฉพาะตัวที่ได้จากการค้นหาตนเองที่ของแต่ละบุคคลที่รับการการสังเคราะห์ซึ่งมาจากประสบการณ์และสังคมรอบตัว อีกทั้งยังสามารถประเมินและรับรู้ได้ด้วยตนเองว่าตนเองนั้นคือใคร มีความสามารถในด้านใด และมีวิถีที่จะดำเนินชีวิตไปในทิศทางไหน ดังงานวิจัยของรุจิเรศ

พิชิตานนท์ (2546) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมฉลาดเลือกกินของนักเรียนวัยรุ่นตอนปลาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเอกลักษณ์แห่งตนสูงนั้นมีพฤติกรรมฉลาดเลือกกิน และสิริภัทร สติรพันธ์ (2562) ได้ศึกษาปัจจัยจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการลดน้ำหนักที่เหมาะสมของวัยรุ่น พบว่า เอกลักษณ์แห่งตนนั้นสามารถทำนายพฤติกรรมการลดน้ำหนักที่เหมาะสมในด้านการบริโภค

### แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

ในงานวิจัยนี้แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เป็นตัวแปรอันดับสามที่สามารถทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวม แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์นั้นเป็นความพยายามหรือความมุ่งมั่นเพื่อกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้บรรลุถึงผลสำเร็จโดยไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคที่ขัดขวาง พยายามฝ่าฟันให้ประสบความสำเร็จตามที่กำหนดไว้ ทั้งนี้บุคคลที่แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่มุ่งต้องการบริโภคอาหารเสริมความงามเพื่อสัมฤทธิ์ผลด้านความงามต้องใช้เวลาไตร่ตรองพร้อมทั้งคิดถึงอนาคตของผลที่ตามมาว่าจะเป็นอย่างเช่นไร บริโภคแล้วจะได้สำเร็จตามที่คาดหวังไว้หรือไม่ McClelland (1985) ได้อธิบายว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์นั้นสำคัญต่อบุคคลในสังคม อีกทั้งคนในสังคมควรได้รับการปลูกฝัง เนื่องจากแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์นั้นจะช่วยให้บุคคลมีความพยายามและอดทนทำทุกวิถีทางเพื่อความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ และมีความต้องการสัมฤทธิ์ผลสูง ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของดุจเดือน พันธุมนาวิน (2558) ได้ศึกษาปัจจัยเชิงเหตุของพฤติกรรมเสี่ยงอย่าง มีสติของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา พบว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในส่วนของ กรณีกาญจน์ นนพัชรพงศ์และบุญมี พันธุ์ไทย (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนมาตรฐานสากลเขตภาคเหนือ พบว่าการคิดอย่างมีวิจารณญาณได้รับอิทธิพลทางตรงจากแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชนัตถ์ พูนเดช (2557) ได้ศึกษาการพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างเป้าหมายแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ การรับรู้แวดล้อมการเรียนรู้ในห้องเรียนสำหรับชั้นเรียนวิชาชีพศึกษาทั่วไปวิธีการเรียนรู้และการคิดอย่างมีวิจารณญาณ พบว่า ตัวแปรทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณได้รับอิทธิพลรวมในทางบวกจากตัวแปรเป้าหมายแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มากที่สุด

### มุ่งอนาคตควบคุมตน

ในงานวิจัยนี้มุ่งอนาคตควบคุมตนเป็นตัวแปรอันดับสี่ที่สามารถทำนายพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามโดยรวม มุ่งอนาคตควบคุมตนเป็นความสามารถในการมองการณ์ไกล คาดการณ์ในอนาคต ให้ความสำคัญกับเรื่องในอนาคต โดยมีการวางแผนเพื่อควบคุมตนให้บรรลุความปรารถนา ซึ่ง P. A. Facione (2011) ได้อธิบายถึงการคิดอย่างมีวิจรรย์ญาณนั้นมีความสัมพันธ์กับมุ่งอนาคตควบคุมตน เพราะการคิดอย่างมีวิจรรย์ญาณเป็นกระบวนการที่มีจุดมุ่งหมายในการตัดสินใจเพื่อให้บุคคลสามารถควบคุมตนเองได้อย่างมีเหตุผล Tangney et al (2004) พบว่า บุคคลที่มีลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนจะมีความสามารถที่จะยับยั้งความต้องการหรือความอยากได้ เช่น ความอยากในการบริโภคดังกล่าวของดั่งนี้ กฤตพิสิษฐ์ ตั้งจิตปรารถนา, และคณะ (2562) ได้ศึกษาจิตลักษณะและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าอย่างมีวิจรรย์ญาณ พบว่าลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวกพฤติกรรมการซื้อสินค้าอย่างมีวิจรรย์ญาณ ดวงกมล พรหมลักขโณ (2549) ได้ศึกษาปัจจัยเชิงเหตุและผลของพฤติกรรมฉลาดดูแลสุขภาพตนเองของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในโครงการโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพ พบว่าลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เป็นลำดับที่สามกับพฤติกรรมฉลาดดูแลสุขภาพตนเองและรูจิเรศ พิชิตานนท์ (2546) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมฉลาดเลือกกินของนักเรียนวัยรุ่นตอนปลาย พบว่า นักเรียนที่มีลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนนั้นมีพฤติกรรมฉลาดเลือกกิน

### ข้อเสนอแนะการวิจัย

#### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าภูมิคุ้มกันตนทางจิต แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และเอกลักษณ์แห่งตน เป็นตัวทำนายสำคัญของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน ดังนั้น จึงควรทำการพัฒนาพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานด้วยการสร้างโปรแกรมส่งเสริมคุณลักษณะดังกล่าวให้กับวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน โดยพัฒนาไปที่กลุ่มเสี่ยง ได้แก่ วัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานที่มีเพศชาย และรายได้ไม่พอใช้ สำหรับในกลุ่มเพศหญิง และผู้มีรายได้เหลือเก็บนั้น มีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามที่ดีอยู่แล้วก็ขอให้คงอยู่เช่นเดิม

### ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

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

2. สามารถนำผลการวิจัยไปจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์หรือสื่อรณรงค์ที่ส่งเสริมให้มีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงาม โดยให้ความรู้วิธีลดความเสี่ยง การป้องกัน และวิธีเลือกอาหารเสริมความงามอย่างถูกวิธี และสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปจัดทำชุดฝึกอบรมวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานกลุ่มเสี่ยง คือ เพศชาย และมีรายได้ไม่พอใช้ ที่มีพฤติกรรมเสี่ยงบริโภคอาหารเสริมความงามที่ไม่เหมาะสม โดยทำโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมภูมิคุ้มกันตนเองทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม เอกลักษณ์แห่งตน แรงจูงใจ ใฝ่สัมฤทธิ์ และมุ่งอนาคตควบคุมตนเอง จะได้มีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามเพิ่มขึ้น

## บรรณานุกรม

- Albert Bandura. (1997). *Self-Efficacy*. New York: W.H. Freeman and Company.
- Allport, and W, G. (1975). *Attitude*. in C. Murchison and M. Wolocester (Eds.), *Handbook of Social Psychology*: Clark University Press.
- AlTamimi, J. Z. (2019). Awareness of the Consumption of Dietary Supplements among Students in a University in Saudi Arabia. *Journal of nutrition and metabolism*, 10. doi:10.1155/2019/4641768
- Beauty supplements market. (2021). *Global Beauty Supplements Market Overview* Retrieved from <https://www.goldsteinresearch.com/report/global-beauty-supplements-market-outlook-2024-global-opportunity-and-demand-analysis-market-forecast-2016-2024>
- Brown M. A. (1986). Social support, stress, and health: a comparison of expectant mothers and fathers. *Nursing research*, 35(32), 72–76.
- Buchner, A., Faul, F., Erdfelder, E., and Buchner, A. (2007). G\*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*, 39(2), 175-191. Retrieved from <https://link.springer.com/content/pdf/10.3758/BF03193146.pdf>.
- Buchner, A., Faul, F., Erdfelder, E., & Buchner, A. (2007). G\*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *BehaviorResearchMethods*, 39(2), 175-191. Retrieved from <https://link.springer.com/content/pdf/10.3758/BF03193146.pdf>.
- Cherrington, J. D. (1994). *Locus of Control Organization Behavior: The Management of Individual and Organizational Performance*. 2<sup>nd</sup> ed. Massachusetts: Allyn and Bacon.
- Chiba, T., Tanemura, N., and Nishijima, C. (2021). The Perception of Vitamins and Their Prevalence in Fortified Food and Supplements in Japan. *Nutrients*, 13(9), 31-36. doi:10.3390/nu13093136

- Childs, H. (1975). *By public opinion I mean..* in R. O. Carlson (Ed.): A Public Opinion Quarterly Reader.
- Cobb, S. (1976). Social support as a moderator of life stress. *Psychosomatic Medicine*, 38(5), 300–314. doi:<https://doi.org/10.1097/00006842-197609000-00003>
- Cunningham, S. M. (1967). *Risk taking and information handling in consumer behavior*. Master's thesis, Graduate School of Business Administration, Harvard University.
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. New York: W.W. Norton.
- Facione, P. A. (2011). Critical thinking: What it is and why it counts. *Insight assessment*, 1, 1-23.
- Good, C. V. (1973). *Dictionary of Education*. New York: Mcgraw Hill, Inc.
- Grippio, K. P., and Hill, M. S. (2008). Self-objectification, habitual body monitoring, and body dissatisfaction in older European American women: Exploring age and feminism as moderators. *Body Image*, 5(2), 173-182.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., and Tatham, R. L. (2006). *Multivariate. ใน data analysis* ( 6<sup>th</sup> ed.).
- healTECT.com. (2564). *ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม คืออะไร ? รวมทุกอย่างที่คุณต้องรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริม อัปเดต 2022*. สืบค้นจาก <https://www.naturebiotec.com/dietary-supplement-products2022/>
- Howard, S., Dryden, J., and Johnson, B. (1999). Childhood Resilience: Review and critique of literature. *Oxford review of education*, 25(3), 307-323. doi:10.1080/030549899104008
- Kotler Philip, and Armstrong Gary. (2001). *principles of marketing*. 7<sup>th</sup> ed. New Jersey: Pearson Education.
- krungthai-axa.co.th. (2564). *ระวัง! ร่างกายจะพัง เพราะกินอาหารเสริมผิดๆ*. สืบค้นจาก <https://www.krungthai-axa.co.th/th/food-supplemented>
- McClelland, D. C. (1985). *Human motivation*. Chicago: Scott, Foresman.
- Milton, R. (1970). *Beliefs, attitudes, and values : a theory of organization and change*. San Francisco jossey-Bass.
- Murray, H. A. (1938). *Explorations in Personality*. New York: Oxford University Press.

- Perez-Sanchez, A. C., Burns, E. K., Perez, V. M., Tantry, E. K., Prabhu, S., and Katta, R. (2020). Safety Concerns of Skin, Hair and Nail Supplements in Retail Stores. *Curēus (Palo Alto, CA)*, 12(7), e9477-e9477. doi:10.7759/cureus.9477
- Persistence Market Research (PMR). (2564). *Global Market Study on Dietary Supplements: Botanical Supplements to Remain Highly Popular across Geographies*. Retrieved from [https://www-persistencemarketresearch-com.translate.google.com/market-research/dietary-supplements-market.asp?\\_x\\_tr\\_sl=en&\\_x\\_tr\\_tl=th&\\_x\\_tr\\_hl=th&\\_x\\_tr\\_pto=nui,op](https://www-persistencemarketresearch-com.translate.google.com/market-research/dietary-supplements-market.asp?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=th&_x_tr_hl=th&_x_tr_pto=nui,op)
- Rajinbhas, S. S. (2564). *Food for Life and Beauty*. Department of Food Science and Technology Faculty of Technology and Community Development, Thaksin University. สืบค้นจาก <http://lic.tsu.ac.th/uploads/images/ppt10f.pdf>
- Rice, F. P. (1996). *The Adolescent: Development Relationship and Culture*. 8<sup>th</sup> ed. Boston: Allyn and Bacon.
- Rotter J.B. (1982). *The development and application of social learning theory*. New York: Praeger.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., and Boone, A. L. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *J Pers*, 72(2), 271-324. doi:10.1111/j.0022-3506.2004.00263.x
- Tatcher, V. S., and others. (1970). *The New Webster Dictionary of the English Language*. New York Process and Book.
- Wen, L. K., Shepherd, M. D., and Parchman, M. L. (2004). Family support, diet, and exercise among older Mexican Americans with type 2 diabetes. *The Diabetes educator*, 30(6), 980-993. doi:<https://doi.org/10.1177/014572170403000619>
- Yates, F., and Stone, E. (1992). *Risk-Taking Behavior*. New York: John Wiley & Sons.
- กมลรัตน์ หล้าสูงวงศ์. (2527). *จิตวิทยาสังคม*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการแนะแนวและจิตวิทยาการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- กรรณิกาญจน์ นนพัชรพงศ์ และบุญมี พันธุ์ไทย. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคิดอย่างมีวิจรรณญาณของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนมาตรฐานสากลเขตภาคเหนือ. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 6(2), 124-134.

- กฤตพิสิษฐ์ ตั้งจิตปรารถนา ดุจเดือน พันธุนาวัน ดวงเดือน พันธุนาวัน และศรัณย์ พิมพิทอง. (2019). จิตลักษณะและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าอย่างมี วิจารณ์ญาณ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts)*, 12(3), 100-124.
- กานต์พิชชา วงษ์ขาว. (2550). *สื่อละครโทรทัศน์เกาหลีกับการเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีใน สังคมไทย*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- กิติมา สุรสนธิ. (2541). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กุนนที พุ่มสงวน (2557). สุขภาพ และการสร้างเสริมสุขภาพ : บทบาทที่สำคัญของพยาบาล. *Journal of The Royal Thai Army Nurses*, 15(2), 2651-2181.
- เกษมสุข เกษร และอุษณีย์ บุญบรรจบ. (2562). Health Promotion of Early Adulthood Development: Nurses' Important Role. *Royal Thai Air Force Medical Gazette*, 64(3), 101-107.
- งามตา วนินทานนท์ และดุษฎี โยหลา. (2547). ครอบคลุมเข้มแข็ง: แหล่งกำเนิดและผลลัพธ์ของ พัฒนาการด้านเอกลักษณ์แห่งตนในคนไทย. ใน *บทความวิชาการสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จรรยา สุวรรณทัต. (2531). *ประมวลบทความวิชาการระหว่างปี พ.ศ. 2526-2531*. ม.ป.ท. : ม.ป.พ.
- จรวพร แก้วเสมอ. (2551). *ปัจจัยที่ใช้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพของผู้บริโภค ในเขต จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, พระนครศรีอยุธยา.
- จิตติ เหมินทร์ และไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์. (2550). *ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์ เสริมอาหารเพื่อความงามของผู้บริโภคในภาคใต้*. สารนิพนธ์ (บธ.ม. (การจัดการ)), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. สืบค้นจาก [http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Man/Jitti\\_H.pdf](http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Man/Jitti_H.pdf).
- จิราภรณ์ เรืองยิ่ง. (ม.ป.ป.). *ปัจจัยเชิงสาเหตุของความเชื่ออำนาจภายในตนที่ส่งผลต่อความสามารถ ในการคิดอย่างมีวิจารณ์ญาณของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ในโรงเรียนสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 16*. 779-790. สืบค้นจาก <http://www.hu.ac.th/Conference/conference2014/proceedings/data/3507/3507-1.pdf>.



- จิราภรณ์ เรืองยิ่ง ชูศรี วงศ์รัตน์ และละเอียด รักษ์เฝ้า. (2553). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของนิสิตหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ปริญญาานิพนธ์ (กศ.ม. (การวิจัยและสถิติทางการศึกษา)), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. สืบค้นจาก [http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Ed\\_Re\\_Sta/Jiraporn\\_R.pdf](http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Ed_Re_Sta/Jiraporn_R.pdf).
- จิราภา โฆษิตวานิช. (2554). พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงสุขภาพของ นักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม. ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จุฑารัตน์ ใจดี และชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ การรับรู้ความเสี่ยง และพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อผิวขาว ประเภททาผิวของผู้บริโภคเพศหญิง. วิทยานิพนธ์ (นศ.ม. (การสื่อสารการตลาด)), มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เจษฎา อังกาบสี. (2560). เอกสารประกอบการสอนจิตวิทยาพัฒนาการ. คณะจิตวิทยา: มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- ฉัฐวีณ์ สิทธิศิริอรุณ. (2560). การศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนิยมไทยใน นักศึกษา. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, 5(1), 28-40.
- ชนัดถ์ พูนเดช. (2557). การพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างเป้าหมายแรงจูงใจใฝ่ สัมฤทธิ์การรับรู้สภาพแวดล้อมการเรียนรู้ในห้องเรียนสำหรับชั้นเรียนวิชาศึกษาทั่วไป วิธีการ เรียนรู้ และการคิดอย่างมีวิจารณญาณ. *Research Methodology and Cognitive Science*, 12(1), 1685-6740.
- ชวัล วินิจฉัยนันท์ และปรีชา วิจิตรธรรมรส. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เพื่อควบคุมน้ำหนักของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. *WMS Journal of Management Walailak University*, 6(1), 84-90.
- ชัยวัฒน์ สิงห์หิรัญนุสรณ์ และอรุณรัตน์ อรุณเมือง. (2556). พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริม อาหารของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนในเขตตรวจราชการที่ 2 กระทรวงสาธารณสุข. *วารสารอาหารและยา*. (มกราคม-เมษายน), 38-47.
- ณรงค์ศักดิ์ หนูสอน และจักรพันธ์ เพ็ชรภูมิ. (2559). การสร้างภูมิคุ้มกันทางจิตแบบมีส่วนร่วมเพื่อลด ความเสี่ยงในการเสพยาเสพติดในเด็กและเยาวชนชาวเขาโดยการประยุกต์ใช้หลักความยั่งยืน จากสิ่งแวดล้อมเข้ายวนในพื้นที่ชายแดน จังหวัดตาก. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์น เอเชียฉบับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 10(3), 177-187.

- ดวงกมล พรหมลักขโณ. (2549). *ปัจจัยเชิงเหตุและผลของพฤติกรรมฉลาดดูแลสุขภาพตนเองของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในโครงการโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพ*. รายงานผลงานวิจัย. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ดวงเดือน พันธุมนาวิน. (2523). *พฤติกรรมศาสตร์ 1*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ดวงเดือน พันธุมนาวิน. (2539). *ทฤษฎีต้นไม้อัจฉริยะธรรม : การวิจัยและพัฒนาบุคคล*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โครงการส่งเสริมเอกสารวิชาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ดุจเดือน พันธุมนาวิน. (2558). ปัจจัยเชิงเหตุของพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติของนักเรียนมัธยมศึกษา : การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์*, 21(1), 75-94.
- ดุจเดือน พันธุมนาวิน และดวงเดือน พันธุมนาวิน. (2550). หลักเศรษฐกิจพอเพียงในระดับบุคคล : ทฤษฎีและผลการวิจัยเพื่อสร้างดัชนีในแนวคิดพฤติกรรมศาสตร์. *NIDA Development Journal*, 47(1), 27-79.
- ทรงพล ภูมิพัฒน์. (2541). *จิตวิทยาสังคม*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์เทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ทรงฤทธิ์ ทองมีขวัญ สกุนตลา แซ่เตียว และจินตวีร์พร แป้นแก้ว. (2561). ความสัมพันธ์และอำนาจในการทำนายของการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อพฤติกรรมป้องกันความเสี่ยงจากการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงามของนักศึกษาพยาบาล. *วารสารพยาบาลกระทรวงสาธารณสุข*, 28(2), 94-106.
- ทวีศักดิ์ สิริรัตน์เรขา. (2564). *อาร์คิว ภูมิคุ้มกันทางใจ*. สืบค้นจาก <http://www.happyhomeclinic.com/academy/a21-RQ.pdf>
- ทัศนันทน์ ต้นศิริศรีมี. (2556). *ผลของโฆษณาและประเภทความเสี่ยงของสินค้าในโฆษณาต่อการตอบสนองของผู้บริโภค*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, วิทยานิพนธ์.
- ทิพย์พิกา ธรฤทธิ์. (2553). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแบบแผนการบริโภคอาหารของวัยรุ่นหญิงที่มีภาวะโภชนาการเกินในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช*. มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- นพรัตน์ มีจินดา ชมพูนุท สิริพรหมภัทร และกิริณา แต่อารักษ์. (2563). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับดัชนีมวลกายของนักศึกษาวิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิทยาศาสตร์สุขภาพและการสาธารณสุขชุมชน*, 3(1), 83-94. สืบค้นจาก <https://he01.tci-thaijo.org/index.php/jhscph/article/view/242430/165581>.
- นริศร์ธร ตูลาผล. (2559). *เจาะตลาดอาหารเสริมความงามกับความท้าทายในอนาคต*. สืบค้นจาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/2858>

- นันท์ดา ทองออน และปราณี เอี่ยมลลอบักดี. (2560). การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้ปัจจัยด้านพฤติกรรมการบริโภคและความต้องการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด. ใน รายงานการประชุมสืบเนื่องจากการประชุมการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติครั้งที่ 12.
- นิตากร สนามเขต. (2550). การมีภูมิคุ้มกันภายใน และภายนอกที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการคบเพื่อนอย่างเหมาะสม ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- บุญใจ ศรีสถิตย์นรากุล. (2553). ขนาดอิทธิพล การวิเคราะห์อำนาจ การคำนวณขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมโดยใช้โปรแกรม G\*Power. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาฯ.
- ปณิศา ลัญชานนท์. (2548). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธรรมสาร
- ปรมาภรณ์ รุ่งแสงอโณทัย และฉัฐวีณ์ สิทธิศิริอรุณ. (2554). ความเชื่ออำนาจภายในตนและความผูกพันต่อองค์การกับคุณภาพชีวิตของพนักงานฝ่ายการผลิตในโรงงานเฟอร์นิเจอร์. สารนิพนธ์ (กศ.ม. (จิตวิทยาพัฒนาการ)), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, สืบค้นจาก [http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Dev\\_Psy/Poramaporn\\_R.pdf](http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Dev_Psy/Poramaporn_R.pdf).
- ประณต คำจิม. (2549b). เอกสารคำสอน จต221 จิตวิทยาพัฒนาการ. ภาควิชาจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปรีชา ธรรมมา. (2548). สารานุกรมศึกษาศาสตร์. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปรียาพร คงพันธุจิตร และกัลยกิตติ์ กิรติอังกูร. (2558). พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารคอลลาเจนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ (บธ.ม. (การจัดการ)), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, สืบค้นจาก [http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Man/Preeyaporn\\_K.pdf](http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Man/Preeyaporn_K.pdf).
- ปวีณา ยุกตานนท์. (2549). ปัจจัยคัดสรรที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาลดความอ้วนของวัยรุ่นหญิงตอนปลาย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ปาริชาติ ประภาสย์. (2557). การรับรู้ถึงความเสี่ยง และการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ,
- ผจญจิต อินทสุวรรณ. (2547). การวิจัยและพัฒนาพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาของเยาวชน. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- พรชนก ทองลาด (2555). ปัจจัยเชิงสาเหตุต่อพฤติกรรมการปฏิบัติหน้าที่ตามจรรยาบรรณวิชาชีพ บัญชีของนักบัญชี ในภาคเหนือ ตามรูปแบบทฤษฎีปฏิสัมพันธ์นิยม. *NIDA Development Journal*, 52(1), 67-99.
- พรพจน์ เปรมโยธิน. (2563). บทความสุขภาพผลิตภัณฑ์เสริมอาหารลดน้ำหนัก. สืบค้นจาก [https://www.si.mahidol.ac.th/siriraj\\_online/thai\\_version/Health\\_detail.asp?id=1413](https://www.si.mahidol.ac.th/siriraj_online/thai_version/Health_detail.asp?id=1413)
- พรรณณี ปานเทวัญ. (2560). โมเดลเชิงนิเวศวิทยาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ. *วารสารพยาบาลทหารบก*, 18(2), 7-15. สืบค้นจาก <https://he01.tci-thaijo.org/index.php/JRTAN/article/view/96828/76024>.
- พรรณทิพย์ ศิริวรรณบุศย์. (2540). *จิตวิทยาครอบครัว* สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ.
- พรรณทิพา ปัทมอารักษ์. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างการเห็นคุณค่าในตนเอง การเปิดรับอิทธิพลจากสื่อ การประเมินตนเองเหมือนวัตถุ และความไม่พึงพอใจในภาพลักษณ์ทางร่างกายในชายรักชายและชายรักต่างเพศ. ปรินญาตีปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาจิตวิทยา, คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, สืบค้นจาก <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/59684>
- พระมหาศุภชัย แซ่เถียร และอังคินันท์ อินทรกำแหง. (2559). การศึกษาแบบจำลองเชิงสาเหตุของพฤติกรรมกรรมการบริโภคด้วยปัญญาของนักเรียน ประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร. *Journal of Behavioral Science for Development*, 8(1), 2228-9453.
- พิษณุ ลิ้มพะสุตร และฉัฐวีณ์ สิทธิศิริอรอด. (2555). *พฤติกรรมการตั้งใจเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรีภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์*. สารนิพนธ์ (กศ.ม. (จิตวิทยาพัฒนาการ)), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, สืบค้นจาก [http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Dev\\_Psy/Pissanu\\_L.pdf](http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Dev_Psy/Pissanu_L.pdf).
- พิษณุ อภิธมาจารย์โยธิน. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตระหนักในเรื่องความงามและพฤติกรรม การใช้เครื่องสำอางที่ไม่ได้มาตรฐานของผู้หญิงไทย. *วารสารสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 194-216.
- เพ็ญพักรัตนา วิเชียรวรรณ วิภาดา มุกดา วันพุธ เชิญขวัญ และธนุสรณ์ กาญจนวงศ์. (2559). Psychological and Situational Characteristics Correlating to Health Domestic

Tourism Behavior of the Elderly. *Journal of Educational Review Faculty of Education in MCU*, 3(2), 13-28.

มณีวรรณ ฉัตรอุทัย. (2542). การเรียนรู้และการพัฒนาของมนุษย์ แนวคิดและการประยุกต์ใช้เพื่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร. บัณฑิตศึกษากาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

มโนลี ศรีเปารยะ เพ็ญพงษ์. (2559). ศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจบริโภคอาหารของประชาชน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. 3(1), 2730-1923.

มัธยมวัลย์ วรหาญ, สมบัติ ท้ายเรือคำ และรังสรรค์ โฉมยา. (2552). การศึกษาปัจจัยบางประการที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมบริโภคนิยมและการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนิสิตระดับปริญญาตรี. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา*, 1(1), 130-144. สืบค้นจาก <http://ejournals.swu.ac.th/index.php/jbsd/article/view/1495/1555>.

มาลินี อุทิตานนท์, อาณัติ นิติธรรมยง, สุรัช พัฒนวงศ์เย็นยง, มาลี จิระวงศ์ศรี และสุคนธ์ขึ้นศรีงาม. (2542). อุตสาหกรรมอาหารเสริมสุขภาพ. ใน *การประชุมทางวิชาการครั้งที่ 37 ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*.

ยูภาวรรณ ดวงอินตา. (2549). การวิจัยเพื่อสร้างแบบวัดลักษณะมุ่งอนาคต ควบคุมตนเองสำหรับนักศึกษา. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์:กรุงเทพฯ. doi:[https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve\\_DOI=10.14457/NIDA.the.2006.136](https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_DOI=10.14457/NIDA.the.2006.136)

รายงานสดค่าสถิติของโลก. (2564). *ประชากรโลกที่มีน้ำหนักรวมเกิน ปี 2564* สืบค้นจาก <https://www.worldometers.info/th>

รุจิเรศ พิษิตานนท์. (2546). ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมฉลาดเลือกกิน ของนักเรียนวัยรุ่นตอนปลาย. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. doi:[https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve\\_DOI=](https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_DOI=)

วันดี นาศร. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทางสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตภาคีเจริญ. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม,

วันวิสา สวีระศาสตร์, งามตา วนินทานนท์ และนำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล. (2554). ปัจจัยเชิงสาเหตุด้านสถานการณ์ทางสังคม และการมีภูมิคุ้มกันทางจิตที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัยของนักเรียนหญิงระดับมัธยมศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมและไม่เข้าร่วมโครงการส่งเสริมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัย.

- ปริญญาานิพนธ์ (วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์)), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. สืบค้นจาก [http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/App\\_Beh\\_Sci\\_Res/Wanvisa\\_S.pdf](http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/App_Beh_Sci_Res/Wanvisa_S.pdf)
- วารุณี มหาชนก และวรางคณา อติศรประเสริฐ. (2546). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารวิตามินซีของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ (บธ.ม. (การจัดการ)), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, สืบค้นจาก [http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Man/Warunee\\_M.pdf](http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Man/Warunee_M.pdf)
- วิไลลักษณ์ ทองคำบรจ. (2551). *อิทธิพลของตัวแปรจิตลักษณะและสถานการณ์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคข้อมูลข่าวสารด้วยปัญญาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ในโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร*. รายงานการวิจัย สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์.
- วุฒิ สุขเจริญ. (2555). *พฤติกรรมผู้บริโภค CONSUMER BEHAVIOR*. กรุงเทพฯ: จี.พี.ไซเบอร์พริ้นท์.
- วุฒิพงษ์ ทองก้อน. (2543). การศึกษาลักษณะมุ่งอนาคตของนักศึกษา มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ. *ม.ช.ก. วิชาการ*, 3(6), 25-31.
- ศรีประภา ชัยสินธพ. (2559). *สภาพจิตใจของผู้ใหญ่*. ภาควิชาจิตเวชศาสตร์, คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ศรีเรื่อน แก้วก้างวาล. (2540). *จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริพร ทิมาบุตร. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ,
- ศิริรักษ์ กิจชนะไพบูลย์. (2555). *พฤติกรรมการลดน้ำหนักที่ไม่ถูกต้องของวัยรุ่นและเยาวชนไทย*. *พยาบาลสาร*, 39(4), 179-190.
- สงกรานต์ ศุภสุข, พรสุข หุ่นนิรันดร์ และอนันต์ มาลารัตน์. (2548). *ประสิทธิผลของโปรแกรมสุขศึกษาโดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีต้นไม้จริยธรรมที่มีต่อพฤติกรรมการป้องกันโรคไข้เลือดออก ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษากาญจนบุรี เขต 2*. ปริญญาานิพนธ์ (วท.ม. (สุขศึกษา)), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, สืบค้นจาก [http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Hea\\_Ed\(M.S.\)/Songkran\\_S.pdf](http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Hea_Ed(M.S.)/Songkran_S.pdf)
- สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ส่วนจัดตั้งสถาบันวิจัยและพัฒนาระบบพฤติกรรมไทย. (2550, 8 กันยายน 2550). *ดัชนีเครื่องชี้วัดจิตใจคนไทย ตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง* ใน

- การนำเสนอผลงานวิจัยแห่งชาติ 2550 (Thailand Research Expo 2007), ณ ศูนย์ประชุม บางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์ ราชประสงค์ กรุงเทพมหานคร.
- สำนักงานสำรวจสุขภาพประชาชนไทย (สสท.). (2552). รายงานการสำรวจสุขภาพประชาชนไทย โดยการตรวจร่างกายครั้งที่ 4 พ.ศ. 2551 – 2. กรุงเทพฯ: กระทรวงสาธารณสุข.
- สำนักงานสำรวจสุขภาพประชาชนไทย (สสท.). (2557). รายงานการสำรวจสุขภาพประชาชนไทย โดยการตรวจร่างกายครั้งที่ 5 พ.ศ.2557. กรุงเทพฯ: กระทรวงสาธารณสุข.
- สิริภัทร สติรนนท์, จุฬารัตน์ สิทธิศิริอรอด และสุพัทธ์ แสนแจ่มใส. (2562). การศึกษาปัจจัยจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการลดน้ำหนักที่เหมาะสมของวัยรุ่น. ปรินูญานิพนธ์ (ศศ.ม. (จิตวิทยาพัฒนาการ), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. สืบค้นจาก <http://ir-thesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/841/1/gs601110069.pdf>
- สิริกัญญา คำนารีย์. (2563). การคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมความงามในประเทศไทย. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล, สืบค้นจาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/3646>
- สุขมาลัย ธีระสมบุญ. (2550). การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมการบริโภค ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เพื่อการควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภค ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, กรุงเทพฯ.
- สุชาติ โสมประยูร. (2533). การดูแลสุขภาพของบุคคลวัยผู้ใหญ่และวัยผู้ใหญ่วัยกลางคน. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- สุพัตรา บุตรราช, สุพัชชา ศรีนา, ฐิรพร ไพศาล, เจนจิรา แสนสิทธิ์ และพรรณนิภา จันทร์อ่อน. (2561). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนักของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี. วารสารการแพทย์โรงพยาบาลศรีสะเกษ สุรินทร์ บุรีรัมย์, 33(3).
- สุพิชชา วงศ์จันทร์ อังคินันท์ อินทรกำแหง และพรรณี บุญประกอบ. (2555). อิทธิพลของลักษณะทางจิต ลักษณะสถานการณ์ที่มีต่อพฤติกรรมสุขภาพและภาวะโภชนาการของบุคลากรกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา, 4(1), 83-94. สืบค้นจาก <http://bsris.swu.ac.th/jbsd/55/48.pdf>.
- สุพินญา คงเจริญ. (2560). โรคอ้วน: ภัยเงียบในยุคดิจิทัล. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย ฉบับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 11(3), 22-29.
- สุภาภรณ์ พลนิกร. (2548). พฤติกรรมการบริโภค. กรุงเทพฯ: โฮลิสติก พับลิชชิง.

- สุรวงศ์ ไคว่ตระกูล. (2553). *จิตวิทยาการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี วงษ์ชทา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: บริษัท ธีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด.
- อนันต์ แย้มเยื่อน. (2559). ปัจจัยเชิงเหตุแบบบูรณาการทางจิตพอเพียง จิตลักษณะ สถานการณ์ กับ พฤติกรรมรักษ์สิ่ง แวด ล้อม ของ เยาวชน ใน ชุมชน *ACADEMIC JOURNAL BANGKOKTHONBURI UNIVERSITY*, 5, 92-104.
- อนรุักษ์ เป็องสูง นภาพร มัธยมมางกูร และวิริยา สุขวงศ์. (2545). *พฤติกรรมสุขภาพเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของเจ้าหน้าที่สาธารณสุขประจำสถานีอนามัย จังหวัด นครปฐม*. วิทยานิพนธ์ (กศ.ม. (สุขศึกษา)), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, สืบค้นจาก [http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Hea\\_Ed/Anuruck\\_B.pdf](http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Hea_Ed/Anuruck_B.pdf)
- อรพินทร์ ชูชม. (2554). ปัจจัยเชิงเหตุและผลของภูมิคุ้มกันทางจิตของเยาวชน รายงานวิจัยฉบับที่ 137. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อรพินทร์ ชูชม, อัจฉรา สุขารมณ และอุษา ศรีจินดารัตน์. (2549). การวิเคราะห์ปัจจัยทางจิตสังคมที่สัมพันธ์กับจิตสำนึกทางปัญญาและคุณภาพชีวิตของเยาวชนไทย. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์*, 12(1), 15-35. สืบค้นจาก [http://thesis.swu.ac.th/swuarticle/Beh\\_Sci/Beh\\_Sci12n1p15.pdf](http://thesis.swu.ac.th/swuarticle/Beh_Sci/Beh_Sci12n1p15.pdf).
- อรรควิช จารึกจาริต และประณต เค้าฉิม. (2557). *เอกสารประกอบการสอน จิตวิทยาการเรียนรู้. คณะจิตวิทยา มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต*.
- อรัญญา ลำพุทธา. (2548). *ความสัมพันธ์ระหว่างแรงสนับสนุนของครอบครัว กับพฤติกรรมการดูแลตนเอง ของผู้ป่วยมะเร็งปากมดลูก ที่ได้รับรังสีรักษา*. มหาวิทยาลัยขอนแก่น. doi: [https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve\\_DOI=](https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_DOI=)
- อาทร เยาวปราณี. (2520). *คู่มือการเรียนจิตวิทยาการศึกษา*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์บำรุงนุกุลกิจ.
- อุษา ศรีจินดารัตน์. (2533). *พัฒนาการของเอกลักษณ์แห่งอีโก้ที่เกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าของการทำงานและการรับรู้คุณค่าของศาสนาในวัยรุ่นไทยภาคใต้*. วิทยานิพนธ์ (วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์)), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. สืบค้นจาก [http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/App\\_Beh\\_Sci\\_Res/Usa\\_S.pdf](http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/App_Beh_Sci_Res/Usa_S.pdf)



เอมอร บุญสัมพันธ์ และปิยดา สมบัติวัฒนา. (2547). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ (บธ.ม. (การจัดการ)), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, สืบค้นจาก [http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Man/Aimorn\\_B.pdf](http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Man/Aimorn_B.pdf)







ภาคผนวก ก

ค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบวัดพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารเสริมความงาม  
ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .870

ลำดับที่	ข้อความคำถาม	Item-total Correlation	t-test
ความเสี่ยงด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์			
1	ฉันบริโภคอาหารเสริมความงามก็ต่อเมื่อฉันได้ศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับสรรพคุณของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดีแล้ว	.768	6.489
2	ฉันได้ศึกษาหาข้อมูลหรือสอบถามจากผู้รู้ในเรื่องของคุณภาพอาหารเสริมความงามก่อนบริโภค	.752	5.648
3	ฉันเลือกซื้ออาหารเสริมความงามโดยไม่ได้คำนึงวันหมดอายุบนฉลาก	.488	2.773
4	ฉันจะเลือกอาหารเสริมความงามผ่านการรับรองจากองค์การอาหารและยา	.362	3.162
ด้านกายภาพ			
5	ฉันอ่านคำเตือนบนฉลากก่อนบริโภคอาหารเสริม	.647	4.024
6	ฉันบริโภคอาหารเสริมความงามโดยหมั่นสังเกตอาการผิดปกติที่อาจจะเกิดขึ้นกับร่างกายของตนเอง	.374	3.523
7	ฉันบริโภคอาหารเสริมความงามโดยระมัดระวังไม่ให้เกิดอันตรายกับร่างกายของตนเอง	.633	4.160
8	ฉันบริโภคอาหารเสริมความงามติดต่อกันเป็นเวลานาน โดยไม่คำนึงว่าจะเกิดผลข้างเคียงต่อร่างกายหรือไม่	.556	4.523
ด้านการเงิน			
9	ฉันหาข้อมูลราคาอาหารเสริมความงามก่อนตัดสินใจซื้ออย่างมีเหตุมีผล	.275	2.484
10	ฉันบริโภคอาหารเสริมความงามแม้จะรู้ว่าอาหารเสริมความงามเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาแพงเกินจริง	.610	3.887
11	ฉันเปรียบเทียบราคาของอาหารเสริมความงามก่อนตัดสินใจซื้อ	.637	3.696
12	ฉันตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเสริมความงามโดยพิจารณาราคาของผลิตภัณฑ์ที่มีความสมเหตุสมผล	.436	2.027
ความเสี่ยงด้านเวลา			
13	ฉันมักใช้เวลากับการหาข้อมูลก่อนบริโภคอาหารเสริมความงาม	.408	3.584
14	ฉันรู้สึกเสียเวลาหากต้องศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับอาหารเสริมความงามก่อนซื้อ	.432	3.333

## แบบวัดเอกลักษณ์แห่งตน ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .622

ลำดับ ที่	ข้อความ	Item-total Correlation
1	ฉันเข้าใจและยอมรับในความแตกต่างของบุคคลในสังคม	.267
2	ฉันรู้ว่าฉันจะดำเนินชีวิตของฉันอย่างไร	.294
3	ฉันขาดความเชื่อมั่นในการเป็นตัวของตัวเอง	.660
4	ฉันรู้จักตนเองว่าฉันเป็นคนอย่างไร	.312
5	ฉันไม่แน่ใจว่าสิ่งใดถูกหรือสิ่งใดผิดศีลธรรม	.321
6	ฉันรู้สึกภูมิใจที่ฉันเป็นคนแบบนี้	.225
7	ฉันตัดสินใจด้วยเหตุผลของตนเอง	.258
8	ฉันไม่แน่ใจว่าฉันเป็นใคร	.356
9	ฉันรู้สึกลำบากใจถ้าต้องตัดสินใจทำอะไรด้วยตนเอง	.433

## แบบวัดมุ่งอนาคตควบคุมตน ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .798

ลำดับ ที่	ข้อความ	Item-total Correlation
1	เมื่อจะเดินทางไปท่องเที่ยว ฉันมักไป “ตายเอาดาบหน้า” มากกว่าจะจองที่พักล่วงหน้า	.764
2	ฉันไม่เห็นความจำเป็นต้องใช้ช้อนกลางเวลาทานอาหารร่วมกับคนอื่น เพราะฉันไม่เชื่อว่าจะติดโรคติดต่อ	.356
3	ฉันว่าการ “อดเปรี้ยวไว้กินหวาน” เป็นความคิดของคนโง่	.603
4	การวางแผนในการทำงานเป็นเรื่องที่เสียเวลา	.610
5	ไม่จำเป็นที่ฉันต้องวางแผนเกี่ยวกับอนาคต เพราะอนาคตเป็นสิ่งที่ไม่แน่นอน	.569
6	ฉันมักบริโภคอาหารโดยคำนึงถึงอันตรายที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต	.220
7	ฉันไม่ชอบจดบันทึกสิ่งที่ต้องทำในวันข้างหน้าเลย แม้ว่าฉันจะเป็นคนขี้ลืม	.729

แบบวัดความเชื่ออำนาจในตน ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .682

ลำดับ ที่	ข้อความคำถาม	Item-total Correlation
1	ฉันรู้สึกว่าคุณอื่นได้ดีเพราะดวงดี	.330
2	ฉันเชื่อมั่นว่าตนเองสามารถกำหนดสิ่งที่จะเกิดขึ้นในชีวิตตนเอง ได้	.338
3	ฉันได้สิ่งที่ต้องการเพราะว่าโชคช่วย	.513
4	ฉันเชื่อว่าสิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตของฉันเกิดจากการกำหนดของผู้อื่น	.223
5	ฉันจะเป็นคนเช่นไรนั้นเป็นผลมาจากการกระทำของตนเอง	.850
6	ถ้าฉันใช้ความพยายามอย่างเต็มที่ฉันก็สามารถทำสิ่งที่ตั้งใจไว้ได้	.376
7	ไม่มีประโยชน์อะไรที่จะวางแผนไว้ล่วงหน้าเพราะหลายสิ่งขึ้นอยู่กับโชคชะตา	.379
8	ในการตัดสินใจทำอะไรฉันมักใช้วิธีเสี่ยงโชคหรือดวงเข้าช่วย	.410
9	ฉันเชื่อว่าไม่ว่าจะเกิดเรื่องดีหรือไม่ดีในชีวิตล้วนเกิดจากการ กระทำของตัวเอง	.508

แบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .799

ลำดับ ที่	ข้อความ	Item-total Correlation
1	ฉันรู้สึกภาคภูมิใจเมื่อได้รับคำชม	.649
2	ฉันชอบคิดและทำในสิ่งที่ยาก	.571
3	ถ้าฉันทำงานไม่ประสบความสำเร็จฉันจะพยายามทำให้ดีขึ้นใน ครั้งต่อไป	.457
4	ฉันเป็นคนมีความรับผิดชอบสูง	.356
5	ถ้าฉันตัดสินใจลงมือทำงานแล้วต้องทำให้เสร็จ	.416
6	ฉันเชื่อมั่นว่าสามารถแก้ปัญหาได้ด้วยตนเอง	.269
7	ฉันคิดว่าความสำเร็จในการทำงานเป็นตัวกำหนดอนาคต	.416
8	ฉันมีการวางแผนในการทำงานที่ดี	.438
9	ฉันกล้าที่จะรับผิดชอบถ้าตนทำผิดพลาด	.360
10	ฉันมีนิสัยชอบทำในสิ่งยากและท้าทายความสามารถ	.299
11	ฉันมักจะทำงานได้ดีและได้รับคำชมอยู่เสมอ	.790

แบบวัดอิทธิพลตัวแบบจากสื่อและเพื่อน ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .851

ลำดับ ที่	ข้อความ	Item-total Correlation
อิทธิพลตัวแบบจากสื่อ		
1	ฉันใช้อาหารเสริมความงามตามดารารหรือคนดังที่เป็นกำลังเป็นที่นิยมในสังคม	.745
2	ฉันติดตามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอาหารเสริมความงามจากสื่อทั้งทางทีวีและออนไลน์จนทำให้ฉันอยากซื้อตาม	.591
3	การนำเสนอของสื่อมีผลต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม	.450
4	ผู้นำเสนอสินค้าที่รูปร่าง หน้าตาดี ทำให้ฉันอยากบริโภคอาหารเสริมความงาม	.331
5	การรับชมสื่อที่เกี่ยวข้องกับอาหารเสริมความงามบ่อย ๆ ทำให้ฉันอยากทดลองบริโภคอาหารเสริมความงาม	.435
อิทธิพลตัวแบบจากเพื่อน		
6	ฉันบริโภคอาหารเสริมความงามแบบเดียวกับเพื่อน ๆ เพราะอยากมีรูปลักษณะที่ดีเหมือนเพื่อน	.590
7	ฉันเชื่อเมื่อกลุ่มเพื่อนของฉันพูดถึงสรรพคุณของอาหารเสริมความงามแม้ไม่มีหลักฐานอ้างอิงถึงความปลอดภัย	.600
8	ฉันเริ่มบริโภคอาหารเสริมความงามเพราะกลุ่มเพื่อน	.705
9	ฉันไม่กล้าที่จะปฏิเสธเมื่อเพื่อนแนะนำให้บริโภคอาหารเสริมความงามแม้จะอันตราย	.462
10	ฉันมักคล้อยตามคำแนะนำเรื่องการใช้อาหารเสริมความงามจากเพื่อน	.603



แบบวัดการสนับสนุนจากครอบครัว ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .743

ลำดับ ที่	ข้อความคำถาม	Item-total Correlation
1	สมาชิกในครอบครัวแนะนำอาหารเสริมความงามให้ฉัน	.694
2	ฉันบริโภคอาหารเสริมความงามตามสมาชิกในครอบครัว	.349
3	สมาชิกในครอบครัวสนับสนุนให้ฉันบริโภคอาหารเสริมความงาม	.434
4	สมาชิกในครอบครัวจัดหาอาหารเสริมความงามให้ฉันบริโภค	.341
5	สมาชิกในครอบครัวให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์รูปร่างหน้าตา	.510
6	สมาชิกในครอบครัวมักจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารเสริมความงาม แก่ฉัน	.492
7	ครอบครัวของฉันไม่ห้ามหากฉันบริโภคอาหารเสริมความงาม	.292
8	สมาชิกในครอบครัวของฉันสนับสนุนให้ฉันบริโภคอาหารเสริมความ งามเพื่อให้มีรูปร่างหน้าตาที่ดีขึ้น	.356
9	สมาชิกในครอบครัวของฉันมักช่วยเลือกหรือตรวจสอบความ ปลอดภัยของอาหารเสริมความงามให้ฉันก่อนที่จะบริโภค	.376

แบบวัดทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารเสริมความงาม

ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .943

ลำดับ ที่	ข้อความคำถาม	Item-total Correlation
1	ฉันคิดว่าอาหารเสริมความงามเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อร่างกาย	.823
2	ฉันคิดว่าการบริโภคอาหารเสริมความงามสามารถทำให้ รูปลักษณ์ของฉันดีขึ้น	.745
3	ฉันคิดว่าการบริโภคอาหารเสริมความงามไม่ใช่ทางออกที่ดีที่สุด	.642
4	ฉันคิดว่าการบริโภคอาหารเสริมนั้นมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าวิธีอื่น ๆ	.680
5	อาหารเสริมความงามนั้นไม่จำเป็นต่อร่างกาย	.763
6	การบริโภคอาหารเสริมทำให้ฉันมั่นใจมากขึ้น	.860
7	ฉันเชื่อว่าอาหารเสริมความงามจะช่วยแก้ปัญหาในเรื่อง รูปลักษณ์ภายนอกได้	.720
8	ฉันเชื่อมั่นในสรรพคุณและประสิทธิภาพของอาหารเสริมความ งาม	.725
9	การบริโภคอาหารเสริมความงามนั้นให้ผลตามที่ฉันต้องการได้	.768
10	การบริโภคอาหารเสริมความงามนั้นเป็นวิธีที่ง่ายและได้ผลเร็ว	.782

แบบวัดความพร้อมซื้ออาหารเสริมความงาม ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .830

ลำดับที่	ข้อความคำถาม	Item-total Correlation
1	ฉันพร้อมที่จะซื้ออาหารเสริมความงามหากอาหารเสริมนั้นมี ประโยชน์ต่อตัวฉัน	.756
2	ฉันตั้งใจจะเลือกซื้ออาหารเสริมความงามมากกว่าเลือกซื้อ อาหารเสริมประเภทอื่น ๆ	.755
3	ฉันพร้อมจะซื้ออาหารเสริมความงาม แปรชนิดใหม่ ๆ โดยไม่ได้ ศึกษาถึงประโยชน์	.784
4	ฉันพร้อมที่จะซื้ออาหารเสริมความงามต่อเมื่อฉันคิด วิเคราะห์ มาอย่างดีแล้ว	.643
5	ฉันพร้อมที่จะซื้ออาหารเสริมความงามหากเป็นอาหารเสริมแบ รנדที่ฉันเคยซื้อ	.442

แบบวัดภูมิคุ้มกันตนทางจิตในการบริโภคอาหารเสริมความงาม  
ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .882

ลำดับที่	ข้อความคำถาม	Item-total Correlation
1	หากไม่มีข้อมูลของสรรพคุณหรือส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ฉันจะไม่บริโภคอาหารเสริมความงามชนิดนั้น	.583
2	ฉันไม่บริโภคอาหารเสริมความงามหากผลิตภัณฑ์ไม่มีเครื่องหมายรับรองจากองค์การอาหารและยา	.693
3	ฉันดูฉลากก่อนซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมความงาม	.739
4	ฉันศึกษาหาความรู้ถึงผลข้างเคียงที่อาจเกิดขึ้นได้จากการบริโภคอาหารเสริมความงาม	.645
5	ฉันไม่ใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมความงามต่อเนื่องกันในระยะเวลา	.585
6	ฉันไม่สนใจข้อควรระวังในการบริโภคอาหารเสริมความงาม	.593
7	เมื่อเงินไม่เพียงพอฉันจะไม่ยืมเงินผู้อื่นเพื่อมาซื้ออาหารเสริมความงาม	.702
8	ฉันไม่สนใจราคาของอาหารเสริมความงามต่อให้แพงเกินความจำเป็นแต่ฉันก็ยังคงซื้ออาหารเสริมความงาม	.552
9	ฉันบริโภคอาหารเสริมความงามตามความจำเป็นที่ร่างกายของฉันต้องการ	.561
10	ฉันเสียเวลาไปกับการแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับอาหารเสริมความงาม	.461
11	ฉันใช้เวลาไปกับการดูหรือติดตามตัวแบบที่ใช้อาหารเสริมความงาม	.519
12	ฉันใช้เวลาไปกับการดูข้อมูลของอาหารเสริมความงามในช่องทางกรรรับชมต่าง ๆ	.475



ภาคผนวก ข  
ผู้ส่งคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ

### ผู้ส่งคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิจัยญา วัฒนโณ

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉั่มมัญญิตตา ออยู่เจริญ

คณะจิตวิทยา มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

คุณอุบลรัตน์ สุขสุนัย

พยาบาลวิชาชีพชำนาญการพิเศษ





ภาคผนวก ค

หนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ



## บันทึกข้อความ

ส่วนงาน งานบริหารและธุรการ บัณฑิตวิทยาลัย โทร. 15644  
 ที่ อว 8718.1/298 วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2565  
 เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เชิญบุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญ  
 เรียน คณะศึกษาศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวรัฐชา อีบรมเฮม นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาจิตวิทยาพัฒนาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญาโท เรื่อง "การศึกษาปัจจัยจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน" โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.ฉัฐวิณ ลิทธิศิริอรรด เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโท

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิญญา วัฒนไธ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามเรื่อง "การศึกษาปัจจัยจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน" ทั้งนี้ นิสิตได้ติดต่อประสานงานเบื้องต้นกับบุคลากรของท่านแล้ว และจะประสานงานในรายละเอียดดังกล่าวต่อไป สามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ โทร. 091 007 6649

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวรัฐชา อีบรมเฮม และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

*(ลายเซ็น)*

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)  
 รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ที่ อว 8718/297



บันชิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ  
เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

3 กุมภาพันธ์ 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เชิญบุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญ  
เรียน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวนัฐชา อีบรอเฮม นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาจิตวิทยาพัฒนาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาปัจจัยจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.ฉัฐวิมล สิทธิศิริอรอด เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์

ในการนี้ บันชิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธัมมัญญิตตา อยู่เจริญ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามเรื่อง “การศึกษาปัจจัยจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน” ทั้งนี้ นิสิตได้ติดต่อประสานงานเบื้องต้นกับบุคลากรของท่านแล้ว และจะประสานงานในรายละเอียดดังกล่าวต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวนัฐชา อีบรอเฮม และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

รักษาการแทนคณบดีบันชิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบันชิตวิทยาลัย

โทร. 0 2649 5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 091 007 6649



ที่ อว 8718/297



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ  
เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

3 กุมภาพันธ์ 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ  
เรียน คุณอุบลรัตน์ สุขสุนัย

เนื่องด้วย นางสาวนัฐชา อีบรมธม นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาจิตวิทยาพัฒนาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาปัจจัยจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.ฉัฐวิมล สิทธิศิริอรรด เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามเรื่อง “การศึกษาปัจจัยจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติในการบริโภคอาหารเสริมความงามในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน” ทั้งนี้ นิสิตได้ติดต่อประสานงานเบื้องต้นกับท่านแล้ว และจะประสานงานในรายละเอียดดังกล่าวต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์เป็นเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวนัฐชา อีบรมธม และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0 2649 5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 091 007 6649

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นัฐชา อีบรอเฮม
วัน เดือน ปี เกิด	8 เมษายน 2539
สถานที่เกิด	กรุงเทพ
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2557 มัธยมศึกษา จาก โรงเรียนสตรีศรีอยุธยา พ.ศ. 2561 ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต คณะจิตวิทยา จาก มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต พ.ศ. 2565 ปริญญาโท ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยาพัฒนาการ) จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ที่อยู่ปัจจุบัน	114 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ คณะมนุษยศาสตร์ สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 e-mail: Nutcha.lbrohem@g.swu.ac.th