

ทักษะของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก
ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ

ปริญญานิพนธ์
ของ
จรรยา ทาโปปิน

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาปฐมวัย
พฤษภาคม 2549

ทักษะของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก
ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ

บทคัดย่อ
ของ
จรรยา ทาโปปิน

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาปฐมวัย
พฤษภาคม 2549

จรรยา ทาโปปิน. (2549). *ทักษะของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก* ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ. ปรินญานิพนธ์ กศ.ม. (การศึกษาปฐมวัย).
กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม:
รองศาสตราจารย์ ดร.สิริมา ภิญโญนนตพงษ์, รองศาสตราจารย์ ดร. วิรัช วรรณรัตน์.

การศึกษานี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาระดับทักษะด้านความรู้ ความเข้าใจ และทักษะด้านการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก และเปรียบเทียบทักษะด้านความรู้ ความเข้าใจและทักษะด้านการปฏิบัติของผู้ปกครองที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ในแต่ละด้าน จำแนกตามตัวแปรอิสระ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของทักษะด้านความรู้ ความเข้าใจกับทักษะด้านการปฏิบัติของผู้ปกครองต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ จำนวน 264 คน เพศชาย 59 คน เพศหญิง 205 คน ได้มาโดยใช้การสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling) โดยใช้แบบสอบถามเรื่องทักษะของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ประกอบด้วยข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล ทักษะด้านความรู้ ความเข้าใจและทักษะด้านการปฏิบัติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ มาวิเคราะห์เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่า (t-test) วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (F-test) และหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ปกครองเด็กปฐมวัย มีทักษะด้านความรู้ ความเข้าใจต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก อยู่ในระดับปานกลาง และมีทักษะด้านการปฏิบัติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก อยู่ในระดับมาก ส่วนการเปรียบเทียบทักษะด้านความรู้ ความเข้าใจและทักษะด้านการปฏิบัติของผู้ปกครองต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กปฐมวัย ในแต่ละด้าน จำแนกตามตัวแปรอิสระ พบว่า ผู้ปกครองที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน พบว่ามีทักษะด้านความรู้ ความเข้าใจและทักษะด้านการปฏิบัติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผู้ปกครองที่มีเพศ มีรายได้ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างกัน พบว่ามีทักษะด้านความรู้ ความเข้าใจและทักษะด้านการปฏิบัติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กไม่แตกต่างกัน สำหรับด้านความสัมพันธ์ระหว่างทักษะด้านความรู้ ความเข้าใจกับทักษะด้านการปฏิบัติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก พบว่ามีความสัมพันธ์กันทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

PARENTS' OPINIONS TOWARD DIETARY SUPPLEMENT PRODUCT FOR
CHILD AT LA-OR UTIS DEMONSTRATION SCHOOL

AN ABSTRACT
BY
JANYA TAPOPIN

Presented in Partial Fulfillment of the requirements
for the Master of Education degree in Early Childhood Education
at Srinakharinwirot University

May 2006

Janya Tapopin. (2006). *Parents' Opinions Toward Dietary Supplement Products for Child at La-or Utis Demonstration School*. Master's thesis, M.Ed. (Early Childhood Education). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisors Committee: Assoc. Prof. Dr. Sirima Pinyoanuntapong, Assoc. Prof. Dr. Wirach Wanaratn.

The purpose of this study were to investigate the levels of preschool parents' opinions toward dietary supplement product for child in the areas of knowledge, understanding and practice, to compare their opinion in each area classified by the independent variables, and to study the relationship of the opinions among those areas.

The samples used in the research were 264 parents, 59 males and 205 females, at La-or Utis Demonstartion School. They were selected by simple random sampling. The tool was the questionnaire about parents' opinions toward dietary supplement product for children of personal information and opinions in the areas of knowledge, understanding and practice about dietary supplement product for child. The data were analyzed by using percentage, means, standard deviation, T-test, F-test and Pearson correlation coefficient.

The results of research revealed that the parents' opinions toward dietary supplement product for child in the areas of knowledge and understanding were at the middle level while in the area of practice were at the high level. When comparing their opinions in each area classified by the independent variables, it was found that the opinions toward dietary supplement product for child of parents with different ages, education levels, and occupations were different with statistical significance at perceptions, their opinions were not different. Regarding the relationship of the opinions toward dietary supplement product for child among those areas, a positive relation was found with statistical significance at the level of .05.

ทักษะของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก
ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ

ปริญญาณิพนธ์
ของ
จรรยา ทาโปปิน

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาปฐมวัย

พฤษภาคม 2549

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปริญญานิพนธ์
เรื่อง

ทักษะของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก
ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ

ของ

นางสาวจรรยา ทาโปป็น

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาศาสตร์
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญสิริ จีระเดชากุล)
วันที่ เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2549

คณะกรรมการสอบปริญญานิพนธ์

..... ประธาน
(รองศาสตราจารย์ ดร.สิริมา ภิญโญนนตพงษ์)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิรัช วรรณรัตน์)

..... กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม
(รองศาสตราจารย์ ดร.กุลยา ตันติผลาชีวะ)

..... กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม
(รองศาสตราจารย์ ดร.เยาวพา เดชะคุปต์)

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์เรื่อง ทักษะของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยได้รับความกรุณาจากท่านรองศาสตราจารย์ ดร. สิริมา ภิญโญนันตพงษ์ ประธานกรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ ท่านรองศาสตราจารย์ ดร. วิรัช วรรณรัตน์ กรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษาชี้แนะแนวทางแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. กุลยา ตันติผลาชีวะ รองศาสตราจารย์ ดร.เยาวพา เตชะคุปต์ ที่กรุณาเป็นกรรมการสอบเพิ่มเติม และขอขอบพระคุณท่านผู้เชี่ยวชาญ อาจารย์สุนิสา จัยม่วงศรี นายอดุลย์ ไบกุหลาบ อาจารย์ไพบูลย์ บันโน อาจารย์อมารามรณ์ วงษ์พัก เกสัชกร หญิงอารยา กุระมะสุวรรณ ที่ให้คำแนะนำและเป็นผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบแบบสอบถาม

ขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์อารยา สุขวงศ์ อดีตผู้อำนวยการโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ และผู้ช่วยศาสตราจารย์จรงค์ อังกรากินันท์ ผู้อำนวยการโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ในฐานะผู้บังคับบัญชาที่ได้ให้การสนับสนุนและความอนุเคราะห์

ขอขอบคุณเพื่อนนิสิตปริญญาโท วิชาเอกการศึกษาปฐมวัยทุกท่าน รุ่นพี่ รุ่นน้อง ที่ให้คำแนะนำ คำปรึกษา ตลอดจนเป็นกำลังใจ ในการทำปริญญานิพนธ์ด้วยดีตลอดมา

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบุคคลที่กล่าวมาข้างต้นด้วยความซาบซึ้ง และขอขอบคุณทุกท่านที่ไม่สามารถเอ่ยนาม ในที่นี้ได้ทั้งหมด

คุณค่าและประโยชน์ของปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบเป็นเครื่องบูชาแก่พระคุณของคุณป้าสวคนธ์ วิญญูรัตน์ ผู้ให้โอกาสทางการศึกษาแก่ผู้วิจัยและขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้แก่ผู้วิจัย ทำให้ผู้วิจัยได้รับประสบการณ์อันทรงคุณค่ายิ่ง

จรรยา ทาโปปิน

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
กรอบความคิดในการวิจัย.....	7
สมมติฐานในการวิจัย	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ.....	9
ความหมายของทัศนคติ	9
องค์ประกอบของทัศนคติ	10
การเกิดทัศนคติ	10
การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ.....	11
กระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ.....	12
เทคนิคการวัดทัศนคติ.....	13
ประโยชน์ของการวัดทัศนคติ.....	13
แนวคิดเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมของการซื้อสินค้า	14
แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก.....	20
ความหมายของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก.....	20
ชนิดของอาหารหลัก	21
ชนิดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	22
ความเชื่อเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	24
ข้อดี ข้อเสีย เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	25
ความสำคัญของอาหารที่มีต่อเด็กก่อนวัยเรียน.....	27
ความต้องการสารอาหารของเด็กก่อนวัยเรียน.....	28
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร.....	29

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย	35
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	35
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	36
การสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบเครื่องมือ	36
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	37
การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	38
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	39
 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	 44
สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	44
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	45
 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	 62
ความมุ่งหมายของการวิจัย	62
สมมติฐานในการวิจัย	63
วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	63
การวิเคราะห์ข้อมูล	63
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	64
อภิปรายผล	65
ข้อเสนอแนะ	69
 บรรณานุกรม.....	 71
 ภาคผนวก.....	 75
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ.....	76
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม.....	78
 ประวัติย่อผู้วิจัย.....	 87

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 ข้อกำหนดสารอาหารที่ควรได้รับประจำวันของเด็กก่อนวัยเรียน.....	28
2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	35
3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ของผู้ปกครอง(พ่อ-แม่) ต่อเดือน และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร.....	45
4 ทักษะด้านความรู้ ความเข้าใจของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก.....	47
5 ทักษะด้านการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย โรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก	48
6 ค่าใช้จ่าย ที่ผู้ปกครองเด็กปฐมวัยโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ซื้อผลิตภัณฑ์เสริม อาหารสำหรับเด็กต่อเดือน.....	49
7 ข้อพิจารณาก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ของผู้ปกครอง เด็กปฐมวัยโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ	49
8 วิธีการในการจัดเก็บผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ผู้ปกครองเด็กปฐมวัยโรงเรียน สาธิตอนุบาลละอออุทิศ	50
9 กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ที่ผู้ปกครองเด็กปฐมวัยโรงเรียนสาธิตอนุบาล ละอออุทิศ จัดซื้อให้เด็กบริโภค.....	51
10 ชนิดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ที่ผู้ปกครองเด็กปฐมวัยโรงเรียนสาธิต อนุบาลละอออุทิศ จัดซื้อให้เด็กบริโภค	51
11 แหล่งซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ที่ผู้ปกครองเด็กปฐมวัยโรงเรียนสาธิต อนุบาลละอออุทิศ ซื้อให้เด็กบริโภค	52
12 เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนทักษะด้านความรู้ ความเข้าใจ กับการปฏิบัติ ของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ในโรงเรียนสาธิต อนุบาลละอออุทิศ จำแนกตามเพศ.....	53
13 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวของคะแนนทักษะด้านความรู้ ความเข้าใจกับการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริม อาหารสำหรับเด็กในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ จำแนกตามอายุ	54

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
14 เปรียบเทียบความแตกต่างของเจลลี่เป็นรายคู่ จากคะแนนทัศนะด้านความรู้ ความเข้าใจของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก จำแนกตามอายุ.....	55
15 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวของคะแนนทัศนะด้านความรู้ ความเข้าใจความรู้สึและการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ จำแนกตามระดับการศึกษา	56
16 เปรียบเทียบความแตกต่างของเจลลี่เป็นรายคู่ จากคะแนนทัศนะด้านความรู้ ความเข้าใจของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย โรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก จำแนกตามระดับการศึกษา	56
17 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวของคะแนนทัศนะด้านความรู้ ความเข้าใจกับการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร สำหรับเด็กในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ จำแนกตามอาชีพ.....	57
18 เปรียบเทียบความแตกต่างของเจลลี่เป็นรายคู่ จากคะแนนทัศนะด้านความรู้ ความเข้าใจ ของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย โรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก จำแนกตามอาชีพ.....	58
19 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวของคะแนนทัศนะด้านความรู้ ความเข้าใจกับการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร สำหรับเด็กในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ จำแนกตามรายได้.....	59
20 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวของคะแนนทัศนะด้านความรู้ ความเข้าใจกับการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริม อาหารสำหรับเด็กในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ จำแนกตามการรับรู้ ข้อมูลข่าวสาร	60
21 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนเจลลี่ระหว่างทัศนะด้านความรู้ ความเข้าใจ กับการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์ เสริมอาหารสำหรับเด็กในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ.....	61

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	7
2 องค์ประกอบของพฤติกรรม	16

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

มนุษย์มีช่วงวัยของการเจริญเติบโตที่ค่อนข้างยาวนาน ซึ่งแต่ละช่วงวัยจะมีพัฒนาการทางด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา ที่แตกต่างกันไป โดยที่มนุษย์เราเป็นสัตว์ประเสริฐที่แตกต่างไปจากสัตว์ มีสัญชาตญาณ มีความสามารถในการเรียนรู้ มีการตัดสินใจและความต้องการในการเรียนรู้ ดังนั้น ถ้าคนเราได้รับการเลี้ยงดู อบรม ดูแล และจัดการศึกษาให้มาตั้งแต่เด็ก ก็จะทำให้เด็กซึ่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ เติบโตเป็นผู้ใหญ่ ที่มีศักยภาพในสังคมโลกได้ (สิริมาภิญาญอนันตพงษ์ . 2545: น. 23) สิ่งสำคัญพื้นฐานในการเสริมสร้างให้เด็กมีคุณภาพดี คือ การเลี้ยงดู และการให้ความรัก ความเข้าใจ พ่อ แม่ ผู้ปกครองที่ใกล้ชิดเด็กทุกคนจึงควรตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องนี้ พร้อมทั้งสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของเด็ก ได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย การพักผ่อน ตลอดจนความรัก ความอบอุ่นทางใจของเด็ก เพื่อให้เด็กเกิดความเติบโต รู้สึกอบอุ่น มั่นคง และปลอดภัย สิ่งจำเป็นที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ก่อนอื่น คือ อาหาร อาหารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมนุษย์ ทุกเพศทุกวัย โดยเฉพาะเด็กนั้น กลับพบว่ามีความสำคัญยิ่ง เพราะอาหารเป็นสิ่งที่จะช่วย让孩子เติบโต แข็งแรง ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ และทำให้เด็กมีพัฒนาการที่ดีทั้งร่างกายและอารมณ์ สติปัญญา การรับประทานอาหาร เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อร่างกายนั้น เด็กต้องรับประทานอาหารให้ครบทุกส่วน คือ มีสารอาหารที่ให้ประโยชน์ต่อร่างกายและครบทั้ง 5 หมู่ (สุภรณ์ ลิ้มอารีย์. 2533: 164-166) นักวิชาการด้านโภชนาการชาวอินเดีย ชื่อ ดร.มาห์ตาบ แบบจิ (วินัย ตะห์ลัน. 2542: 184-189. อ้างอิงจาก Mahtab S.Babji) กล่าวว่า อาหารที่ดีที่สุดสำหรับเด็ก คือ อาหารที่ผู้ใหญ่เตรียมให้ตนเอง คือ ให้เด็กได้รับประทานอาหารเหมือนผู้ใหญ่ ไม่ควรไปแยกอาหารเด็กจากผู้ใหญ่ให้มาก บางอย่างอาจแยกเครื่องปรุงไว้ เพราะเด็กอาจจะรู้สึกไม่เท่าเทียม ปัจจุบันอาหารตามร้านตลาดมีไขมันมากเกินไป ต้องเพิ่มผักให้มากขึ้นในมื้อเย็น ไขมันสัตว์ควรลดลง น้ำมันพืชไม่ควรให้มาก เลือกเนื้อปลา เนื้อไก่แทนเนื้อวัว หรือเนื้อหมู หมั่นเปลี่ยนอาหารบ่อยๆ ผู้ใหญ่ควรดูแลเรื่องความหลากหลายของอาหาร ต้องฝึกนิสัยเด็กให้รับประทานผลไม้มากขึ้น เพื่อเพิ่มวิตามินและใยอาหาร เด็กเล็ก ควรได้รับประทานข้าวเพิ่มขึ้น อาหารหวานควรลดลง ขนมหวานควรหลีกเลี่ยง โดยทดแทนด้วยผลไม้รสหวาน สำหรับเด็กแล้วอาหารที่ควรลดมี 2 อย่าง คือ อาหารหวานจากน้ำตาล และอาหารไขมัน สำหรับนมสดต้องหมั่นให้เด็กได้ดื่ม จนเป็นนิสัยเพราะนมให้แคลเซียมและโปรตีนคุณภาพดี

สำหรับสภาพสังคมไทย ในอดีต ซึ่งเป็นสังคมเกษตรกรรม พบว่า เป็นสังคมที่ได้บริโภคอาหารที่ครบ 5 หมู่อยู่แล้ว โดยเฉพาะอาหารไทย ส่วนใหญ่มักเป็นอาหารที่ประกอบด้วยคุณค่าและสมุนไพร ซึ่งมีผลดีต่อสุขภาพ พฤติกรรมการกินของคนไทยจึงเป็นพฤติกรรมการกินที่เรียบง่าย สร้างสรรค์ในการผลิตคิดค้นรูปแบบของอาหาร และสามารถประยุกต์อาหารจากท้องถิ่นหรือ

แหล่งกำเนิดต่างๆ มาเป็นแบบฉบับที่เหมาะสมกับรสนิยมของคนไทยได้เป็นอย่างดี ด้วยเหตุนี้ นักมานุษยวิทยาจึงเชื่อว่า พฤติกรรมการกินนั้น ไม่ใช่พฤติกรรมธรรมชาติเอกเทศส่วนบุคคล ที่จะทำได้โดยเสรี หากแต่เป็นการกระทำทางสังคมและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นเสมอ เรื่องอาหารการกินจึงเป็นพฤติกรรมทางสังคมและวัฒนธรรมที่ต้องเข้าใจบริบท สภาพแวดล้อมไปด้วย โดยทั่วไป มนุษย์ต้องการได้รับประโยชน์จากอาหาร ที่แตกต่างกันไป กล่าวโดยสรุป คือ ความอิ่ม ความอร่อย ความสะดวก สรรพคุณพิเศษ ศักดิ์ศรีที่สมกับฐานะ

นอกจากความต้องการที่กล่าวมาแล้ว กล่าวได้ว่า คนทั่วไป น้อยคนที่จะห่วงใยเรื่องคุณสมบัติและประโยชน์ของอาหารเพื่อสุขภาพ แต่จะคำนึงถึงสรรพคุณของอาหาร ซึ่งไม่ถือว่าเป็นเรื่องอาหารสำหรับชีวิตประจำวัน เพราะไม่ใส่ใจเรื่องกินอาหารเพื่อสุขภาพ แต่จะกินเพราะความต้องการอย่างอื่น โดยเฉพาะกลุ่มคนที่สภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากเช่นคนในชุมชนเมืองอย่างไรก็ตามจากสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบันก่อให้เกิดผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของคนในสังคมได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะวิถีชีวิตของประชาชนในเมืองหลวง เช่น กรุงเทพมหานคร มีสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่บีบรัด ทำให้ภารกิจประจำวันต้องรีบเร่งแข่งขันกับเวลา การพักผ่อนไม่เพียงพอ ไม่ว่าจะเป็นการรับประทานอาหารนอกบ้านเพิ่มขึ้น การขาดการออกกำลังกายเนื่องจากไม่มีเวลา การพักผ่อนไม่เพียงพอเพราะเคร่งเครียดจากการทำงานหลัก หรือแม้แต่การหายใจเอาอากาศที่เต็มไปด้วยฝุ่นละอองจากท่อไอเสียหรือมลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม การบริโภคอาหารและเครื่องดื่มที่ปนเปื้อนไปด้วยสารเคมี สารพิษต่างๆ เข้าไปรวมทั้งอาหารฟาสต์ฟู้ดส์ และรูปแบบชีวิตที่เต็มไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกเทคโนโลยีที่นำความเจริญมาสู่สังคม เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันก็ก่อให้เกิดมลภาวะและความเคร่งเครียด ทำลายภูมิทัศน์ทางของร่างกาย เป็นต้นเหตุให้เกิดโรคร้ายไข้เจ็บโดยไม่รู้ตัว กลายเป็นปัญหาสุขภาพ ทำให้ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เข้ามามีบทบาทอย่างมากในช่วงระยะเวลาไม่นานมานี้

แต่เดิมนั้น เรามักจะรู้จักกันโดยทั่วไปในชื่อ อาหารเสริม หรือ อาหารเสริมสุขภาพ ต่อมาคณะกรรมการอาหารและยาได้บัญญัติศัพท์ ขึ้นมาใหม่ คือ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Dietary Supplement Product) แทน เหตุที่เลือกใช้คำนี้เพราะคำว่าอาหารเสริม เนื่องจากไม่ต้องการให้ประชาชนเข้าใจผิดว่าสินค้าเหล่านี้ มีคุณค่าเทียบเท่าอาหารหรือให้ความรู้สึกที่ดีเกินกว่าความจริง (ชนกนาถ ชูพยัคฆ์. 2542: 27) ในอดีตผลิตภัณฑ์เสริมอาหารยังไม่มีที่รู้จักเท่าใดนัก มีผู้บริโภคบางกลุ่มเท่านั้นที่ทราบและนำมารับประทาน ทั้งนี้ มีสาเหตุมาจากผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร นั้นมีราคาแพง แต่เมื่อมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์จากบริษัทผู้จัดจำหน่ายสินค้า ผ่านสื่อต่าง ๆ โดยมีการโฆษณาเกินความจริง เช่น เมื่อรับประทานแล้วจะเล่นกีฬาเก่ง เรียนเก่ง ฉลาด สุขภาพดี เป็นต้น บางครั้งทำให้ผู้บริโภคเชื่อว่า ไม่มีอาหารชนิดใดดีกว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอีกแล้ว ทำให้มูลค่าตลาดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพิ่มขึ้น ในปี 2544 มูลค่าตลาดรวมของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร มีมูลค่าตลาดเท่ากับ 2,800 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นจากปี 2544 ประมาณร้อยละ 10 โดยอัตราการเจริญเติบโตของตลาด ร้อยละ 67 เป็นสินค้านำเข้าจากประเทศสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และยุโรป ส่วนอีก

ร้อยละ 33 เป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นในประเทศไทย โดยผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายผ่านเคอร์เตอร์คิดเป็นร้อยละ 30 ของมูลค่าตลาดรวม (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2544)

ในปัจจุบันเทคโนโลยีด้านการแพทย์และสาธารณสุขมีความเจริญก้าวหน้าในหลายๆ ด้านรวมทั้งประชาชนทั่วไปมีความตื่นตัวในเรื่องเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพมากยิ่งขึ้น การผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Dietary Supplement Products) จึงเป็นไปอย่างแพร่หลายและการเติบโตของตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในประเทศไทยเป็นไปอย่างรวดเร็ว การเติบโตอย่างรวดเร็วดังกล่าว ตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจึงเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูง ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายพยายามที่จะใช้กลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์ของตน อย่างไรก็ตาม ในวารสารหมอชาวบ้าน (2540) ได้กล่าวถึงความเชื่อของคนไทยเกี่ยวกับกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไว้ว่า การที่คนหันมาใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างแพร่หลายนั้น เกิดมาจากแนวความคิดหรือความเชื่อที่แตกต่างกัน บางกลุ่มอาจบริโภคเพื่อเสริมอาหาร เพื่อสุขภาพ บางกลุ่มเพื่อป้องกันโรคภัยไข้เจ็บ เชื่อตามที่มีผลการวิจัย คิดว่าดีเพราะเป็นของมีราคาแพง และเพื่อประดับฐานะ หรือหลงเชื่อตามคำโฆษณา เป็นต้น

พ่อแม่หรือผู้ปกครอง เป็นบุคคลที่มีหน้าที่รับผิดชอบเลี้ยงดู อบรมเด็ก ตามหน้าที่ของพ่อแม่และผู้ปกครองที่ดีนั้น นอกจากจะให้การอบรมเลี้ยงดูแล้ว ต้องให้ทั้งความรัก ความเอาใจใส่ จัดประสบการณ์และสิ่งแวดล้อมที่จะช่วยให้เด็กเกิดการเรียนรู้และพัฒนาทุกๆ ด้านเพื่อเขาจะเติบโต และสามารถเผชิญปัญหา การเปลี่ยนแปลงและสามารถอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข “ผู้ปกครอง” จึงเป็นกลุ่มบุคคลที่สำคัญกลุ่มหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากภาวะทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้มีพฤติกรรมกรรมการบริโภคเปลี่ยนไปด้วย โดยเฉพาะการรับประทานอาหารประเภท Fast Food การซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมาบริโภค ซึ่งจากข้อมูลของ วลัยุทธิ์ สุภากร (2542) พบว่า “คนไทยในอดีตไม่กินไขมันเยอะ ไม่ได้กินอาหารประเภท ฟาสต์ฟู้ด ไม่มีเค้ก ไม่มีคุกกี้ ของหวานหลังอาหารแบบไทยๆ คือ ผลไม้ พฤติกรรมของผู้ปกครองหรือ พ่อ แม่ ที่เปลี่ยนไปบวกกับปัจจัยต่างๆ ทำให้ผู้ปกครองมีพฤติกรรมกรรมการเลี้ยงดูบุตรเปลี่ยนไป ภายใต้สถานการณ์เดียวกัน ซึ่งเด็กยุคใหม่จะบริโภคลักษณะเดียวกับผู้ใหญ่ และนำไปสู่ปัญหาโภชนาการเด็กตามมา ยกตัวอย่างเช่น ในประเทศญี่ปุ่น นายแพทย์โนะบุยาคิ ซาโตะ (อ้างอิงจาก วินัย จะหลั่น. 2542: 184 – 186) ได้ศึกษาพบว่า เด็กญี่ปุ่นมีพฤติกรรมกรรมการรับประทานอาหารต่างไปจากเด็กยุคก่อนคือ ชอบขนมขบเคี้ยว ประเภทแป้งอาหารไขมันสูง และเข้าร้านอาหารจานด่วนตั้งแต่วัยเด็กเล็ก เด็กเหล่านี้ ทานอาหารไขมันโปรตีนสูงอาหาร มีฟิชีฟักน้อย ได้รับพลังงานมากไป มีความเครียดสูง ไม่ยอมออกกำลังกาย มีปัญหาไขมันในเส้นเลือดสูง ทั้งนี้ไม่ต่างจากข้อมูลของ นายแพทย์ ริชาร์ด เดกเกิลบาวด์ (Richard J Deckelbaud) ผอ.ศูนย์วิจัยแพทย์โคลัมเบีย ในรัฐนิวยอร์ก พบว่าเด็กในสหรัฐอเมริกา ประสบปัญหาหมีคอลเลสเตอรอลในเลือดสูง ซึ่งเด็กส่วนใหญ่ก็จะไม่รู้ในสิ่งที่ผู้ปกครองมอบให้ แม้เด็กจะรู้ก็ไม่สามารถจะแก้ปัญหาเองได้ ผู้ใหญ่ หรือผู้ปกครองจึงเป็นกลุ่มคนที่ช่วยแก้ไขปัญหานี้ได้สำหรับเด็ก

ในสภาวะที่เปลี่ยนแปลงไปนี้เอง เด็กจะได้รับการดูแลเกี่ยวกับอาหารแบบผู้ใหญ่ ได้รับสิ่งที่ไม่เหมาะสมกับวัยตนเอง หากไม่ดูแลให้ดี เด็กก็จะมีปัญหาโรคต่างๆ เช่นเดียวกับผู้ใหญ่ได้ ผลลัพธ์เสริมอาหารหลายชนิด อาจช่วยให้มีสุขภาพดี เสริมสร้างภูมิคุ้มกันโรค หรือทำให้ผู้ป่วยหายจากโรคภัยไข้เจ็บ เมื่อใช้ร่วมกับการรักษาทางแพทย์ปัจจุบันอย่างถูกต้อง ผลลัพธ์เหล่านี้บางชนิด เป็นเพียงความเชื่อจากปากสู่ปาก หรืออวดอ้างสรรพคุณเกินความจริง โดยผ่านการขายตรงหรือโฆษณาในนิตยสารต่างๆ ทำให้สามารถแอบอ้างสรรพคุณโดยไม่ผ่านการควบคุมของคณะกรรมการอาหารและยา (มลศิริ วิโรทัย. 2543:122) ขณะที่ปัจจุบัน บางชนิดอาจขายในราคาแพง ขณะที่หลายชนิด นำเข้าจากต่างประเทศ โดยไม่ผ่านการศึกษาทดสอบสรรพคุณมาก่อน

ซึ่งข้อนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ ศศพินท์ ปิ่นตะดิษ และสิริภา สุจริต (2545: 69-71) ที่ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ในกลุ่มคนทำงานในเขตปทุมวัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีราคาแพง เมื่อเทียบกับคุณค่าที่จะได้รับ และคนเหล่านั้นก็คิดเห็นว่า หากรับประทานอาหารให้ครบถ้วนทุกหมู่ ก็ไม่จำเป็นต้องบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และยังพบว่า ผู้บริโภคยังขาดความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลสินค้า ตลอดจนขาดความมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์จะมีคุณค่าต่อร่างกาย จริงตามคำกล่าวอ้างหรือไม่ ซึ่งที่ผ่านมา ผู้ค้ามักจะโฆษณาเกินความเป็นจริงมากกว่า ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาทัศนคติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อ ที่มา สาเหตุและปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อทัศนคติของผู้ปกครอง เพื่อใช้อธิบายแนวทางการเลี้ยงดูบุตรที่เหมาะสมในภาวะปัจจุบันของผู้ปกครองเด็กในสังคมเมืองต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจและการปฏิบัติของผู้ปกครองที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจและการปฏิบัติของผู้ปกครองต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ในแต่ละด้าน จำแนกตามตัวแปรอิสระ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจกับทัศนคติด้านการปฏิบัติของผู้ปกครอง ต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก

ความสำคัญของการวิจัย

การทำวิจัยครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ปกครองเด็กและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ที่จะทำให้ได้รับประโยชน์ ดังนี้

1. ได้ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจและการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของเด็กในภาวะปัจจุบัน

2. ได้รู้ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อระดับทักษะด้านความรู้ความเข้าใจและการปฏิบัติของผู้ปกครอง เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก
3. ได้ความรู้ที่จะเสนอแนะแนวทางในการเลี้ยงดูบุตรของผู้ปกครองในปัจจุบัน
4. ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานด้านการศึกษา สาธารณสุข ที่รับผิดชอบในการเผยแพร่ความรู้ข้อมูลข่าวสารสู่ผู้ปกครองได้ถูกกลุ่มเป้าหมาย และถูกหลักวิชาการ

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรกลุ่มเป้าหมาย ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ปกครองเด็กระดับชั้นอนุบาล โรงเรียนสาธิต อนุบาลละอออุทิศ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต จำนวนทั้งสิ้น 813 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็น ผู้ปกครอง เด็กระดับชั้นอนุบาล อายุระหว่าง 3 – 6 ปี จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 32 ของประชากรกลุ่มเป้าหมาย

ตัวแปรที่จะศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent variable) ได้แก่
 - 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ปกครอง โดยแบ่งเป็นรายละเอียดตัวแปรสำคัญได้แก่
 - 1.1.1 เพศ
 - หญิง
 - ชาย
 - 1.1.2 อายุ
 - ต่ำกว่า 30 ปี
 - 30 - 40 ปี
 - 41 ปีขึ้นไป
 - 1.1.3 ระดับการศึกษาสูงสุด
 - ต่ำกว่าปริญญาตรี
 - ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
 - สูงกว่าปริญญาตรี
 - 1.1.4 อาชีพ
 - พนักงานบริษัทเอกชน
 - รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ เจ้าหน้าที่ของรัฐอื่น ๆ
 - ค้าขาย/ทำงานอิสระ

1.1.5 รายได้ของผู้ปกครองต่อเดือน

- ต่ำกว่า 15,000 บาท
- 15,000 – 20,000 บาท
- มากกว่า 20,000 บาท ขึ้นไป

1.1.6 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากสื่อต่าง ๆ

- หนังสือ/เอกสาร
- โทรศัพท์วิทยุ/อินเทอร์เน็ต / e-mail
- บุคคล

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ทักษะของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ได้แก่

2.1 ความรู้ ความเข้าใจ ต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก

2.2 การปฏิบัติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ผู้ปกครอง หมายถึง บิดาและมารดาของเด็ก ซึ่งทำหน้าที่ดูแลเลี้ยงดูเด็กโดยตรง
2. เด็กปฐมวัย หมายถึง เด็กอนุบาลระหว่าง 3 – 6 ปี ที่กำลังเรียนอยู่ในชั้นอนุบาลของโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

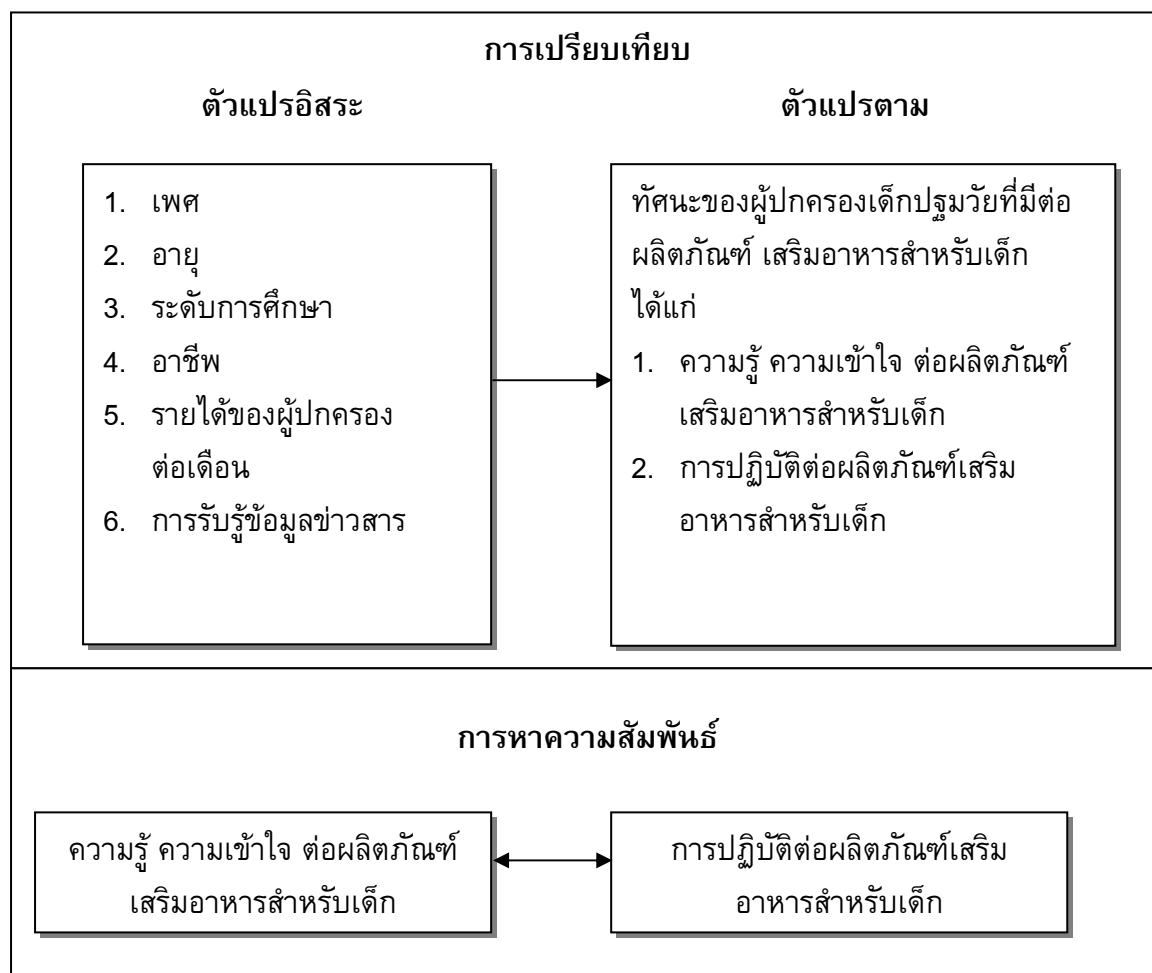
3. ทักษะของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจและการกระทำ ที่ผู้ปกครองเด็กปฐมวัยแสดงออกต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ซึ่งได้แก่ผลิตภัณฑ์ที่ใช้รับประทานโดยตรงนอกเหนือจากการรับประทานอาหารหลักตามปกติ และมีจุดมุ่งหมายสำหรับเด็กอายุ 2 - 6 ปี โดยจำแนกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กออกเป็น กลุ่มสกัดจากพืช กลุ่มสกัดจากสัตว์ กลุ่มน้ำมันและไขมัน กลุ่มโปรตีนวิตามินและเกลือแร่ และกลุ่มอื่นๆ ที่มีสรรพคุณบำรุงสุขภาพ โดยผู้วิจัยจะเน้นศึกษา 2 ด้าน คือ

3.1 ความรู้ความเข้าใจต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กของผู้ปกครอง หมายถึง การมีพฤติกรรมเกี่ยวกับการรับรู้ การจดจำข้อเท็จจริง เกี่ยวกับลักษณะ ประโยชน์ และวิธีการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก

3.2 การปฏิบัติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกมาในสถานการณ์หนึ่งๆ โดยเฉพาะการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย เรื่องทักษะของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลผลิตภัณฑเสริมอาหารสำหรับเด็ก ผู้ศึกษามีกรอบแนวคิดในการศึกษาดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ปกครองเด็กปฐมวัยโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ของผู้ปกครอง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างกัน จะมีความรู้ ความเข้าใจต่อผลผลิตภัณฑเสริมอาหารสำหรับเด็กแตกต่างกัน
2. ผู้ปกครองเด็กปฐมวัยโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ของผู้ปกครอง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างกัน จะมีการปฏิบัติต่อผลผลิตภัณฑเสริมอาหารสำหรับเด็กแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเรื่อง “ทักษะของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ” ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นกรอบแนวทางในการศึกษาโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
 - 1.1 ความหมายของทัศนคติ
 - 1.2 องค์ประกอบของทัศนคติ
 - 1.3 การเกิดทัศนคติ
 - 1.4 การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ
 - 1.5 กระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ
 - 1.6 เทคนิคการวัดทัศนคติ
 - 1.7 ประโยชน์ของการวัดทัศนคติ
 - 1.8 แนวคิดเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมของการซื้อสินค้า
2. แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก
 - 2.1 ความหมายของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก
 - 2.2 ชนิดของอาหารหลัก
 - 2.3 ชนิดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
 - 2.4 ความเชื่อเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
 - 2.5 ข้อดี ข้อเสีย เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
 - 2.6 ความสำคัญของอาหารที่มีต่อเด็กก่อนวัยเรียน
 - 2.7 ความต้องการสารอาหารของเด็กก่อนวัยเรียน
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

1.1 ความหมายของทัศนคติ

คำว่าทัศนคติมีผู้ให้ความหมายไว้ดังต่อไปนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้ให้ความหมายของคำว่า “ทัศนคติ” หมายถึง แนวความคิดเห็น

สุชา จันทรเฒ (2540: 80) ให้ความหมายว่า “ทัศนคติ” หมายถึงความรู้สึกหรือท่าทีของบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของ หรือสถานการณ์ต่างๆ ความรู้สึกหรือท่าทีนี้จะนำไปในทำนองพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้ ทัศนคตินี้ไม่ได้ติดตัวมาแต่กำเนิด แต่จะเกิดจากประสบการณ์และการเรียนรู้ของบุคคล ด้วยเหตุนี้ทัศนคติจึงอาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาและการเปลี่ยนแปลงนี้จะขึ้นอยู่กับการเรียนรู้และประสบการณ์ใหม่ที่บุคคลได้รับเพิ่มขึ้น การเปลี่ยนแปลงจะเร็วหรือช้าขึ้นอยู่กับความเข้มข้นของทัศนคติและประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับ

ปณิดา ทัพเวช (2547: 9) ได้สรุปไว้ว่า “ทัศนคติ” เป็นความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อวัตถุ คน หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ซึ่งความรู้สึกนั้นจะส่งผลต่อพฤติกรรมที่บุคคลจะแสดงออกต่อสิ่งนั้น ทัศนคติเป็นเรื่องของจิตใจ ความเชื่อ ท่าที ความรู้สึก และความโน้มเอียงของบุคคล ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะมีผลทำให้แสดงพฤติกรรมออกมา

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 106 อ้างอิงจาก สมหมาย อภิจันทร์คุณากร 2546 : 9) คำว่า Attitude ภาษาไทยมีคำหลายคำ เช่น ทัศนคติ เจตคติ ท่าที ทัศนะ แต่ในความหมายของศัพท์คือความพร้อมที่จะปฏิบัติ (Readiness to act) ถ้าเรามีความรู้สึกหรือทัศนคติในเชิงบวก เราย่อมปฏิบัติออกมาในเชิงบวก แต่ถ้าเรามีความรู้สึกในเชิงลบเราก็ปฏิบัติออกมาทางลบทัศนคติจึงมีลักษณะ

ทัศนคติเชิงบวก (Positive attitude) การปฏิบัติออกมาในทางบวก (Act positive)

ทัศนคติเชิงลบ (Negative attitude) การปฏิบัติออกมาในทางลบ (Act negative)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (อ้างอิงจาก ปณิดา ทัพเวช 2547 น.10) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ทัศนคติคือความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือความโน้มเอียงที่จะเกิดจากการเรียนรู้ ความรู้สึกเอนเอียงของจิตใจ ที่มีต่อประสบการณ์ที่คนเราได้รับ อาจมากหรือน้อยก็ได้ ทัศนคติแสดงออกได้ทางพฤติกรรม ซึ่งแบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ แสดงออกในลักษณะพึงพอใจ เห็นด้วยหรือชอบ กับแสดงออกในทางไม่พอใจ นำเบื้อหน่าย หรือยากหนี้ยให้ไกลสิ่งเหล่านั้น อย่างไรก็ตาม ถ้าจะแบ่งไปถึงรายละเอียด ก็จะมีทัศนคติอีกแบบหนึ่งคือรู้สึกเฉยๆ ไม่ถึงกับชอบหรือไม่ชอบ เรียกทัศนคติแบบกลาง ในทางพุทธศาสนา ก็ได้จัดแบ่งพฤติกรรมของคนออกเป็น 3 ลักษณะเช่นกัน คือกระทำดี (กุศลธรรม) กระทำไม่ดี (อกุศลธรรม) และกลางๆ ไม่ชัดด้านใดด้านหนึ่งชัดเจน (อัปยาคตธรรม) ซึ่งลักษณะพฤติกรรมทั้ง 3 นี้ น่าจะอธิบายทัศนคติของมนุษย์ได้เช่นกัน

จากคำที่นิยามต่าง ๆ ที่กล่าวมา พอที่จะสรุปได้ว่าจากคำนิยามต่าง ๆ ที่กล่าวมา พอที่จะสรุปได้ว่า ทศนคติ หมายถึง การรับรู้ ความรู้สึก ทำที่ และการกระทำ ที่บุคคลแสดงออกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจจะแสดงออกมาในเชิงการรับรู้ การความคิดเห็น หรือทำที่ หรือมีการปฏิบัติต่อสิ่งนั้นๆ โดยพฤติกรรมนั้น เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในคือการเรียนรู้และประสบการณ์ กับปัจจัยภายนอกคือสภาพแวดล้อม และบริบทที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษา จะใช้เป็นกรอบในการศึกษาคำว่า ทศนะ โดยเน้นถึง ความหมาย 2 ลักษณะ ได้แก่

1. การรับรู้และความเข้าใจต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ของผู้ปกครอง
2. การปฏิบัติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก

1.2 องค์ประกอบของทศนคติ

ตามแนวคิดของชิฟแมน (Schifman) และ คานุก (Kanuk) (ปนิดา ทัพเวช 2547: 11; อ้างอิงจาก Schifman and Kanuk. nd) ทศนคติและการปฏิบัติ มีองค์ประกอบ 3 ส่วนสำคัญคือ

1. ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive component) หมายถึง ส่วนของโมเดล องค์ประกอบซึ่งแสดงถึงความรู้ หรือข้อมูล การรับรู้ และความเชื่อถือ ซึ่งบุคคลมีต่อความคิดหรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด ส่วนของความเข้าใจเป็นส่วนประกอบแรกซึ่งก็คือความรู้และการรับรู้ที่ได้รับจากประสบการณ์ โดยตรงต่อทศนคติและข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหลายแหล่งข้อมูล ซึ่งความรู้และผลกระทบต่อการรับรู้นี้จะกำหนดความเชื่อถือ ซึ่งหมายถึง สภาพด้านจิตใจซึ่งสะท้อนความรู้เฉพาะอย่างของบุคคลและมีการประเมินเกี่ยวกับความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

2. ส่วนของความรู้สึก (Affective component) ส่วนของโมเดลองค์ประกอบซึ่งสะท้อนถึงอารมณ์ หรือความรู้สึก หรือความพึงพอใจ ของบุคคลที่มีต่อความคิดหรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด

3. ส่วนของพฤติกรรม (Behavior component) ส่วนของโมเดลองค์ประกอบซึ่งสะท้อนถึงความน่าจะเป็นหรือแนวโน้มที่จะเกิดพฤติกรรมของบุคคล ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งต่อทศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ส่วนประกอบดังกล่าวเป็นส่วนประกอบพื้นฐานของทศนคติ ซึ่งจะเกิดขึ้นอยู่ในตัวแต่ละบุคคล การเปลี่ยนแปลงทศนคติ จะต้องมีการกระตุ้นจากภายนอกอาจเป็นแหล่งข่าว สภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ

1.3 การเกิดทศนคติ

ทศนคติแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลาย ๆ อย่าง

ในทางพุทธศาสนา พระธรรมปิฎก (2536: 5) กล่าวถึงทศนคติของมนุษย์แสดงออกได้แตกต่างกัน อันเนื่องมาจากเหตุสำคัญคือ เหตุภายนอก ได้แก่ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร หรือปัจจัยแวดล้อมกำหนด (ปรโตโฆสะ) และการเรียนรู้ ตรัสตรอง พิจารณา สัมผัสประสบการณ์ด้วยตนเอง (โยนิโสมนสิการ) ซึ่ง 2 สาเหตุทำให้มนุษย์คิดเห็นหรือแสดงพฤติกรรมออกมาแตกต่างกัน

ธัญรดา กาญจนกิจ (อ้างอิงจาก ปณิศา ทัพเวช. 2547: 36) ทศนคติแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับปัจจัยหลาย ๆ อย่างในการดำรงชีวิตของแต่ละบุคคล ซึ่งการแสดงพฤติกรรมหรือทศนคตินั้นเกิดจากแหล่งต่างๆ ที่สำคัญ ดังนี้

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เกิดพฤติกรรมต่อสิ่งนั้นไปตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน
2. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication) การได้ติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น จะทำให้รับรู้ข่าวสารต่างๆ จากผู้อื่น ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมหรือทศนคติได้
3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Model) การเลียนแบบผู้อื่น ทำให้เกิดพฤติกรรมขึ้นได้โดยชั้นแรกเมื่อมีเหตุการณ์บางอย่าง บุคคลนั้นจะสังเกตว่าบุคคลอื่นปฏิบัติอย่างไร ชั้นต่อไปบุคคลนั้นจะแปลความหมายของการปฏิบัติในรูปของทศนคติ
4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institution Factors) ทศนคติหลายอย่างของบุคคล เกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น ครอบครัว โรงเรียน หรือหน่วยงาน เป็นต้น สถาบันเหล่านี้เป็นแหล่งที่มาและช่วยสนับสนุนให้เกิดทศนคติและการปฏิบัติได้

กล่าวโดยสรุป การเกิดทศนคติจะมีมูลเหตุสำคัญ 2 ประการ คือ

1. ทศนคติที่เกิดจากประสบการณ์ที่บุคคลมีต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ ทศนคติของบุคคล เกิดจากประสบการณ์ทั้งในทางตรงและประสบการณ์ในทางอ้อม ที่บุคคลมีต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ ได้แก่ สิ่งของ บุคคล กลุ่มสังคม เรื่องราว สถานการณ์ ประสบการณ์ต่างๆ ได้แก่ การได้พบ ได้เห็น ได้ปฏิบัติด้วยตนเอง ต่อสิ่งเร้าเหล่านั้น ประสบการณ์ทางอ้อมได้แก่ การได้ยิน การได้ฟัง ได้อ่าน ได้ดูรูปเกี่ยวกับสิ่งเร้าดังกล่าว ทั้งประสบการณ์ทางตรงและทางอ้อม ต่างทำให้บุคคลเกิดมีพฤติกรรมหรือทศนคติได้ทั้งสิ้น หากบุคคลไม่เคยมีประสบการณ์ไม่ว่าเป็นประสบการณ์ทางตรงหรือทางอ้อมต่อสิ่งเร้าใดแล้ว บุคคลก็จะไม่มีการแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งนั้น
2. ทศนคติที่เกิดจากระบบความเชื่อ ค่านิยมที่แตกต่าง โดยในทุกสังคม กลุ่มชน จะมีค่านิยมและการตัดสินใจค่านิยมไม่เหมือนกัน การแสดงออกซึ่งทศนคติและการปฏิบัติของแต่ละกลุ่มชนต่อสิ่งเดียวกันอาจ ไม่เหมือนกันก็ได้ การที่บุคคลจะมีพฤติกรรมดีหรือไม่ดีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด จึงขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม ความเชื่อ หรือมาตรฐานของกลุ่มคนนั้นด้วยเช่นกัน

1.4 การเปลี่ยนแปลงทศนคติ

แสงเดือน ทวีสิน (2545: 71) ได้สรุปถึงทศนคติเป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ แต่จะต้องอาศัยเวลาพอสมควร ทั้งนี้เพราะในการสร้างทศนคติแต่ละเรื่อง ส่วนใหญ่ต้องใช้เวลาในการสั่งสมอยู่นานพอสมควร ดังนั้นในการที่จะเปลี่ยนแปลงจึงต้องอาศัยเวลาเช่นนั้น หลักที่สามารถใช้ได้ในการเปลี่ยนแปลงทศนคติของบุคคล มีดังนี้

1. สร้างตัวเลียนแบบ (Identification Figure) ที่เหมาะสมให้กับผู้ที่เราต้องการจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการปฏิบัติ ลักษณะที่สำคัญของตัวเลียนแบบ เช่น

- ต้องเป็นบุคคลที่ผู้เลียนแบบสามารถพึ่งพาอาศัยได้
- ต้องเป็นบุคคลที่สำคัญในชีวิตของผู้เลียนแบบ
- ต้องเป็นบุคคลที่ผู้เลียนแบบยกย่อง เชื่อถือ
- ต้องเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง มีศักดิ์ศรี มีบารมีพอที่จะทำให้ผู้เลียนแบบเชื่อถือได้
- ต้องเป็นบุคคลที่มีความอบอุ่น มีลักษณะเป็นกันเอง และมีความเข้าใจกัน

2. ใช้วิธีการพูดคุยหรือการสื่อสาร (Communication) เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และการปฏิบัติ นักจิตวิทยาได้อธิบายว่าการพูดคุยเพื่อเปลี่ยนแปลงนั้นมีได้ 2 วิธี คือ

- การพูดคุยโดยอ้างเหตุผล (Logical Argument) การพูดคุยชักจูงเพื่อเปลี่ยนความเชื่อ หรือพฤติกรรมของบุคคลวิธีนี้ จะต้องเป็นการพูดโดยเสนอข้อเท็จจริงทั้งในส่วนดีและไม่ดี เพื่อให้ผู้เลียนแบบใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจเลือกด้วยตนเอง

- การพูดเร้าอารมณ์ (Emotion Appeal) การพูดในลักษณะนี้ มักจะพูดโดยเน้นเพียงด้านเดียวและพยายามเสนอข้อเท็จจริงทั้งในส่วนดีและไม่ดี เพื่อให้ผู้เลียนแบบใช้เป็นข้อมูลสร้างทัศนคติแต่ละเรื่องส่วนใหญ่แล้วต้องใช้เวลาในการสั่งสมอยู่นานพอสมควร ดังนั้นในการที่จะเปลี่ยนจึงต้องอาศัยเวลาเช่นกัน

กล่าวโดยสรุป การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ สามารถเปลี่ยนได้ ทั้งจากภายใน และภายนอก ภายใน คือ เกิดจากการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ การสรุป ไตร่ตรองด้วยตนเอง และจากภายนอก คือ การมีต้นแบบที่ดี หรือ มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม และเอื้ออำนวยให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ในตัวบุคคล

1.5 กระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

กระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ มีผู้ที่ศึกษาไว้ดังนี้

ทวนรอน อิมสมบอร์น (2528: 21-32) ได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของคน ไว้ว่าขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการ คือ

1. ปัจจัยแนวโน้ม (Predisposing Factor) เป็นผลที่มาจากการเรียนรู้ของแต่ละคน ซึ่งจะอยู่ในลักษณะความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อ ค่านิยม และเจตคติ การเปลี่ยนแปลงปัจจัยโน้มนี้ให้อยู่ในระดับที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคตินั้น ต้องอาศัยประสบการณ์ การเรียนรู้ที่ต่อเนื่องกันมาก ซึ่งอาจจะได้มาจากสภาพแวดล้อมในครอบครัว หรือจากสิ่งแวดล้อมทั่วไป

2. ปัจจัยสนับสนุน (Enabling Factor) ได้แก่สภาพแวดล้อมและกิจกรรมต่างๆ ที่เอื้ออำนวยให้แต่ละบุคคล ได้มีโอกาสให้กระทำเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างพอเพียง เหมาะสม และต่อเนื่อง จนกระทั่งเกิดการพัฒนาเป็นพฤติกรรมอย่างถาวร เช่น การจัดให้นักเรียนมีส่วนร่วมในการโครงการดูแลสุขภาพ เป็นต้น

3. ปัจจัยเสริมสร้าง (Reinforcing Factor) ได้แก่ ตัวบุคคลในครอบครัว ในโรงเรียน และสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการแนะนำ ชักจูง โดยใช้การตัดสินใจของตนเอง ที่ได้รับแรงโน้มน้าว และกำลังสนับสนุนจากปัจจัยต่างๆ

1.6 เทคนิคการวัดทัศนคติ

ในการสร้างเครื่องมือวัดทัศนคตินั้น สามารถทำได้หลายวิธีดังนี้

1. วิธีของเฮอร์สโตน ได้ใช้วัดทัศนคติของบุคคล โดยอาศัยกฎแห่งการเปรียบเทียบเพื่อตัดสินใจ (Law of Comparative Judgement) คือให้ผู้ตอบตัดสินข้อความที่แสดงถึงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่าเห็นด้วย (Accepted) หรือไม่เห็นด้วย (Rejected) ในข้อความเหล่านั้นอย่างน้อยเพียงใด โดยให้กลุ่มผู้ตัดสินใจพิจารณาว่าข้อความที่เสนอนั้นควรจะอยู่ตรงไหนเมื่อแบ่ง ความคิดเห็นทั้งหมดตั้งแต่เห็นด้วยมากที่สุดไปจนถึงไม่เห็นด้วยมากที่สุดออกเป็น 11 กลุ่ม เท่า ๆ กัน เมื่อกลุ่มผู้ตัดสินใจได้พิจารณาตัดสินหมดทุกข้อความแล้ว ก็นำแต่ละค่ามาหาค่าสเกล (Scale Value) นั่นคือหาตำแหน่งมัธยฐานของแต่ละสเกลสำหรับวัดทัศนคติต่อไป

2. วิธีของลิเคอร์ท เป็นวิธีการวัดทัศนคติโดยการนำเอาข้อความที่จะใช้วัดทัศนคติไปให้ผู้ตอบลงความเห็นว่ามีความรู้สึกต่อข้อความเหล่านั้นอย่างไรบ้าง เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วยไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง แล้วมีการกำหนดคะแนนให้อาจเป็น 5,4,3,2 หรือ 1 ตามลำดับ หากเป็นข้อความในทางบวก (Positive Statement) และอาจเป็น 1,2,3,4 หรือตามลำดับ หากเป็นข้อความในทางลบ (Negative Statement) จากนั้นนำข้อความทั้งหมดไปวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนก (Item Analysis) โดยเลือกข้อความที่สามารถจำแนกกลุ่มที่มีทัศนคติที่ดีและทัศนคติที่ไม่ดีเพื่อนำไปใช้วัดทัศนคติต่อไป

3. วิธีวัดทัศนคติโดยใช้ความหมายทางภาษา ซึ่งใช้วิธีนี้เพื่อวัดความหมายของมโนทัศน์ (Concept) ในรูปความหมายของคำคุณศัพท์ (Adjectives) โดยให้บุคคลทำเครื่องหมายแสดงความคิดเห็นลงในสเกลซึ่งอยู่ระหว่างคำคุณศัพท์ มีความหมายตรงข้ามกับคู่หนึ่ง ๆ เช่น ดี-ไม่ดี ชอบ-ไม่ชอบ ฯลฯ ผู้ตอบจะต้องพิจารณาว่ามโนทัศน์ที่ตนเห็น มีความหมายสอดคล้องกับคุณศัพท์ในแต่ละสเกลอย่างไร มากน้อยแค่ไหน แล้วรอกความเห็นลงในสเกล

1.7 ประโยชน์ของการวัดทัศนคติ

ชัยยงค์ ขามรัตน์ (อ้างอิงจาก ปนิตา ทัพเวช. 2547: 17-18) ได้สรุปไว้ว่าประโยชน์ของการวัดทัศนคติดังนี้

1. วัดเพื่อทำนายพฤติกรรม เนื่องด้วยเจตคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดของบุคคล ย่อมเป็นเครื่องแสดงว่าเขามีความรู้สึกทางด้านที่ดีหรือไม่ดีเกี่ยวกับสิ่งนั้นอย่างน้อยเพียงใด และเขามีความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบสิ่งนั้นเพียงใด ฉะนั้นการทราบทัศนคติของบุคคลย่อมช่วยให้สามารถทำนายการกระทำของบุคคลนั้นได้ แม้จะไม่ถูกต้องเสมอไปก็ตาม

2. วัดเพื่อหาทางป้องกัน โดยทั่วไปการที่บุคคลจะมีทัศนคติต่อสิ่งใดอย่างนั้น เป็นสิทธิของเขา แต่การอยู่ด้วยกันด้วยความสงบสุขของสังคม ย่อมจะเป็นไปได้เมื่อพลเมืองมีทัศนคติต่าง ๆ คล้ายคลึงกัน ซึ่งจะเป็นแนวทางให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกันและไม่เกิดความแตกแยกในสังคม

3. วัดเพื่อหาทางแก้ไข ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งอาจแตกต่างกัน แต่ในบางเรื่องจำเป็นต้องได้รับความคิดเห็นและทัศนคติที่สอดคล้องกันเพื่อป้องกันปัญหาข้อขัดแย้งในเรื่องต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น ทัศนคติของนักศึกษาวิทยาลัยพลศึกษาที่มีต่อการบริหารของวิทยาลัย จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทราบทัศนคติไปในทางเดียวกัน หรือไปในทิศทางที่ถูกต้องตามกฎหมายของวิทยาลัยที่ตั้งไว้

4. วัดเพื่อเข้าใจสาเหตุและผล ทัศนคติเปรียบเสมือนสาเหตุภายในที่ผลักดันให้บุคคลกระทำในสิ่งต่าง ๆ กัน และสาเหตุภายในหรือทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคลนี้อาจได้รับผลกระทบมาจากสาเหตุภายนอกอีกส่วนหนึ่ง ฉะนั้นการจะเข้าใจอิทธิพลของสาเหตุภายนอกที่มีต่อการกระทำของบุคคลต่าง ๆ ต่อสาเหตุภายในนั้นด้วย

1.8 แนวคิดเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมของการซื้อสินค้า

ทัศนคติและพฤติกรรม คือสิ่งที่มนุษย์แสดงออกหรือกระทำออกมาทั้งโดยทางวาจา ร่างกาย และความรู้สึกนึกคิด พฤติกรรมเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย พฤติกรรมของมนุษย์จะถูกจูงใจด้วยความต้องการเพื่อบรรลุถึงเป้าหมายบางอย่าง แต่บางครั้งเหตุผลของการกระทำไม่ได้อยู่ในจิตใต้สำนึกตลอดไป กิจกรรมเกิดจากเป้าหมายและแรงจูงใจโดยที่ความต้องการที่รุนแรงมากจะก่อให้เกิดพฤติกรรมขึ้นมา ทัศนคติและพฤติกรรมต่างก็มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันเสมอ โดยปกติทัศนคติจะมีผลต่อการแสดงพฤติกรรมของบุคคล และการแสดงออกของบุคคลนั้นก็จะมีผลต่อทัศนคติของคนนั้นด้วย สาเหตุเป็นเพราะว่าทัศนคติเกิดจากความรู้สึกนึกคิดและความต้องการที่จะปฏิบัติดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

คณะกรรมการกลุ่มผลิตชุดวิชาพฤติกรรมผู้บริโภคของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2542: 155-156) กล่าวถึงองค์ประกอบของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ 3 ประการด้วยกัน คือ

1. องค์ประกอบทางความคิดหรือการรับรู้ (Cognitive or Perceptual Component) องค์ประกอบนี้ ประกอบไปด้วยเรื่องของความเชื่อ ความรู้ และความคิดเห็นเกี่ยวกับวัตถุอื่น ๆ ซึ่งเกิดขึ้นโดยมีพื้นฐานมาจากการรับรู้ในข้อมูลต่าง ๆ ที่แต่ละบุคคลได้มาจากการประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ข้อมูลที่ว่านี้อาจจะแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือข้อมูลที่บอกว่ามีวัตถุนั้น ๆ อยู่หรือมีวัตถุนั้น ๆ เกิดขึ้น และข้อมูลลักษณะที่สองคือ ข้อมูลเกี่ยวกับแง่มุมบางอย่างที่เฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับวัตถุหรือตราสินค้า ที่บุคคลได้รับข้อมูลมาว่าเป็นอย่างไร จะเห็นได้ว่ามีเรื่องของ การรับรู้ของบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้อง ทำให้การประเมินความเชื่อถือในวัตถุเดียวกันอาจแตกต่างกันได้ในแต่ละบุคคล

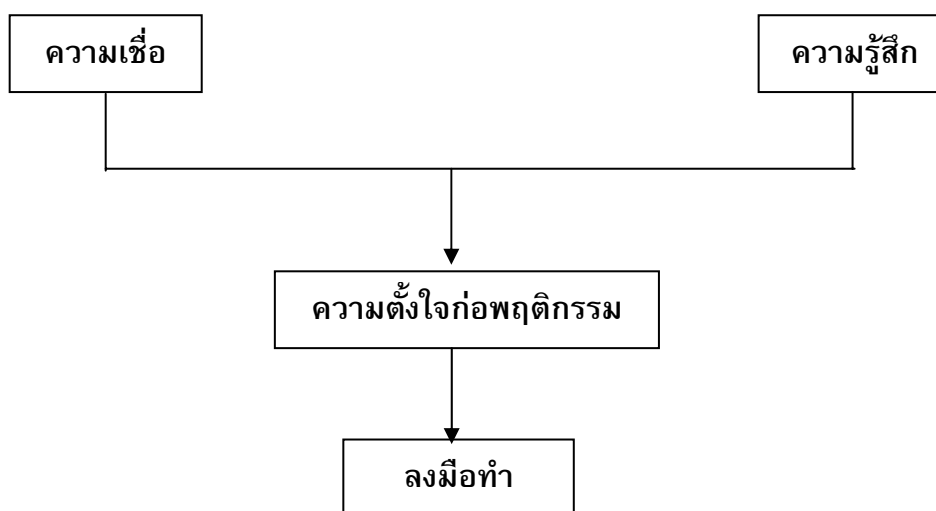
2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) คือความรู้สึกโดยรวมในเรื่องของความชอบและอารมณ์ที่มีต่อวัตถุนั้นๆ ซึ่งองค์ประกอบนี้เป็นเรื่องของการประเมินวัตถุนั้น ๆ ออกมาเป็นความรู้สึก ซึ่งความรู้สึกนี้อาจพัฒนามาจากข้อมูลของความรู้หรือความเชื่อในตัวสินค้าก็ได้ หรือมันอาจเกิดมาจากผลของการประเมิน ในคุณสมบัติหลาย ๆ คุณสมบัติของสินค้าก็ได้ หรืออาจจะไม่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบทางด้านความรู้ ความเชื่อเลยก็ได้ เรื่องของความรู้สึกนั้นขึ้นอยู่กับบุคคลและสถานการณ์ด้วย เพราะการประเมินในตัวสินค้าก็ขึ้นกับสถานการณ์ที่ต่างกัน ดังนั้นความรู้สึกที่มีต่อสินค้าอาจแปรเปลี่ยนไปตามสถานการณ์

บุคคลต่างกันอาจจะประเมินความเชื่อและออกมาเป็นความรู้สึกต่างกันขึ้นกับแรงจูงใจ บุคลิกภาพ ประสบการณ์ในอดีต กลุ่มอ้างอิง และเงื่อนไขอื่น ๆ ของแต่ละบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมต่างก็ทำให้การประเมินนั้น ๆ ต่างกันด้วย

3. องค์ประกอบทางด้านการกระทำ (Behavioral Component) คือความโน้มเอียงที่จะเกิดพฤติกรรมหรือความตั้งใจที่จะเกิดพฤติกรรม หรือผลของความรู้สึกที่มีต่อวัตถุ ทำให้เกิดการวางแผนว่าจะทำอะไรต่อวัตถุนั้น ๆ ในแง่ของนักการตลาด องค์ประกอบนี้ก็คือ ความตั้งใจหรือความโน้มเอียงที่จะซื้อผลิตภัณฑ์นั่นเอง

ความสัมพันธ์ระหว่าง 3 องค์ประกอบ คือ ความคิด ความรู้สึกและการกระทำจะเกิดขึ้นในลักษณะที่ว่าบุคคลวางแผนที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ตราสินค้านั้น เป็นเพราะบุคคลนั้นมีความรู้สึกที่ดีต่อตราสินค้านั้น ซึ่งความรู้สึกที่ดีเกิดขึ้นเพราะข้อมูลที่บุคคลนั้นมีต่อตราสินค้านั้น แต่ละองค์ประกอบจะมีอิทธิพลซึ่งกันและกัน ถ้าองค์ประกอบหนึ่งเปลี่ยนจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนในองค์ประกอบอื่น ๆ ด้วย ดังนั้น ผู้ผลิตหรือผู้ขายสินค้าจึงพยายามใช้สิ่งเร้าอื่นๆ เข้าไปในตัวผู้บริโภคเพื่อเป็นการสร้างอิทธิพลให้มีความเชื่อ และความรู้สึกเกี่ยวกับสินค้า เพื่อก่อให้เกิดแนวโน้มที่จะซื้อ มา แต่อย่างไรก็ตามอาจมีบางเวลา บางสถานการณ์ ที่ความสัมพันธ์ของทั้ง 3 องค์ประกอบไม่ได้เกิดขึ้นในลักษณะดังขั้นตอนที่ว่ามันจะต่อเนื่องไป หรือบางครั้งก็ไม่มีผลสอดคล้องกันเกิดขึ้น เนื่องจากมีตัวแปรบางตัวเข้ามาเกี่ยวข้องที่ทำให้ความคงที่ หรือความสอดคล้องเปลี่ยนแปลงไป ทำให้ไม่เกิดขึ้นตอนที่เป็นลักษณะจากความคิด ความรู้สึกมาจบที่การลงมือทำ เช่น ผู้บริโภคขาดความต้องการในตัวสินค้า ผู้บริโภคไม่สามารถซื้อสินค้าได้ เพราะไม่มีเวลาไม่มีเงินมากพอ เป็นต้น ทำให้เมื่อเกิดความชอบแล้วแต่ไม่ได้ซื้อสินค้านั้น ๆ มาใช้

กล่าวโดยสรุป องค์ประกอบของพฤติกรรม จะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ทั้งนี้เพราะข้อมูลมีผลต่อความเชื่อและการรับรู้ ทำให้เกิดความรู้สึกต่อสิ่งนั้น ๆ เมื่อเกิดความรู้สึกอย่างไร ก็จะแสดงพฤติกรรมออกมา ดังภาพ



ภาพประกอบ 2 องค์ประกอบของพฤติกรรม

กฤษณ์ เวชสาร (2542: 96-97) กล่าวว่าองค์ประกอบทั้งสามของทัศนคติเป็นองค์ประกอบที่ไม่ได้อยู่ลอยๆ แต่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน ซึ่งนำไปสู่พฤติกรรมในที่สุด อย่างไรก็ตาม การสรุปว่าทัศนคติจะนำไปสู่พฤติกรรมทุกครั้งนั้นไม่ใช่สิ่งที่จำเป็นเสมอไป จากผลงานวิจัยด้านทัศนคติของนักวิชาการหลายท่านให้ข้อสรุปได้อย่างหนึ่งว่า ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมนั้นไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นตรงไปตรงมา การตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก อย่างไรก็ตามทัศนคติเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์ต่อการแสดงออกของมนุษย์ ถึงแม้ว่าอาจจะไม่ใช่สิ่งที่มีอิทธิพลสูงสุดในสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เช่น ผู้บริโภคคนหนึ่งมีทัศนคติชื่นชอบรถยนต์ยุโรปที่มีรูปลักษณ์หรูหรา และมีราคาสูงกว่ารถยนต์ทั่วไป แต่เนื่องจากข้อจำกัดด้านการเงิน จึงทำให้เขาไม่สามารถซื้อรถยนต์ยุโรปคันนั้นได้ รถยนต์ที่เขาซื้อจึงเป็นรถยนต์จากประเทศญี่ปุ่นที่มีราคาต่ำกว่า เป็นต้น

ทางด้านศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2540: 249) ได้กล่าวไว้ว่าพฤติกรรมสามารถถูกกระทำให้เกิดขึ้นได้โดยองค์ประกอบด้านสติปัญญา และองค์ประกอบด้านอารมณ์ ทำให้ผู้บริหารการตลาดสามารถสร้างสิ่งเร้าที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึก อารมณ์ เช่นการสร้างแผนการส่งเสริมการขายแบบพิเศษ การลดราคาสินค้าในระหว่างเทศกาล หรือกิจกรรมอื่นๆ ทางการตลาดที่จะทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกที่ดีต่อสินค้าหรือบริการนั้นๆ ผู้บริหารการตลาดอาจใช้การวิจัยทัศนคติผู้บริโภคเพื่อพยากรณ์ยอดขายในอนาคตได้ การวัดความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการของผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอทำให้ได้รับรู้ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการ เนื่องจากทัศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลสมัย การรักษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสินค้าและบริการเป็นการรักษาความซื่อสัตย์ (Loyalty) ต่อสินค้าและบริการของผู้บริโภค

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 106-107) พฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากทัศนคติ มีขั้นตอนดังนี้

ก. K=Knowledge เป็นการเกิดความรู้ เช่น ภาพยนตร์เรื่องนี้ฉายที่ใด เมื่อทราบแล้วขั้นตอนต่อไปของพฤติกรรมคือ

ข. A=Attitude เป็นการเกิดทัศนคติเมื่อเกิดความรู้ในขั้นต่อมาจะเกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบทราบแล้วชอบหรือไม่ ซึ่งความรู้ (Knowledge) และทัศนคติ (Attitude) จะส่งผลไปที่การกระทำ

ค. P=Practice เป็นการเกิดการกระทำ หลังจากที่เกิดความรู้และทัศนคติแล้ว ก็จะเกิดการกระทำ เช่น ไปซื้อตัวเพื่อดูภาพยนตร์ เป็นต้น

1. ทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง คำว่าสิ่งหนึ่ง (Object) ในความหมายของทัศนคติที่มุ่งสู่ผู้บริโภคจะสามารถตีความอย่างกว้างว่า ประกอบด้วยแนวความคิดการบริโภคเฉพาะอย่างหรือแนวความคิดที่สัมพันธ์กับการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ ชนิดของผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า บริการ ความเป็นเจ้าของ การใช้ผลิตภัณฑ์ การโฆษณา ราคา สื่อกลาง หรือผู้ค้าปลีก

2. ทัศนคติเป็นเรื่องของสิ่งสะสมในสมองที่ได้เรียนรู้มา (Attitudes are a learned predisposition) สิ่งที่สมองสะสมได้แก่ ความรู้ ความเชื่อ ค่านิยม มีการตกลงกันว่าทัศนคติมีการเรียนรู้ได้ ซึ่งหมายความว่าทัศนคติเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้ เป็นผลจากประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลอื่นและการเปิดรับจากสื่อมวลชน

3. ทัศนคติไม่เปลี่ยนแปลงมีแนวโน้มจะคงเส้นคงวา (Attitude have consistency) คือทัศนคติในทุก ๆ เรื่องมีความสอดคล้องกันเป็นไปในทางเดียวกัน และเมื่อใดก็ตามที่ทัศนคติเกิดความไม่สอดคล้องกันเขาจะเกิดความหงุดหงิด พฤติกรรมกับทัศนคติต้องสอดคล้องกันและมีผลต่อจิตใจมาก ลักษณะทัศนคติก็คือความสอดคล้องกับพฤติกรรมที่แสดงออก แม้ว่าจะมีแนวโน้มคงที่แต่ทัศนคติไม่จำเป็นต้องถาวรเสมอไป สามารถจะเปลี่ยนแปลงได้

4. ทัศนคติเกิดขึ้นภายใต้สภาวะแวดล้อม (Attitudes occur within a situation) ทัศนคติเกิดขึ้นภายใต้เหตุการณ์และสถานการณ์สิ่งแวดล้อมถูกกระทบโดยสถานการณ์ สถานการณ์ (Situation) หมายถึงเหตุการณ์หรือโอกาสซึ่งมักมีลักษณะเฉพาะด้านเวลา มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม สถานการณ์เฉพาะอย่างอาจเป็นสาเหตุทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติก็ได้

แหล่งอิทธิพลซึ่งมีผลต่อการกำหนดทัศนคติ (เสรี วงษ์มณฑา 2542: 108-110) การกำหนดทัศนคติต่อบุคคล สิ่งของ หรือความคิดใดความคิดหนึ่งนั้น ได้รับอิทธิพลจากสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

1. ประสบการณ์โดยตรงและประสบการณ์ในอดีต (Direct and past experience) ทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ จะได้รับอิทธิพลโดยตรงจากประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น การทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ตัวอย่างถือว่าเป็นประสบการณ์ตรงของผู้บริโภค ดังนั้นแม้ว่านักการตลาดจะใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดชี้ว่าผลิตภัณฑ์เยี่ยมยอดเท่าใดก็ตาม แต่เมื่อผู้บริโภคได้ทดลองใช้ด้วยตนเองแล้ว พบว่าผลิตภัณฑ์มีปัญหา ผู้บริโภคก็จะไม่ซื้อสินค้านั้นอีก

2. อิทธิพลจากครอบครัวและเพื่อน (Influence of family and friends) ครอบครัวและเพื่อนเป็นแหล่งสำคัญต่อการสร้างค่านิยมและความเชื่อถือของบุคคล ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า โดยเฉพาะในวัยเด็กและวัยรุ่น

3. การเจาะตลาดตรง (Direct Marketing) เป็นวิธีการซึ่งนักการตลาดใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดเจาะกลุ่มเป้าหมายส่วนเล็ก เพื่อให้เกิดการตอบสนองที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ เช่น การใช้จดหมายตรง โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น เครื่องมือนี้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถกำหนดกลยุทธ์ได้เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละบุคคล และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและเกิดผลกระทบ (Impact) ได้ดีกว่าการตลาดมวลชน

การเปิดรับต่อสื่อมวลชน (Exposure to mass media) สื่อมวลชนต่าง ๆ เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ สื่อเหล่านี้เป็นแหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดทัศนคติ

ปัจจัยที่ทำให้ทัศนคติไม่มั่นคง (เสรี วรชมนทนา 2542: 112-119)

1. เกิดความขัดแย้งในทัศนคติ (Conflict of attitudes) หมายถึง ทัศนคติที่มีอยู่ด้วยกันหลาย ๆ อย่างแล้วเกิดความขัดแย้งกัน

2. ทัศนคติเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ (The effect of the situation)

3. ทัศนคติไม่สามารถคงเส้นคงวาได้ เมื่อเราใส่ทัศนคติลงไปในสมองมากขึ้น (The multiplicity of attitudes)

4. เกิดจากการมีประสบการณ์ที่ร้ายแรงฝังใจ (Traumatic experience)

แหล่งข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภค (Information of consumer attitudes) (เสรี วรชมนทนา. 2542: 120-121) มีดังนี้

1. ความรู้ (Knowledge) ซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้จากการอ่าน การได้ยิน ได้ฟังข้อมูล ข่าวสาร การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ

2. ประสบการณ์ส่วนตัวของผู้บริโภค (Personal experience)

3. ทัศนคติที่เกิดจากอิทธิพลของผู้ทรงคุณวุฒิ (External authorities effect attitude formation)

4. ทัศนคติที่เกิดจากอิทธิพลของบุคคลอื่นที่มีความสำคัญกับชีวิต (Significance others effect attitude formation) เช่น บิดา มารดา บุตร ซึ่งทัศนคติที่เกิดจากปัจจัยข้อนี้จะเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงของอายุ เช่น ถ้าวัยรุ่นหนุ่มสาวบุคคลที่มีความสำคัญกับชีวิตคือ คู่รัก แต่ถ้าอยู่ในวัยผู้ใหญ่ บุคคลที่มีความสำคัญกับชีวิตอาจเป็นลูก เป็นต้น

5. การได้รับวัฒนธรรมของสังคมแต่ละสังคม (Cultural effects on attitude formation) แต่ละประเทศจะมีลักษณะของวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน การจัดระเบียบและการรวมตัวเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของทัศนคติ (Attitude Organization)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2540: 145-146) กล่าวถึงกระบวนการในการตัดสินใจซื้อสินค้า และงานของนักการตลาดในแต่ละขั้นตอนไว้ ดังนี้

1. การรับรู้ปัญหา การที่ผู้บริโภครู้จักปัญหา ซึ่งหมายถึง ผู้บริโภคทราบถึงความจำเป็นและความต้องการในสินค้า งานของนักการตลาดในขั้นนี้คือ ทำหน้าที่กระตุ้นความต้องการด้านสินค้า หรือบริการ ช่องทางการจำหน่าย หรือส่งเสริมการบริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้า

2. การค้นหาข้อมูล เมื่อผู้บริโภครับรู้ปัญหา นั่นคือ เกิดความต้องการในขั้นที่ 1 แล้วก็จะค้นหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ คือ

2.1 แหล่งบุคคล ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก

2.2 แหล่งการค้า ได้แก่ สื่อโฆษณา พนักงานขาย งานของนักการตลาด ในขั้นนี้คือ พยายามจัดหาข้อมูลข่าวสาร ให้ผ่านแหล่งการค้าและแหล่งบุคคลให้มีประสิทธิภาพและทั่วถึง

3. การประเมินทางเลือก การพิจารณาเลือกผลิตภัณฑ์หรือบริการ ผู้บริโภคจะพิจารณาโดยมีหลักเกณฑ์ คือ

3.1 คุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือบริการต่างๆ

3.2 การให้น้ำหนักความสำคัญ สำหรับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์หรือบริการ เช่น ราคาเหมาะสม คุณภาพสูง

3.3 ความเชื่อถือเกี่ยวกับตราสินค้า หรือภาพพจน์ ซึ่งความเชื่อถือนี้ จะมีอิทธิพลต่อการประเมินทางเลือก ในการตัดสินใจ

3.4 เปรียบเทียบระหว่างยี่ห้อต่างๆ งานของนักการตลาดในช่วงนี้ คือ การจัดส่วนผสมของการตลาดต่างๆ ให้เหมาะสมขึ้น

4. การตัดสินใจซื้อ การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ หรือการบริการ ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อสิ่งที่ตนเองชอบมากที่สุด และปฏิเสธที่จะซื้อสินค้าที่ตนเองไม่พอใจ

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจ หลังจากมีการซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้แล้ว ความรู้สึกนี้ จะขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของผู้บริโภค ถ้าผลิตภัณฑ์นั้น มีคุณสมบัติตรงตามที่คาดหวัง ก็จะทำให้เกิดผลในทางบวก คือ มีความพึงพอใจ และมีแนวโน้มที่จะซื้อซ้ำ แต่ถ้าผลผลิตไม่เป็นไปตามความต้องการ ต่ำกว่าความคาดหวัง ก็จะทำให้เกิดผลลบ นั่นคือ ไม่พอใจและมีแนวโน้มที่จะไม่ซื้อซ้ำค่อนข้างสูง

2. แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก (Dietary supplement Product)

2.1 ความหมายของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก

จากการศึกษาของ ดร. วินัย ตะห์ลิ้น; และคณะ (2545: 226) พบว่ามีคำศัพท์ที่ใกล้เคียงกับคำว่า “ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร” อยู่ 3 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 ได้แก่ Health Food, Food supplement, Dietary Supplement, Diet Integrator ทั้ง 4 คำนี้ หมายถึง ผลิตภัณฑ์เดียวกัน ซึ่งมีคุณสมบัติสำคัญคือ มีรูปลักษณะเหมือนยา เช่น เม็ด แคปซูล ผง มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการและบางทีก็กล่าวอ้างทางสรรพคุณในการรักษาสุขภาพ

กลุ่มที่ 2 คือ Functional food มีคุณสมบัติสำคัญคือมีรูปร่างเป็นอาหาร บริโภคลักษณะเดียวกับอาหาร แต่มีการกล่าวอ้างในการเสริมสุขภาพ

กลุ่มที่ 3 ได้แก่ nutraceutical เป็นคำศัพท์ใหม่ แต่ค่อนข้างมีความหมายทั้ง 2 ประเภทข้างต้น

นิยามศัพท์

กฎหมายสหรัฐอเมริกา ค.ศ.1994 (วินัย; และคณะ 2545: 226) ได้นิยาม คำว่า Dietary supplements หรือผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ไว้โดยย่อ ดังนี้

Dietary supplements are products taken by mouth that contain so called “dietary ingredients” and their label clearly states that it is a “dietary ingredient” The “dietary ingredient” in dietary supplements may include vitamins, minerals, herbs, amino acids, concentrates, metabolites, constituents, extracts or combination of these ingredients

ส่วนประเทศไทย มีการนิยามศัพท์นี้ไว้หลายคณะ บุคคล ซึ่งพอประมวลให้เห็น ดังนี้

คณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ได้บัญญัติศัพท์คำว่า “ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร” (food supplement) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่กินเพื่อเสริมอาหารหลักที่กินตามปกติ (หมอชาวบ้าน. 2540: 12) หรืออีกนิยามหนึ่ง หมายถึง อาหารหรือเครื่องดื่มน้ำที่บรรจุในรูปผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ทั้งชนิดที่เป็น เม็ด ผง หรือน้ำ รับประทานหรือดื่มเพื่อเป็นอาหารเสริมนอกเหนือจากอาหารหลัก เพื่อป้องกันดูแลสุขภาพ โดยผู้ใช้ส่วนมากเป็นผู้มีสุขภาพปกติไม่ใช่ผู้ป่วย

ส่วนมลศิริ วีโรทัย (2543: 122) ได้นิยามความหมายของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไว้ว่า “ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร” คือ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริโภคเสริมจากอาหารที่บริโภคปกติประจำวัน เพื่อให้ร่างกายมีสุขภาพดี ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอาจมีลักษณะคล้ายยา คือเป็นเม็ดหรือแคปซูล หรืออาจเป็นผงและใช้ชงน้ำบริโภค ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ได้แก่ วิตามิน เกลือแร่ เครื่องเทศ และสมุนไพร เป็นต้น

อนุรักษ์ เปื้องสูง (2545: 8) ได้นิยามความหมายของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ไว้หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่รับประทานโดยตรง มีอยู่ในรูปลักษณะเป็นเม็ด แคปซูล ผง เกร็ด และน้ำ หรือลักษณะอื่นๆ ที่มีจุดมุ่งหมายสำหรับบุคคลปกติทั่วไป ที่ต้องการสารบางชนิดเพิ่มเข้าไป นอกเหนือจากการ

รับประทานอาหารหลักตามปกติ โดยมุ่งหวังให้ผู้บริโภคได้รับสารบางชนิดเพิ่มขึ้น เพื่อประโยชน์ในการรับประทาน เพื่อเพิ่มเติม เพื่อการป้องกัน หรือเพื่อการบำบัดรักษาโรคแต่ละคน อันเนื่องมาจากสาเหตุที่ต่างกันตามวิถีชีวิต สภาพความเป็นอยู่และสภาพร่างกาย

ส่วนคณะแพทยศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2545) ได้ให้คำนิยามของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่กินเพื่อเสริมอาหารหลักที่เรากินตามปกติ โดยรูปแบบที่พบในปัจจุบันคือการนำสารสกัดจากพืชพรรณธรรมชาติ สัตว์น้ำ สัตว์ทะเล ฯลฯ มาอยู่ในรูปแบบแคปซูล หรือของเหลว นอกจากนี้ยังหมายรวมไปถึงสารเคมีสังเคราะห์กลุ่มแร่ธาตุ วิตามิน ในรูปสารสกัดเข้มข้นซึ่งไม่จัดเป็นอาหาร แต่จัดเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทยา แต่เนื่องจากนำมาโฆษณา ประชาสัมพันธ์ใหม่ในการทำนองเดียวกัน กล่าวคือ อ้างอิงว่าจะช่วยเสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรง ทดแทนอาหารที่ร่างกายบกพร่อง ป้องกันโรค หรือแม้แต่รักษาโรคร้ายแรง

จากคำนิยามทั้งของไทยและสหรัฐอเมริกาข้างบนนี้ จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีความหมายครอบคลุมกว้างมาก คือเป็นผลิตภัณฑ์ที่รับประทานได้ ประเด็นที่เหมือนกันของคำนิยามทั้งสองคือ รูปลักษณะที่เหมือนยาแต่ไม่ใช่ยา ส่วนนิยามของไทยเน้นการใช้เฉพาะในคนสุขภาพปกติ มิใช่ผู้ป่วย อย่างไรก็ตามถ้ามองจากความรู้สึกของผู้บริโภค ซึ่งมักคิดว่าวัสดุใดๆ ที่มีรูปแบบเหมือนยา มักจะบอกโดยอ้อมว่าเป็นสิ่งที่มีสรรพคุณในการรักษา หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือมีภาพพจน์ของยาเกาะติดอยู่ นี่จึงก่อให้เกิดความสับสน ทำให้เกิดความจำเป็นต้องอธิบาย หรือกระทั่งอาจต้องกำหนดให้ระบุที่ฉลากว่า “ผลิตภัณฑ์นี้ไม่ใช่ยา” ในนิยามของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของไทยเน้นมิให้ผู้ป่วยใช้ แต่จะพบความจริงว่าผู้ป่วยจำนวนไม่น้อยที่ใช้ผลิตภัณฑ์นี้ เช่น ผู้ป่วยโรคมะเร็ง โรคหัวใจ และโรคเบาหวาน

ดังนั้นจากการศึกษา นิยามดังกล่าว ผู้ศึกษาพอที่จะสรุป นิยามศัพท์ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร สำหรับเด็ก เพื่อเป็นกรอบในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่รับประทานโดยตรง นอกเหนือจากการรับประทานอาหารหลักตามปกติ และมีจุดมุ่งหมายสำหรับเด็กอายุ 2 - 6 ปี โดยจำแนกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กออกเป็น กลุ่มสกัดจากพืช กลุ่มสกัดจากสัตว์ กลุ่มน้ำมันและไขมัน กลุ่มโปรตีนวิตามิน และเกลือแร่ และกลุ่มอื่นๆ ที่มีสรรพคุณบำรุงสุขภาพ

อย่างไรก็ตาม ก่อนที่จะศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร จำเป็นต้องกล่าวถึงอาหารหลักที่จำเป็นก่อน เพราะจะเป็นข้อมูลพื้นฐานเปรียบเทียบให้เห็นถึง ลักษณะและคุณค่าของอาหาร และผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

2.2 ชนิดของอาหารหลัก

สุขภาพของคนนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ นับตั้งแต่กรรมพันธุ์ การเลี้ยงดูแต่วัยเด็ก สิ่งแวดล้อมและการเลือกดำรงชีวิต ถ้าหากได้กินอาหารอย่างถูกหลักโภชนาการ อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่มีการดำรงชีวิตอย่างถูกต้อง เลือกกินอาหารที่ให้ประโยชน์แก่ร่างกาย เป็นอาหารที่มีคุณค่า สะอาด

การเลือกอาหารรับประทาน จำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงหลักทางโภชนาการ และมีแนวทางปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดภาวะโภชนาการที่ดี คือ รับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ ทุกวัน

ศรีสมร คงพันธุ์ (2535 : 13-14) ได้อธิบายอาหาร 5 หมู่ ไว้ดังนี้

หมู่ที่ 1 เนื้อสัตว์ต่างๆ ไข่ นม ถั่วเมล็ดแห้ง อาหารหมู่ที่เป็นแหล่งให้สารอาหาร โปรตีน วิตามิน และเกลือแร่ต่างๆ

หมู่ที่ 2 ข้าว ผัก ผลไม้ และน้ำตาล อาหารหมู่นี้เป็นแหล่งสำคัญที่ให้พลัง มีสารอาหาร คาร์โบไฮเดรต โดยเฉพาะน้ำตาล จะให้คาร์โบไฮเดรตอย่างเดียว ส่วนข้าว ผัก ผลไม้ มีโปรตีน อยู่จำนวนเล็กน้อย มีวิตามินและเกลือแร่บางอย่าง

หมู่ที่ 3 อาหารหมู่นี้ได้แก่ พืชผักต่างๆ ที่เป็นแหล่งให้วิตามินและเกลือแร่หลายชนิด โดยเฉพาะพืชผักที่มีสีเขียวเข้ม และสีเหลือง เช่น ตำลึง ผักบุ้ง ฟักทอง และมะเขือเทศ เมื่อรับประทานแล้วร่างกายจะได้วิตามินเอ และเป็นอาหารที่มีเส้นใยอาหารจำนวนมากน้อยต่างกัน แล้วแต่ชนิดของผัก

หมู่ที่ 4 อาหารหมู่นี้ได้แก่ ผลไม้ต่างๆ อาหารหมู่นี้ให้พลังงาน มีคาร์โบไฮเดรต และเป็นแหล่งที่มีวิตามิน เกลือแร่ เช่น ฝรั่ง ส้ม ให้วิตามินซี และโปรแตสเซียม ทั้งยังเป็นอาหารที่มีเส้นใย เช่นเดียวกับหมู่ที่ 3

หมู่ที่ 5 อาหารหมู่นี้ได้แก่ ไขมัน น้ำมันต่างๆ ที่ได้จากสัตว์และพืช เช่น น้ำมันหมู น้ำมันปาล์ม น้ำมันถั่วเหลือง เนย มาการีน เนยขาว เป็นแหล่งอาหารที่ให้พลังงานที่ดี ไขมัน 1 กรัมให้พลังงานถึง 9 กิโลแคลอรี เมื่อเทียบกับโปรตีนและคาร์โบไฮเดรต 1 กรัม จะให้พลังงานเพียง 4 กิโลแคลอรี

น้ำที่ร่างกายได้รับนอกจากน้ำที่ดื่มแล้ว เรายังได้น้ำจากอาหาร เพราะน้ำจะแทรกอยู่ในอาหาร เกือบทุกชนิดมีจำนวนมากน้อยต่างกัน ในวันหนึ่งถ้าเราได้กินอาหารครบ 5 หมู่ ในปริมาณที่เพียงพอ ได้สัดส่วนที่ถูกต้อง ร่างกายก็จะแข็งแรง สุขภาพดี ไม่มีเจ็บป่วย ไม่ติดโรคภัย

ครอบครัวที่มีเด็ก ๆ ควรจะเคร่งครัดในเรื่องนี้ เด็กกำลังเจริญเติบโต จึงต้องการอาหารเพื่อเสริมสร้างความเจริญเติบโตให้กับร่างกาย สมองและซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอ เพื่อให้ร่างกายอยู่ในสภาพปกติ

2.3 ชนิดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ดวงจันทร์ เสงส์สวัสดิ์ (2547 : 181-185) ได้จัดชนิดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ไว้ 4 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ

1. กลุ่มวิตามิน
2. กลุ่มแร่ธาตุ
3. กลุ่มสมุนไพร
4. กลุ่มอื่น ๆ ที่มีสรรพคุณบำรุงสุขภาพ

กลุ่มวิตามิน ปัจจุบันมีวิตามินที่ละลายในไขมัน เช่น วิตามินเอ วิตามินอี วิตามินดี และวิตามินเค รวมทั้งวิตามินที่ละลายได้ในน้ำ เช่น วิตามินบี1, บี2, บี3, บี6, บี12, วิตามินซี และวิตามินอื่น ๆ เช่น กรดโฟลิก ไปโอติน ฯลฯ ซึ่งมีวางจำหน่ายทั้งในรูปอัดเม็ด แคปซูล น้ำ และอื่น ๆ

กลุ่มแร่ธาตุ แร่ธาตุต่าง ๆ ถูกนำมาผลิตและวางขายทั้งที่อยู่ในรูปนำไปละลายน้ำพร้อมดื่ม และอัดเป็นเม็ด เช่น แคลเซียม เหล็ก และอื่น ๆ

กลุ่มสมุนไพร สมุนไพรกลับมาเป็นที่นิยมในหมู่นักรักษาสุขภาพอีกครั้งในรูปแบบและสรรพคุณต่าง ๆ กัน เช่น กระเทียม ผงแคปซูล แปะกัวย โสม วานหางจระเข้ เห็ดหอม จมูกข้าวสาลี สาหร่ายเกลียวทอง น้ำมัน โอเลวิท รำข้าวและอื่น ๆ

กลุ่มอื่นๆ ที่มีสรรพคุณบำรุงสุขภาพ เช่น โยเกิร์ต เลซิติน ชุปไก่สกัด นม เกสรดอกไม้นมผึ้ง และรังนก เป็นต้น

มลศิริ วีโรทัย (2543: 123) กล่าวถึง ชนิดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในท้องตลาดพบว่า ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์มากมายหลายชนิด บางชนิดพัฒนามาจากสมุนไพรพื้นบ้านที่มีการใช้มาเป็นเวลานาน บางชนิดก็อาจสั่งมาจากต่างประเทศและนำมาบรรจุหรือวางจำหน่ายภายในประเทศ จึงแบ่งกลุ่มของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ได้รับความนิยมเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ คือ

1. วิตามิน (Vitamins) วิตามินเป็นสารอินทรีย์ที่ร่างกายต้องการในปริมาณที่น้อยมาก (หน่วยเป็นมิลลิกรัมหรือไมโครกรัม) แต่ขาดแล้วทำให้เกิดโรคหรือความผิดปกติในการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ จำเป็นต้องได้รับจากอาหาร วิตามินในอาหารอาจมีทั้งวิตามินที่ละลายน้ำ (วิตามินบีรวมและวิตามินซี) และที่ละลายในไขมัน (วิตามินเอ ดี และเค) แต่การประกอบอาหารหรือการแปรรูปอาหารอาจทำให้วิตามินบางชนิดในอาหารมีปริมาณลดลง หรือผู้บริโภคไม่บริโภคอาหารที่เป็นแหล่งของวิตามิน อาจทำให้เกิดการขาดวิตามิน โดยเฉพาะวิตามินที่ละลายน้ำ เพราะร่างกายไม่สามารถสะสมไว้ จึงทำให้มีการเสริมวิตามินหลายชนิดลงไปในผลิตภัณฑ์อาหารที่ผ่านการแปรรูป หรือผู้บริโภครับประทานวิตามินเสริมในรูปเม็ดยา

2. เกลือแร่ (Minerals) เกลือแร่เป็นสารอนินทรีย์ที่มีอยู่ปริมาณน้อยในอาหาร ช่วยทำหน้าที่หลายอย่างในร่างกาย เช่น เป็นส่วนประกอบโครงสร้าง อวัยวะ และเอ็นไซม์ต่าง ๆ เกลือแร่หลายชนิดช่วยกระตุ้นปฏิกิริยาต่าง ๆ ในเซลล์ การขาดเกลือแร่อาจทำให้เกิดความผิดปกติของการทำงานของระบบต่าง ๆ จึงอาจจำเป็นต้องได้รับเกลือแร่เสริมในรูปเม็ดยา หรือมีการเสริมเกลือแร่หลายชนิดลงในผลิตภัณฑ์อาหาร

3. สมุนไพร (Herbs) สมุนไพรส่วนใหญ่มาจากส่วนต่าง ๆ ของพืช เช่น ใบ ลำต้น ราก เปลือก ดอก ฯลฯ อาจนำมาบริโภคโดยตรงหรือผ่านการสกัดและนำมาทำเป็นเม็ด แคปซูล เป็นผง ละลายในแอลกอฮอล์หรือน้ำมัน ฯลฯ โดยส่วนใหญ่ยังขาดข้อมูลเกี่ยวกับสารที่ออกฤทธิ์ (active agents) ในสมุนไพรที่มีผลต่อสุขภาพ แต่เนื่องจากมีใช้กันมาแต่สมัยโบราณ จึงนำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยทั่วไป สมุนไพรมักใช้บริโภคเพื่อรักษาโรคเรื้อรังหรือโรคที่ไม่มีอาการรุนแรง หรือบริโภคเพื่อกระตุ้นให้ร่างกายแข็งแรงมีภูมิคุ้มกันโรคดีขึ้น

4. Nutritional supplement เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ผลิตขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ ตัวอย่างเช่น น้ำมันปลา (fish oil, soy isoflavones, carotenoids, phytochemicals, DHEA, melatonin, coenzyme Q10, probiotics, prebiotics, dietary fibers, amino acids, antioxidants) เป็นต้น

เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก จากการสำรวจ และศึกษาในท้องตลาด โดยทั่วไป สามารถที่จะพบเห็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร จากแหล่งต่าง ๆ ซึ่งพอที่จะประมวลได้ตาม ชนิดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ไว้ดังนี้

1. นมผง (พืช)
2. นมผง (สัตว์)
3. นมเปรี้ยว
4. โยเกิร์ต
5. วิตามิน (เม็ด/น้ำ)
6. ชูบปากกัดสำหรับเด็ก
7. ธัญพืช

2.4 ความเชื่อเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ในวารสารหมอชาวบ้าน (2540) ได้กล่าวถึงความเชื่อของคนไทยเกี่ยวกับกลุ่มผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไว้ว่า การที่คนหันมาใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างแพร่หลายนั้น เกิดมาจาก แนวความคิดหรือความเชื่อที่แตกต่างกัน ซึ่งได้ประมวลแนวความคิดหรือความเชื่อได้ดังนี้

1. เพื่อเสริมอาหาร

กลุ่มนี้มีแนวคิดที่ว่าอาหารที่กินอยู่นั้นมีคุณค่าทางโภชนาการที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย จึงใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อให้ได้รับคุณค่าทางโภชนาการเพียงพอ

2. เพื่อเสริมสุขภาพ

คนกลุ่มนี้จะเป็กลุ่มที่มีแนวความคิดใหม่ ๆ มีความคิดว่าการป้องกันดีกว่าการแก้ไข ดังนั้นจึงคิดว่าทำอย่างไรจึงจะมีสุขภาพดี พยายามจะดูแลสุขภาพตนเองให้ดีที่สุด เมื่อมีผลิตภัณฑ์เสริมอาหารออกมาก็คิดว่าผลิตภัณฑ์นั้นจะช่วยเสริมสุขภาพได้

3. กลัวโรคภัยไข้เจ็บ

เป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่มักจะกลัวโรคร้ายแรง เช่นโรคมะเร็ง โรคหัวใจ โรคความดันเลือดสูง ฯลฯ และกลัวการรักษาทางการแพทย์ เช่น เป็นโรคมะเร็งต้องผ่าตัด ต้องฉายแสง ดังนั้นเมื่อมีผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบางชนิดโฆษณาว่าสามารถป้องกันโรคมะเร็ง โรคหัวใจ ฯลฯ ได้ คนกลุ่มนี้ก็จะซื้อหาผลิตภัณฑ์นั้นมาบริโภค

4. เชื่อตามผลการวิจัยโดยไม่ได้ศึกษาติดตาม

ในต่างประเทศจะมีการวิจัยต่าง ๆ ออกมามาก พอมีผลงานวิจัยออกมาชิ้นหนึ่งก็จะมีคนผลิตสินค้าออกมาขาย เช่น กระจกอ่อนปลาฉลาม เขาพบว่ากระจกอ่อนปลาฉลามไม่มีเส้นเลือดฝอยมาหล่อเลี้ยง และก้อนมะเร็งที่โตได้เพราะมีเส้นเลือดฝอยมาเลี้ยง เขาก็มีความคิดว่าถ้าเอากระจกอ่อนปลาฉลามมาให้คนใช้กิน สารในนั้นซึ่งไม่รู้ว่าเป็นอะไร จะไปป้องกันไม่ให้เส้นเลือดฝอยเกิดขึ้นได้ เมื่อเป็นเช่นนั้นแล้วมะเร็งก็ไม่โต นี่คือสมมติฐานขั้นต้นของเขา และเขากำลังจะวิจัยต่อไปอีกว่าสารตัวนั้นคืออะไร ในปัจจุบันก็ทราบแล้วแต่ยังวิจัยไปไม่ถึงขั้นไหน ผู้ผลิตก็พร้อมใจกันไปล่าปลาฉลามมาใส่แคปซูลขาย โดยยังไม่ทราบแน่ชัดว่าผลงานวิจัยนั้นผิดหรือถูก คนที่มีสตางค์น้อยก็แห่ไปซื้อพากัน ทั้งที่ราคาก็สูงมาก

5. หลงเชื่อคำโฆษณา

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารก่อนจะผลิตหรือนำเข้ามาจำหน่ายได้ จะต้องขออนุญาตนำเข้า และขึ้นทะเบียนต่อคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) โดย อย.จะจัดผลิตภัณฑ์เหล่านั้นเป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และห้ามมีการโฆษณาสรรพคุณในแง่การรักษาโรคได้

ที่ผ่านมา มักมีการลักลอบโฆษณาหรือวาดอ้างสรรพคุณว่าสามารถรักษาโรคร้ายแรงได้ เช่น โรคมะเร็ง อัมพาต หอบหืด ผู้บริโภคที่หลงเชื่อคำวาดอ้างดังกล่าวก็จะซื้อหาผลิตภัณฑ์นั้นมาบริโภค

6. เหลือตามฝรั่ง

คนไทยมักมีค่านิยมตามฝรั่ง อะไรที่เป็นของฝรั่งต้องดี เมื่อฝรั่งแนะนำว่าดี คนไทยก็ว่าดีตาม และไปซื้อหามาบริโภคตามอย่างฝรั่ง

7. ของที่หาได้ยากและแพงต้องดี

เช่น รังนก กว้านกแต่ละตัวจะสร้างรังได้ต้องใช้เวลานานเท่าไร เมื่อคนไปเก็บมา นกก็ต้องสร้างรังใหม่ เพราะนกนางแอ่นจะไม่วางไข่บนรังนกชนิดอื่น บางตัวสร้างจนน้ำลายมีเลือดปน เมื่อได้มาลำบากราคาจึงต้องแพง คนบางกลุ่มจะคิดว่าของหายาก ของแพงต้องดี หากได้กินคงดีต่อสุขภาพ

2.5 ข้อดีและข้อเสียเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ปรียานุช แยมวงษ์ (2546) คณะแพทยศาสตร์ ศิริราชพยาบาล ได้กล่าวรายละเอียดข้อดีและข้อเสียของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ในปัจจุบันนี้ว่า มีอาหารและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่มีข้อมูลว่ามีประโยชน์อยู่เพียงไม่กี่อย่าง โดยองค์การอาหารและยาของสหรัฐอเมริกา ได้ยอมรับให้ตีพิมพ์ประกาศในสลากอาหารได้ 7 ชนิด ในปี พ.ศ. 2536 และต่อมาได้เพิ่มเติมอีกดังนี้

1. อาหารเสริมแคลเซียม มีผลต่อการป้องกันโรคกระดูกพรุน
2. อาหารลดไขมันอิ่มตัวและโคเลสเตอรอล มีผลต่อการป้องกันโรคไขมันในเลือดสูงและหลอดเลือดหัวใจ
3. อาหารไขมันต่ำ มีผลต่อการป้องกันโรคมะเร็ง ไขมันในเลือดสูง และหลอดเลือดหัวใจ
4. อาหารโซเดียมต่ำ มีผลต่อการป้องกันโรคความดันโลหิตสูง
5. อาหารที่มีเส้นใยอาหารสูง (ธัญพืช ผัก และผลไม้) มีผลต่อการป้องกันโรคมะเร็ง
6. อาหารที่มีเส้นใยชนิดที่ละลายน้ำได้สูง เช่น ผลไม้ ธัญพืชที่ไม่ผ่านการขัดขาว มีผลต่อการป้องกันโรคหลอดเลือดหัวใจ
7. ผักและผลไม้มีผลต่อการป้องกันโรคมะเร็ง
8. ไขมันปลา มีผลต่อการป้องกันโรคหลอดเลือดหัวใจ และลดอัตราการเสียชีวิตจากโรคหัวใจ

ในด้านตรงกันข้าม การใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอาจมีผลเสีย และภาวะแทรกซ้อนได้มากเช่นกัน เช่น การกินน้ำลูกยอ น้ำลูกพรุน น้ำผัก อาจทำให้ผู้ป่วยเบาหวานมีน้ำตาลในเลือดสูงจนควบคุมไม่ได้ หรือเกิดโปรแตสเซียมสูงได้ การกินไบอะแกวียทำให้เกิดเลือดออกในตาและสมองได้ และอาจมีการเสริมฤทธิ์ หรือต้านฤทธิ์ยาอื่นๆ ที่ผู้ป่วยใช้ได้ และอาจพบสารปนเปื้อนอื่นๆ ในผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารส่วนใหญ่จะมีราคาค่อนข้างแพง ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นเพราะการนำเข้าจากต่างประเทศ ทำให้สูญเสียเงินออกนอกประเทศอย่างมาก

จะเห็นว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร มีทั้งข้อดีและข้อเสียในตนเอง ดังนั้น การเลือกใช้อย่างเหมาะสม จึงมีความจำเป็นและต้องทำความเข้าใจ กับผู้ไข้ว่า การใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ต้องร่วมกับการกินอาหารอย่างเหมาะสม และมีพฤติกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพ เช่น การออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ หลีกเลี่ยงพฤติกรรมเสี่ยงเช่น การสูบบุหรี่ การดื่มสุรา การเสพยาเสพติด เป็นต้น และต้องบริโภคในขนาดที่พอเหมาะ เท่านั้น โดยเฉพาะกับเด็กเล็ก การที่เด็กได้บริโภคสิ่งเหล่านี้ เข้าไปในร่างกาย หากมีปริมาณที่สูงกว่าความจำเป็นของร่างกาย ก็อาจจะเป็นอันตรายต่อเด็กเล็กได้ เช่น ในการทานวิตามินรวมที่มีขนาดสูง อาจสร้างปัญหาด้านสุขภาพแก่เด็กคือจะเกิดการสะสมในร่างกายเกินขนาด จะทำให้เกิดความดันสูงในสมอง ตาพร่ามัว ผอมร่างและมีผลทำลายตับได้

ดังนั้น ในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เพื่อบำรุงสุขภาพ ของเด็กนั้น ผู้ปกครองจึงควรที่จะถามตนเองให้แน่ใจ เพื่อทบทวนสิ่งที่ได้รับฟังจากการโฆษณาชักชวน เพื่อให้รู้อย่างเท่าทัน

2.6 ความสำคัญของอาหารที่มีต่อเด็กก่อนวัยเรียน

นิดดา หงษ์วิวัฒน์ (2545) ได้กล่าวถึง พัฒนาการของเด็กในช่วงก่อนวัยเรียน อยู่ระหว่าง 2 – 5 ขวบ ไว้ว่า การเจริญเติบโตทางร่างกาย ในช่วงนี้ จะช้าลง แต่ก็ยังนับว่าเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วเช่นกัน เป็นการเจริญเติบโตทางน้ำหนักและส่วนสูง การเจริญเติบโตของกล้ามเนื้อใหญ่ เช่น แขน ขา ลำตัว จะดีกว่ากล้ามเนื้อเล็ก เด็กจึงมีความว่องไว ยืน นั่ง เดินได้อย่างคล่องแคล่ว พัน น้ำหนักก็ขึ้นจนหมด การรักษาฟันให้สะอาดจึงเป็นเรื่องจำเป็น เด็กสามารถช่วยตนเองในการรับประทานอาหาร หัดเด็กให้มีนิสัยในการล้างมือก่อนรับประทานอาหาร กินให้ได้อาหารหลายชนิด ขับถ่ายให้เป็นเวลา การรับประทานอาหารของเด็กจึงมีความสำคัญ ดังนี้

1. อาหารตอบสนองทางกาย การเจริญเติบโตทางร่างกายของเด็กนั้น ต้องการอาหารอย่างเพียงพอ พ่อ แม่ จึงต้องรู้จักพัฒนาการของเด็กแต่ละวัย ให้อาหารที่สอดคล้องกับความเจริญเติบโต เด็กจะสามารถใช้สารอาหารเหล่านี้ มาเสริมสร้างให้ร่างกายเติบโตและแข็งแรงตามวัย

2. อาหารเป็นเรื่องความสุข เด็กสัมผัสกับตนเองได้อย่างมีความสุข ก็คือ การใช้ลินที่สัมผัสอาหารในยามหิว สัมผัสอาหารแปลกและสัมผัสกับอาหารในอ้อมกอดของแม่และพ่อ สัมผัสอาหารด้วยการช่วยเหลือตนเอง ดังนั้น เด็กๆ จึงชอบสำรวจโลก สำรวจสิ่งรอบข้าง ด้วยการเลีย การชิม การกิน นับเป็นวัยพัฒนาการที่มีความสำคัญที่เด็กทุกคนต้องผ่านประสบการณ์อันนี้ ดังนั้นด้วยความอยากรู้อยากเห็นเป็นพื้นฐานของเด็กดังกล่าว เราจึงสามารถสร้างให้เด็กรักการกินอาหารได้ง่าย

3. อาหารเป็นเรื่องของกิจกรรม เด็กที่ได้กินอาหารแต่ละมื้อ นมแต่ละครั้ง การสัมผัสที่เกิดจากการให้อาหาร ล้วนแต่เป็นกิจกรรมที่เด็กชอบ เพราะกิจกรรมในการกินอาหารนั้น ล้วนนำผู้คนมาสู่เด็ก ซึ่งต้องอาศัยการสัมผัสพูดคุย นอกจากได้สัมผัสทางกาย อันนำไปสู่ความสุขทางใจแล้ว ยังเป็นการผ่อนคลายความทุกข์อันเป็นผลที่มาจากความหิวด้วย ชั่วโมงการกินจึงเป็นกิจกรรมที่แท้จริงของเด็ก

4. อาหารเป็นเรื่องของสังคม การกินอาหารเป็นเรื่องของการสังสรรค์โดยตรง เด็กจะมีผู้มาป้อนอาหาร จะมีการละเล่นเล็กๆน้อยๆเกิดขึ้น สำหรับเด็กวัย 2 ขวบขึ้นไป การกินอาหารเป็นเรื่องสนุก เด็กอาจได้มีบทบาทในการเสิร์ฟน้ำ โอกาสได้ไปกินอาหารนอกบ้าน หรือแม้แต่ในงานเลี้ยงงานวันเกิด งานทำบุญในสถานที่ต่างๆ ซึ่งล้วนแต่เป็นกิจกรรมทางสังคมที่ส่งผลถึงตัวเด็ก

5. พัฒนาการในด้านต่างๆ ของเด็ก เมื่อเด็กทำกิจกรรมทางด้านร่างกาย คือ การกินอาหาร ก็จะส่งผลถึงเรื่องการเรียนรู้และสติปัญญา ส่งผลต่อกิริยาอาการตลอดจนภาษาพูด ซึ่งเป็นพัฒนาการทางด้านภาษา ตลอดจนอารมณ์ที่เด็กได้แสดงออกจากการกิน

2.7 ความต้องการสารอาหารของเด็กก่อนวัยเรียน

อบเชย วงศ์ทอง (2546: 52-53) ได้กล่าวถึง ความจำเป็นของร่างกายเด็กที่มีต่อสารอาหารตามธรรมชาติ ไว้ดังนี้

1. พลังงาน เด็กก่อนวัยเรียนต้องการพลังงานเพื่อการเจริญเติบโต และทำกิจกรรมต่างๆ ปัญหาที่พบก่อนวัยเรียน คือ ได้รับอาหารที่ให้พลังงานไม่เพียงพอ ข้าว แป้ง น้ำตาลและไขมันเป็นแหล่งที่ให้พลังงาน ควรให้เด็กก่อนวัยเรียน ได้กินอาหารพวกนี้อย่างเพียงพอ เด็กอายุ 1 – 3 ปี ควรได้พลังงานวันละ 1,200 กิโลแคลอรี เด็กอายุ 4-6 ปี ควรได้รับวันละ 1,450 กิโลแคลอรี

ตาราง 1 แสดงข้อกำหนดสารอาหารที่ควรได้รับประจำวันของเด็กก่อนวัยเรียน

สารอาหาร	วัยก่อนเรียน	
	อายุ 1 – 3 ปี	อายุ 4 – 6 ปี
โปรตีน (กรัม)	17	21
วิตามินเอ (ไมโครกรัมวิตามิน เอ)	390	400
วิตามินดี (ไมโครกรัม)	10	10
วิตามินซี (มิลลิกรัม)	45	45
วิตามินบี 1 (มิลลิกรัม)	0.7	0.9
วิตามินบี 2 (มิลลิกรัม)	0.8	1.0
ไนอาซิน (มิลลิกรัม)	9	11
วิตามินบี 6 (มิลลิกรัม)	0.9	1.3
วิตามินบี 12 (มิลลิกรัม)	0.7	1.0
แคลเซียม (มิลลิกรัม)	800	800
ฟอสฟอรัส (มิลลิกรัม)	800	800
แมกนีเซียม (มิลลิกรัม)	150	200
เหล็ก (มิลลิกรัม)	10	10
สังกะสี (มิลลิกรัม)	10	10
ไอโอดีน (ไมโครกรัม)	70	90

ที่มา : คณะกรรมการจัดทำข้อกำหนดสารอาหาร. (2532).

2. โปรตีน ในเด็กก่อนวัยเรียน ต้องการโปรตีน เพื่อสร้างการเจริญเติบโต และยังต้องการเพื่อไปสร้างภูมิคุ้มกันโรคต่างๆด้วย เด็กวัยนี้มีโอกาสรับเชื้อโรคต่างๆมากขึ้น เนื่องจากต้องออกนอกบ้าน ต้องคลุกคลีอยู่กับบุคคลอื่นๆ เด็กก่อนวัยเรียนควรได้โปรตีนที่มีคุณภาพดี คือ มีกรดอะมิโนครบถ้วนและเพียงพอกับความต้องการของร่างกาย เด็กอายุ 1-3 ปี ควรจะได้โปรตีนวันละ 1.2 กรัมต่อน้ำหนัก 1 กก. หรือวันละ 17 กรัม เด็กอายุ 4-6 ปี ควรได้รับวันละ 1.1 กรัมต่อน้ำหนักตัว 1 กก. หรือวันละ 26 กรัมนั่นเอง

3. แคลเซียม เป็นสารอาหารที่มีบทบาทในการเพิ่มความสูง การเสริมสร้างการเจริญเติบโตของร่างกาย นอกจากโปรตีนแล้ว แคลเซียมเป็นอาหารที่มีบทบาทสำคัญยิ่ง ในการเสริมสร้างกระดูกและฟัน ถ้าได้รับแคลเซียมเพียงพอ ร่างกายจะเจริญเติบโตเร็วมาก นอกจากนี้ จะต้องอาศัยสารพวกฟอสฟอรัส วิตามินเอ วิตามินซี วิตามินดี โคลีน แมกนีเซียม และแมงกานีส นมเป็นแหล่งอาหารที่ดีของแคลเซียม แคลเซียมในนมร่างกายสามารถดูดซึมได้ดีที่สุด มากกว่าแคลเซียมที่อยู่ในอาหารอื่นๆ เพราะมีอัตราส่วนของแคลเซียมและฟอสฟอรัสเหมาะสมสำหรับเด็ก 1-10 ปี เป็นวัยที่กำลังเจริญเติบโต มีความต้องการแคลเซียมสูงควรได้รับเท่ากับผู้ใหญ่ถึงวันละ 800 มิลลิกรัม

4. เหล็ก การขาดเหล็ก เป็นปัญหาโภชนาการที่สำคัญของประเทศไทย พบในทุกวัยสำหรับเด็กก่อนวัยเรียน ระยะที่พบว่าเป็นโรคโลหิตจางมากที่สุด คือ ระยะหลังจากทารกหย่านมแล้ว และได้รับอาหารที่มีเหล็กไม่เพียงพอ เด็กในวัยนี้อายุ 1-9 ปี ทั้งชายและหญิงควรได้รับเหล็ก วันละ 10 มิลลิกรัม ซึ่งจะได้จากไข่ เครื่องในสัตว์ต่างๆ และผักใบเขียว

5. วิตามิน เด็กมีความต้องการวิตามินเช่นเดียวกับผู้ใหญ่ ปริมาณที่ต้องการมักเท่ากับหรือต่ำกว่าผู้ใหญ่เล็กน้อย วิตามินที่มีความสำคัญ และมักมีปัญหาเรื่องการขาด ในเด็กวัยนี้ได้แก่ วิตามินเอ เด็กอายุ 1-3 ปี ควรได้รับวิตามินเอวันละ 390 ไมโครกรัม วิตามินเอ อายุ 4 ปี ควรได้รับวันละ 400 ไมโครกรัม วิตามินเอ ซึ่งจะได้จากการกินไข่แดง ตับสัตว์ต่างๆ ผักใบเขียว และใบเหลียง

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

จूरพร ทวีพานิชย์ (2548) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ของผู้ออกกำลังกายในสถานออกกำลังกาย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชากรส่วนใหญ่ ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงสุขภาพมากที่สุด บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร คือ ตนเอง โดยมีการหาข้อมูลก่อนซื้อ แหล่งการรับรู้ข่าวสารที่สำคัญ คือรับรู้จากบุคคล ส่วนแหล่งซื้อที่สำคัญ คือร้านขายยา ส่วนที่ไม่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เพราะคิดว่า ไม่จำเป็นต่อร่างกาย

ปนิดา ทัพเวช (2547) ได้ศึกษาเกี่ยวกับระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภคในเขต กทม. พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ซึ่งเป็นหญิงวัยระหว่าง 20-29 มีความรู้สึกเชิงบวกต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ทั้งนี้ พบว่า การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์

ต่อทัศนคติอย่างยิ่ง อย่างไรก็ตามผู้บริโภคเหล่านี้ กลับมีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนั้นมีราคาแพง และโฆษณาเกินจริง

ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ (2547) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่าง 200 คน พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุระหว่าง 36-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท รายได้เฉลี่ย 25,001 – 30,000 บาท / เดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่บริโภคมานาน 1-2 ปี โดยเหตุผลเพื่อความแข็งแรงของสุขภาพ เพราะเห็นว่ามีความคุ้มค่าทางโภชนาการ แต่มีปัญหาสำคัญของผู้บริโภคคืออาหารเพื่อสุขภาพจะมีราคาแพง

วิวัฒน์ วัฒนา (2545) ได้ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยสอบถามกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในวัยทำงานในเขตปทุมวัน โดยไม่จำกัดอายุ เพศ วัย จำนวน 321 คน พบว่าปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทน้ำมันปลา มีเหตุผลในการบริโภคเพื่อบำรุงร่างกาย สถานที่ในการเลือกซื้อคือ ห้างสรรพสินค้า ตลาดนัดที่บริโภคมากที่สุดคือ “แบรนด” โดยมีค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้งอยู่ที่ 500 -1,000 บาท ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เริ่มบริโภคไม่เกิน 2 ปี และได้รับข้อมูลของผลิตภัณฑ์ก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อบริโภค สิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญได้แก่ คุณค่า คุณประโยชน์ และการรับรองคุณภาพจากสถาบันหรือหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ

การทดสอบสมมติฐาน เรื่อง เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เกี่ยวกับประเภท และเหตุผลในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ศศพินท์ ปิ่นทะดิษ และสิราภา สุจริต (2545) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร พบว่า ปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกบริโภค ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทน้ำมันปลา โดยมีเหตุผลในการบริโภคสำคัญ คือ เพื่อการบำรุงร่างกาย สถานที่เลือกซื้อสำคัญ คือ ห้างสรรพสินค้า ตลาดนัดที่ซื้อบริโภคมากที่สุด คือ แบรนด มีค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้งอยู่ที่ 500 – 1,000 บาท ส่วนใหญ่เริ่มบริโภคมาไม่เกิน 1 ปี โดยได้ข้อมูลมาก่อน และสิ่งที่ให้ความสำคัญคือ คุณค่าและการรับรองจากสถาบันหรือหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ

สรารุช อันตระกูล (2545) ได้ศึกษาเรื่องการสำรวจปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (2545)

1. ปัจจัยที่ใช้พิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งออกได้เป็น 4 ด้าน ดังรายละเอียด

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ในการพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าปัจจุบันการสื่อสารได้มีพัฒนาการมากขึ้น การค้นหาข้อมูลข่าวสารในด้านต่างๆ เช่นรายละเอียด รูปแบบ ประโยชน์ โทษของผลิตภัณฑ์เป็นต้น ทั้งใน Internet หนังสือ วารสาร บทความ ฯลฯ สามารถทำได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย ประกอบกับการรณรงค์ของหน่วยงานต่างๆ ที่ต้องการให้ผู้บริโภคได้รับทราบถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือสินค้ามาก

ขึ้น ทำให้พฤติกรรมในการบริโภคของผู้บริโภคเปลี่ยนไปจากเดิม โดยผู้บริโภคจะให้ความสนใจด้านผลิตภัณฑ์มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานของพรพา ชัยศิริวัฒนา (2540) ที่พบว่าผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพประเภทวิตามินเห็นว่าปัจจัยด้านการได้รับฉลาก อ.ย. และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ รวมถึงคำแนะนำจากแพทย์เป็นสิ่งสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรก ที่มีผลในการเลือกซื้อเพื่อบริโภค

1.2 ด้านราคา เป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ในการพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่หันมานิยมในการรับประทานอาหารเสริมสุขภาพกันมากขึ้น แต่ในภาวะที่ประเทศประสบปัญหาเศรษฐกิจอยู่นั้น ได้ส่งผลกระทบต่อฐานะทางเศรษฐกิจของประชาชนส่วนใหญ่ไม่น้อย ทำให้ถึงแม้ว่าจะมีความนิยมในการรับประทานอาหารเสริมเพียงใด แต่ก็จำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงเรื่องราคาที่เหมาะสมกับฐานะทางเศรษฐกิจด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2544) ที่เห็นว่างบประมาณในการซื้ออาหารเสริมของผู้บริโภคมีอยู่อย่างจำกัด ดังนั้นผู้บริโภคจะเลือกซื้อตามความจำเป็นและจะพิจารณาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และราคาของสินค้าด้วย

1.3 ด้านการจัดจำหน่าย เป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ในการพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพอยู่ในระดับน้อย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่หันมานิยมในการรับประทานอาหารเสริมสุขภาพกันมากขึ้น และผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ด้านเสริมสุขภาพนี้ก็มีเพิ่มมากขึ้นอยู่ตลอดเวลา และมีการนำผลิตภัณฑ์ออกขายแทบจะในทุกพื้นที่ทั้งในห้างสรรพสินค้า ร้านขายยา ตลาดนัด เป็นต้น ซึ่งสามารถหาซื้อได้ง่าย สะดวก ทำให้ผู้บริโภคคิดว่าปัจจัยในด้านการจัดจำหน่ายนี้เป็นปัจจัยที่จะใช้ในการพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับน้อย

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ในการพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ปัจจุบันการสื่อสารได้มีพัฒนามากขึ้น การติดต่อสื่อสารและกระจายข้อมูลสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งในสังคมยังได้ให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพเป็นอย่างมากด้วย ฉะนั้นปัจจัยในด้านการส่งเสริมการตลาดจึงเปรียบเสมือนวิธีที่จะทำให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้ถึงประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ได้อย่างรวดเร็วและง่าย และยังมีส่วนต่อการตัดสินใจในการพิจารณาซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานของศูนย์วิจัย กสิกรไทย ที่เห็นว่าปัจจุบันกระแสชีวิตกำลังมาแรงมาก ถ้าสินค้าใดมีการแนะนำว่าเป็นอาหารในแนวชีวิตหรือนำไปเป็นเครื่องมือในการประกอบอาหารในแนวชีวิตแล้วก็จะขายดิบขายดีไปตาม ๆ กัน

จินดา บุญช่วยเกื้อกูล; และคณะ (2543) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ในเขตเมือง อ่างอิงในวารสารเพื่อนสุขภาพปี 2543 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 70 มีความรู้ความเข้าใจไม่ถูกต้องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องจากประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากหน่วยราชการมีอัตราส่วนที่น้อยกว่าข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนได้รับจากภาคธุรกิจ ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์จากภาคธุรกิจ ผู้ประกอบการย่อมใช้ความพยายามในการที่จะโฆษณาเพื่อชักจูงให้ผู้บริโภคเห็นว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีสรรพคุณที่จะช่วยทำให้ร่างกายแข็งแรงสมบูรณ์

และมีความจำเป็นต่อร่างกาย จึงทำให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไม่ถูกต้อง

2. ประชาชนส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารให้ทั้งตนเองและผู้อื่น ทั้งนี้อาจสืบเนื่องจากความเชื่อถือในสรรพคุณของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ซึ่งผู้บริโภคได้รับข้อมูลจากโฆษณาประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการส่งเสริมการตลาดของผู้บริโภค จึงซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมาบริโภคและซื้อให้บุคคลที่เขาปรารถนาจะให้มีสุขภาพดี

3. ประชาชนส่วนใหญ่เลือกซื้อและเคยรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารกลุ่มภูมิปัญญาพื้นบ้าน ที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องจากในช่วง 2-3 ปี ที่ผ่านมามีกระแสสังคมในเรื่องชีวิตจิต เป็นไปอย่างแพร่หลาย แนวคิดประการหนึ่งของชีวิตจิตคือการส่งเสริมให้บริโภคอาหารจากธรรมชาติ โดยเฉพาะอาหารในกลุ่มภูมิปัญญา รวมทั้งการตื่นตัวในเรื่องการนำภูมิปัญญาพื้นบ้าน ภูมิปัญญาพื้นบ้านมาบูรณาการร่วมกันเพื่อปรุงน้ำอาร์ ซี (Rejuvenating Concoction) ซึ่งต้องใช้เวลาในการปรุงพอสมควรทำให้ผู้บริโภคที่มีความเชื่อถือในแนวคิดดังกล่าวแต่ไม่สะดวกในการปฏิบัติ จึงหันมาบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในกลุ่มภูมิปัญญาพื้นบ้าน เพราะเข้าใจว่าจะได้รับสารอาหารใกล้เคียงกับที่ได้รับจากการบริโภคภูมิปัญญาพื้นบ้านโดยตรง

4. ชนิดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ประชาชนเลือกซื้อและเคยรับประทานมากที่สุดคือโยเกิร์ต เนื่องจากในปัจจุบันค่านิยมในเรื่องรูปร่างของประชาชนไทย แนวความคิดที่ว่าผู้ที่รูปร่างดีจะต้องเป็นคนที่มีผิวพรรณดี อีกทั้งคนจำนวนมากมีแบบแผนการดำเนินชีวิตทั้งในการบริโภคและการออกกำลังกายที่ไม่เอื้อต่อการลดน้ำหนักจึงหันมาให้ความสนใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ลดความอ้วนมากขึ้น โยเกิร์ตเป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทหนึ่งที่จัดอยู่ในกลุ่มควบคุมน้ำหนักที่ปราศจากพลังงาน จึงได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว แหล่งข้อมูลที่ประชาชนได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากที่สุดคือ โทรทัศน์ ทั้งนี้เนื่องจากโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีทั้งเสียงและเห็นภาพเคลื่อนไหว ทำให้ผู้บริโภคเห็นสินค้า ทำให้โทรทัศน์เป็นสื่อที่ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าหลายประเภทนิยมใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กันยรัตน์ คัจจวารี (2537: 60) เรื่องผลของการโฆษณาต่อการบริโภคอาหารเสริมสุขภาพ พบว่าแหล่งให้ข้อมูลอาหารเสริมสุขภาพที่มากที่สุดคือ โทรทัศน์และนิตยสาร แหล่งข้อมูลที่ประชาชนเชื่อถือมากที่สุดคือ แพทย์ ทั้งนี้เนื่องจากผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับสุขภาพซึ่งในบริบทของสังคมไทยเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า แพทย์คือผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านสุขภาพมากกว่าบุคคลในอาชีพอื่น ๆ แพทย์จึงเป็นผู้นำทางความคิดและมีอิทธิพลด้านข้อมูล (information influence) ต่อผู้บริโภค

5. สถานที่ที่ประชาชนเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากที่สุด คือร้านขายยา ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของสรายุจิตต์ ฉายทองคำ เรื่องพฤติกรรมการใช้อาหารเสริมสุขภาพ ซึ่งพบว่า ผู้บริโภคซื้ออาหารเสริมจากร้านขายยาถึงร้อยละ 73.9 ทั้งนี้ อาจเนื่องจากผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ และเป็นสินค้าที่เพิ่มเริ่มแพร่หลายในสังคมไทย ผู้บริโภคส่วนใหญ่คิดว่าตนเองยังมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไม่เพียงพอ และต้องการข้อมูลหรือคำแนะนำเพิ่มเติม จึงทำให้สถานที่ที่ผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากที่สุดคือร้าน

ขายยา เพราะร้านขายยาจะมีเภสัชกรหรือผู้ขายที่ผู้บริโภครู้สึกว่าเป็นผู้มีความรู้และมีความคุ้นเคยสามารถสอบถามความรู้และข้อมูลเพิ่มเติมได้ตามที่ตนต้องการ

6. เหตุผลที่ประชาชนเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากที่สุดคือ เพื่อบำรุงร่างกาย ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะผู้บริโภคมีความเชื่อว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจะสามารถบำรุงร่างกายได้ และอาจสืบเนื่องจากผลของการโฆษณาสินค้าของผู้ผลิต ทำให้ผู้บริโภค เกิดความเข้าใจผิดและเชื่อว่า ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีคุณสมบัติในทางยาวว่าช่วยรักษาโรคต่าง ๆ หรือสามารถป้องกันโรคได้ ความคาดหวังประโยชน์ของประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากที่สุดคือ สามารถบำรุงร่างกาย ทั้งนี้อาจเนื่องจากผู้บริโภคได้รับข้อมูลจากการโฆษณา และมีความเชื่อถือว่าหากบริโภค ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจะสามารถบำรุงร่างกายได้ จึงทำให้เกิดความคาดหวังประโยชน์ดังกล่าว

8. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของประชาชนคือ ปัจจัยด้านจิตวิทยา ทั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกมาในรูปแบบต่าง ๆ นั้น เกิดขึ้นจากปัจจัยหลายอย่าง ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของบุคคล ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญทำให้ผู้บริโภคแสดงพฤติกรรมแตกต่างกันไปในสถานการณ์ต่าง ๆ ปัจจัยทางจิตวิทยาเป็นปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลสำคัญอย่างหนึ่งต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้ผลิตจึงพยายามสร้างสิ่งเร้าต่าง ๆ เพื่อทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ถึงความจำเป็นและเกิดความต้องการ ซึ่งเป็นแรงขับที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค จึงทำให้ปัจจัยจิตวิทยา มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของประชาชนในพื้นที่เขตเมืองในประเทศไทยมากที่สุด

วิวัฒน์ วัฒนา (2545) ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร จำนวน 579 ราย พบว่าร้อยละ 47.67 เคยซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และในจำนวนผู้ที่เคยซื้อทั้งหมดนั้น กลุ่มใหญ่ที่สุด ร้อยละ 36.7 ซื้อเพราะต้องการทดลอง อีกประมาณครึ่งหนึ่งของกลุ่มแรกคือ ร้อยละ 15.82 ซื้อเพราะพอใจในคุณภาพ ส่วนที่เหลือเป็นการตัดสินใจซื้อด้วยสาเหตุอื่น ๆ แตกต่างกันไป และอีกร้อยละ 18.99 ไม่ระบุสาเหตุที่ซื้อ เมื่อถามถึงปัญหาที่พบ ร้อยละ 25.13 ระบุว่าคุณภาพไม่เป็นไปตามที่โฆษณา นอกนั้นเป็นปัญหาเกี่ยวกับราคาผลข้างเคียง และการบริการ แต่ก็มีผู้ไม่ระบุปัญหาซึ่งรวมผู้ที่ตอบว่าไม่เคยมีปัญหาไว้ด้วยถึงร้อยละ 46.52 และเมื่อถามถึงเรื่องราคาร้อยละ 59.07 ตอบว่าแพง ในขณะที่ประมาณครึ่งหนึ่งคือ ร้อยละ 30.57 ตอบว่าเหมาะสม จากผลการสำรวจดังกล่าวจะเห็นได้ว่าผู้บริโภคยังมีความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไม่ชัดเจนนัก ยกเว้นเรื่องราคาที่ค่อนข้าง ชัดเจน คือประมาณ 2 ใน 3 คน บอกว่าแพง

กองบรรณาธิการฉลาดซื้อ (2542) ร่วมกับสวนดุสิตโพล ได้ทำการสำรวจความเห็นของประชาชน ในสาขาอาชีพต่างๆ จำนวน 579 ราย ในช่วงปลายปี 2541 ได้พบประเด็นที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ในแง่มุมต่างๆ ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

1. การโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ประชาชนเห็นว่า โทรทัศน์ เป็นสื่อที่มีการโฆษณามากที่สุด คือ 54.30% รองลงมาคือนิตยสาร วารสารและหนังสือพิมพ์ต่างๆ โดยผลิตภัณฑ์ที่พบในโฆษณามากที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์ลดความอ้วน

2. เหตุผลสำคัญในกลุ่มผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร คือ อยากทดลองใช้ โดยปัจจัยรองรับที่สำคัญเป็นเรื่องเกี่ยวกับความห่วงใยในสุขภาพ ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ที่ซื้ออันดับหนึ่งคือผลิตภัณฑ์บำรุงสุขภาพ ตามมาด้วยผลิตภัณฑ์ลดความอ้วน

3. ผลิตภัณฑ์เพื่อเสริมสุขภาพเด็ก จัดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้ใหญ่ซื้อเพื่อให้เด็กได้รับโภชนาการเป็นอันดับสาม ของชนิดผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาพอที่จะสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและการปฏิบัติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนั้น มีหลายประการ ข้อสำคัญคือปัจจัยภายใน และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นและการตัดสินใจ ซึ่งในกรอบการศึกษารั้งนี้ ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะใช้เป็นกรอบศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ต่อไป

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาเรื่อง ทักษะของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ปกครองเด็กอนุบาล อายุระหว่าง 3 - 6 ปี ที่กำลังเรียน อยู่ในชั้นอนุบาลของโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต จำนวน 813 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ใช้กลุ่มผู้ปกครองเด็กอนุบาล 1- อนุบาล 3 ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2548 โดยการใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) มีระดับชั้นเป็นเกณฑ์ ซึ่งได้ประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 264 คน หรือคิดเป็น ร้อยละ 32 ของประชากรทั้งหมด

ตาราง 2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

ระดับชั้นเรียน	กลุ่มตัวอย่าง
อนุบาล 1	120
อนุบาล 2	72
อนุบาล 3	72
รวม	264

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจำนวน 1 ชุด สำหรับสอบถามทักษะของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก โดยสามารถแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ คือ

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อคำถามนี้มีลักษณะเป็นการตรวจสอบรายการ จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 สอบถามความรู้ ความเข้าใจ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก จำนวน 30 ข้อ และ การปฏิบัติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 3 สอบถามข้อคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กจำนวน 2 ข้อ

การสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือสำหรับใช้ในการศึกษาค้นคว้า มีขั้นตอนในการสร้าง ดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับทักษะและการปฏิบัติและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบในการศึกษา

2. ศึกษาหลักเกณฑ์และวิธีการในการสร้างแบบสอบถาม จากตำรา เอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบสอบถาม

สร้างแบบสอบถามตามกรอบที่จะศึกษา โดยพยายามที่จะให้ครอบคลุมเนื้อหาที่จะศึกษาให้มากที่สุด ซึ่งแบบสอบถามจะประกอบด้วยส่วนสำคัญ 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ของผู้ปกครอง (พ่อ-แม่)ต่อเดือน การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ข้อคำถามตอนนี้มีลักษณะตรวจสอบรายการ (Check List) ตอนที่ 2 สอบถามความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก มีลักษณะเป็นแบบมาตราประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 30 ข้อ และ การปฏิบัติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก จำนวน 7 ข้อ ทั้งแบบมาตราประเมินค่า (Rating Scale) 3 ระดับ และแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ตอนที่ 3 สอบถามข้อคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก จำนวน 2 ข้อ

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน พิจารณาตรวจสอบข้อคำถาม เพื่อแสดงหลักฐานความเที่ยงตรงเชิงพินิจ (Face Validity) ความครอบคลุม ความถูกต้องตามวัตถุประสงค์ โดยตัดสินตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิเป็นเกณฑ์ ก่อนนำไปทดลองใช้ ผู้ทรงคุณวุฒิที่ทำหน้าที่เป็นผู้เชี่ยวชาญจากสถาบันฯ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้แก่

1. อาจารย์สุณิสา จัยม่วงศรี กองวัดผลและประเมินผล
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
2. นายอดุลย์ ไบกุหลาบ ศึกษาพิเศษ มหาวินิจฉัยนเรศวร
3. อาจารย์ไพบุลย์ ปันโน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

4. อาจารย์อมรรารณ วังษ์พัก คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

5. เกษักรหญิงอารยา กุระสุวรรณ ข้าราชการบำนาญ โรงพยาบาลศูนย์นครปฐม
ผู้วิจัยได้นำหนังสือขอความร่วมมือจากคณบดี บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ประสานมิตร ไปติดต่อผู้ทรงคุณวุฒิด้วยตนเอง เพื่อแจ้งความประสงค์เกี่ยวกับการตรวจสอบ แก้ไข และ
ให้ข้อเสนอแนะสำหรับปรับปรุงแบบสอบถาม หลังจากนั้น ผู้วิจัย รวบรวมข้อแก้ไข ปรับปรุง
เปลี่ยนแปลงเพิ่มถ้อยคำ สำนวน เนื้อหา ตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิมาเรียบเรียงและจัดทำข้อ
คำถามใหม่ เพื่อให้เหมาะสมและเข้าใจง่ายขึ้น

4. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับแก้ไขใหม่แล้ว ไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้ปกครอง
เด็กปฐมวัยในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ที่มีได้อยู่ในกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน เพื่อ
ตรวจสอบความถูกต้องของภาษาและความเข้าใจภาษาของแบบสอบถาม และนำไปปรับปรุงให้ดีขึ้น

5. นำคะแนนแบบสอบถาม มาวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนก โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
ระหว่างคะแนนข้อคำถามกับคะแนนรวมของข้อคำถามอื่นๆ โดยได้ค่าอำนาจจำแนก .7

6. นำคะแนนแบบสอบถาม มาหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha
coefficient) ของ ครอนบร็ค ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .70 เท่ากับมีค่าความเชื่อมั่นน่าเชื่อถือ
สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างของกรวิจัยครั้งนี้ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ปกครองเด็ก
ปฐมวัย คือ ชั้น อนุบาล 1, 2, 3, ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ โดยมีขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย ถึงผู้บริหารโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ เพื่อขอ
ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. นำหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย เสนอต่อผู้บริหารโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ เพื่อ
ขออนุญาตในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3. เมื่อผู้บริหารของโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ อนุญาตให้เก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว
ผู้วิจัยได้ดำเนินการ ดังต่อไปนี้

- 3.1 ติดต่อประสานงานกับครูประจำชั้นของโรงเรียน เพื่อขอความร่วมมือแจก
แบบสอบถามทักษะของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก

- 3.2 ส่งแบบสอบถามไปให้ครูประจำชั้น เพื่อแจกให้กับผู้ปกครอง ได้ตอบแบบสอบถาม

4. เมื่อผู้วิจัยดำเนินการตามข้อ 3.2 แล้ว ผู้วิจัยไปรับแบบสอบถามคืน จากครูประจำชั้น

5. นำแบบสอบถามที่ได้รับมาทั้งหมด มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

6. เรียนปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และอาจารย์ทางสถิติอย่างต่อเนื่อง เพื่อขอ
ข้อแนะนำในการจัดเก็บข้อมูล ทุกระยะ

การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยยอมรับความมีนัยสัมพัทธ์ทางสถิติที่ระดับ .05 โดยทำการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

1. แบบสอบถาม ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และคำนวณค่าร้อยละ

2. แบบสอบถาม ตอนที่ 2 สอบถามความรู้ ความเข้าใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ซึ่งคำถามมีทั้งข้อความที่แสดงลักษณะทางบวก และทางลบ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ

	ข้อความทางบวก	ข้อความทางลบ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1
เห็นด้วย	4	2
ไม่มีความเห็น	3	3
ไม่เห็นด้วย	2	4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	5

แบบสอบถามวัดความรู้ ความเข้าใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ที่มีลักษณะทางบวก ได้แก่ ข้อ 3, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 18, 20, 21, 22, 24, 26, 29, 30 และแบบสอบถามวัดความรู้ ความเข้าใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ที่แสดงลักษณะทางลบ ได้แก่ ข้อที่ 1, 2, 4, 5, 15, 17, 19, 23, 25, 27, 28

ส่วนเกณฑ์ในการแปลความหมายระดับความรู้ ความเข้าใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กนั้น แบ่งออกเป็น 5 ระดับ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538: 9) คือ

ค่าระดับคะแนน	ระดับทัศนคติ
4.50 – 5.00	มีความรู้ ความเข้าใจที่อยู่ในระดับดีมาก
3.50 – 4.49	มีความรู้ ความเข้าใจที่อยู่ในระดับดี
2.50 – 3.49	มีความรู้ ความเข้าใจที่อยู่ในระดับปานกลาง
1.50 – 2.49	มีความรู้ ความเข้าใจที่อยู่ในระดับพอใช้
1.00 – 1.49	มีความรู้ ความเข้าใจที่อยู่ในระดับไม่ดี

แบบสอบถามเกี่ยวกับการปฏิบัติต่อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสำหรับเด็ก มีเกณฑ์การให้คะแนน 3 ระดับ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538: 10) คือ

ไม่ปฏิบัติ	1 คะแนน
ปฏิบัติน้อย	2 คะแนน
ปฏิบัติมาก	3 คะแนน

โดยมีการแปลค่าระดับคะแนน ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	2.5 – 3.0	หมายถึง	มีการปฏิบัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย	1.5 – 2.4	หมายถึง	มีการปฏิบัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.0 – 1.4	หมายถึง	มีการปฏิบัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กในระดับน้อย

เมื่อผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลและตรวจให้คะแนนรายชื่อแล้ว นำคะแนนที่ได้แล้วมาหาค่าเฉลี่ย (MEAN) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เปรียบเทียบความแตกต่างกรณี 2 กลุ่ม ใช้ t-Test แบบ Independent Group กรณีสามกลุ่ม ใช้การวิเคราะห์การแปรปรวน (ANOVA) แล้วตรวจสอบโดย f – Test แบบทางเดียวและเสนอผลการวิเคราะห์ครั้งนี้ในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย

3. แบบสอบถาม ตอนที่ 3 สอบถามความคิดเห็นอื่นๆ ต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ผู้วิจัยทำการประมวลความเห็น และสรุปประมวลผล เพื่อใช้อธิบายในตารางประกอบคำบรรยาย

จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ความเข้าใจกับการปฏิบัติ โดยทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อเป็นเกณฑ์ในการแปลความสัมพันธ์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้ค่าสถิติพื้นฐาน ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทิศทางเดียว (One – Way analysis of variance) ค่า t – test และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของความรู้ ความเข้าใจและการปฏิบัติที่ศึกษา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. สถิติวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือ ได้แก่

1.1 หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยอาศัยดุลยพินิจของผู้เชี่ยวชาญ (Face validity) ซึ่งสามารถตรวจสอบ และวิเคราะห์ออกมาในเชิงปริมาณหรือตัวเลข ดังนี้ (บุญเชิด ภิญญอนันตพงษ์. 2526: 89)

หาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม กับลักษณะเฉพาะกลุ่มพฤติกรรม โดยนำเครื่องมือที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจเนื้อหาและแต่ละคนพิจารณาลงความเห็นและให้คะแนน ดังนี้

- +1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการวัด
 0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการวัดหรือไม่
 -1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่มีความสอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการวัด

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ	IOC	แทน	ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์
	$\sum R$	แทน	ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
	N	แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

1.2 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (α)
 ของครอนบัค (cronbach) มีสูตรดังนี้ (บุญเชิด ภิญโญนนิตพงษ์. 2543 : 131)

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{S_x^2} \right]$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัด
	K	แทน	จำนวนข้อของเครื่องมือวัด
	$\sum S_i^2$	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนแต่ละข้อของเครื่องมือวัด
	S_x^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับของเครื่องมือวัด

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.1. หาค่าร้อยละ โดยใช้สูตร (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2538: 59)

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

เมื่อ	P	แทน	ค่าร้อยละ
	F	แทน	ค่าความถี่ที่ต้องการแปลให้เป็นร้อยละ
	N	แทน	ค่าจำนวนความถี่ทั้งหมด

2.2 หาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541: 35)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ	$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน	ค่าผลรวมของคะแนน
	n	แทน	จำนวนคนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

2.3 หาค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ของคะแนนโดยใช้สูตร (พวงรัตน์ วีรัตน์. 2540: 143)

$$s = \sqrt{\frac{n\sum x^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	s	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\sum x^2)$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

2.4 หาค่าความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระกัน โดยการทดสอบค่า (t – test) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541: 117)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{s^2_1}{n_1} + \frac{s^2_2}{n_2}}}$$

$$\text{โดยที่ } df = \frac{\left[\frac{s^2_1}{n_1} + \frac{s^2_2}{n_2} \right]}{\left[\frac{s^2_1}{n_1} \right]^2 + \left[\frac{s^2_2}{n_1} \right]^2} = \frac{(n_1 - 1) + (n_2 - 1)}{(n_1 - 1) + (n_2 - 1)}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	$\bar{X}_1$ และ $\bar{X}_2$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2
	S_1^2 และ S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มที่ 2
	n_1 และ n_2	แทน	ค่าจำนวนคนในกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มที่ 2
	df	แทน	ค่าชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degree of freedom)

2.5 หาค่าความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทิศทางเดียว (One – Way analysis of variance) เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541: 232 - 236)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ	F	แทน	ค่าใช้พิจารณาใน F-distribution
	MS_b	แทน	คะแนนเฉลี่ยของผลบวกยกกำลังสองระหว่างกลุ่ม
	MS_w	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลบวกยกกำลังสองภายในกลุ่ม

ถ้าการทดสอบพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเป็นรายคู่ โดยวิธีของนิวแมน – คูลล์ (Newman – Keuls method) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541:251 - 252)

$$q \cdot \sqrt{\frac{MS_w}{n}}$$

เมื่อ	q	แทน	ค่า q-statistic
	MS_w	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
	n	แทน	จำนวนคะแนนในแต่ละกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เท่ากัน

$$\text{โดยที่ } n = \frac{k}{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} + \dots + \frac{1}{n_k}}$$

เมื่อ k แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

$n_1, n_2, \dots, n_k$ แทน จำนวนคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ 1 ถึงกลุ่มที่ k

2.6 คำนวณหาความสัมพันธ์โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation) r_{xy} ซึ่งมีสูตรดังนี้ (บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์. 2526: 84)

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum x)^2] [N \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

เมื่อ n แทน จำนวนคนในกลุ่ม

X แทน คะแนนของข้อคำถาม

Y แทน คะแนนผลรวมข้อข้ออื่น ๆ ที่เหลือทุกข้อ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัย เรื่อง ทักษะของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ มีผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ แทนความหมาย ดังต่อไปนี้

n	แทน	จำนวนในกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์การแจกแจงแบบ ที (t – distribution)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์การแจกแจงเอฟ (F – distribution)
SS	แทน	ผลบวกของคะแนนยกกำลังสอง (Sum of square)
S.D	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
S^2	แทน	ความแปรปรวน
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลบวกของคะแนนยกกำลังสอง (Mean of square)
df	แทน	ชั้นแห่งความอิสระ (Degree of freedom)
P	แทน	ค่าความน่าจะเป็น (Probability)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอ ในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ ระดับความรู้ ความเข้าใจ และการปฏิบัติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ

ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยด้านความรู้ ความเข้าใจ กับ การปฏิบัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และการรับรู้ข่าวสาร

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่างทักษะด้านความรู้ ความเข้าใจกับทักษะด้านการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ของผู้ปกครองต่อเดือน และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

การวิเคราะห์ตอนนี้ ผู้วิจัยได้นำผลคะแนนแบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ของผู้ปกครองต่อเดือน และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มาแจกแจงจำนวน และหาค่าร้อยละ ดังปรากฏในตาราง 3

ตาราง 3 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ของผู้ปกครองต่อเดือน และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล		จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ	- ชาย	59	22.3
	- หญิง	205	77.7
	รวม	264	100.0
2. อายุ	- ต่ำกว่า 30 ปี	29	11.0
	- 30 – 40 ปี	180	68.2
	- 41 ปีขึ้นไป	55	20.8
	รวม	264	100.0
3. ระดับการศึกษา	- ต่ำกว่าปริญญาตรี	35	13.3
	- ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	172	65.2
	- สูงกว่าปริญญาตรี	57	21.6
	รวม	264	100.0

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
4. อาชีพ		
- พนักงานบริษัทเอกชน	54	20.5
- รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ/	89	33.7
- เจ้าหน้าที่ของรัฐอื่นๆ	70	26.5
- ค้าขาย/ทำงานอิสระ และอื่นๆ	51	19.5
รวม	264	100.0
5. รายได้ของผู้ปกครอง ต่อเดือน		
- ต่ำกว่า 15,000 บาท	21	8.0
- 15,000 – 20,000 บาท	45	17.0
- มากกว่า 20,000 บาท	173	65.0
- อื่นๆ	25	9.5
รวม	264	100.0
6. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร		
- หนังสือ/เอกสาร	115	43.6
- โทรศัพท์/ วิทยุ / อินเทอร์เน็ต/e-mail	135	51.1
- บุคคล	14	4.9
รวม	264	100.00

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 264 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 205 คิดเป็นร้อยละ 77.7 คน ส่วนเพศชายมีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ปกครองเด็กปฐมวัย มีอายุ 30– 40 ปี มากที่สุด จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 68.2 รองลงมา ได้แก่ อายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 และอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามลำดับ

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 65.2 รองลงมาได้แก่ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 57คน คิดเป็นร้อยละ 21.6 และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3

จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ปกครองเด็กปฐมวัย มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่ของรัฐอื่นๆ มากที่สุด จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 33.7 รองลงมา ได้แก่ อาชีพค้าขาย/ทำงานอิสระ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 และอื่นๆ เช่น แม่บ้าน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง พบว่า ผู้ปกครองเด็กปฐมวัย มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน มากกว่า 20,000 บาท มากที่สุด จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมาได้แก่ มีรายได้ 15,000 – 20,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 รายได้อื่นๆ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

จำแนกตามแหล่งการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของผู้ปกครอง พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่ รับรู้ข้อมูลข่าวสารมาจากโทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ตและe-mail มากที่สุด จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 51.1 รองลงมา ได้แก่ รับรู้ข่าวสารจาก หนังสือและเอกสารต่างๆ จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6 และรับรู้ข่าวสารผ่านบุคคล จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ระดับความรู้ ความเข้าใจ และการปฏิบัติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ

2.1 ความรู้ ความเข้าใจต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ

ผู้วิจัยจะนำเสนอความรู้ ความเข้าใจต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ มาคำนวณหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีผลการศึกษา ดังปรากฏในตาราง 4

ตาราง 4 ทิศนะด้านความรู้ ความเข้าใจของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก

ทักษะของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย	จำนวน	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
ระดับความรู้ ความเข้าใจ	264	3.43	.2469	ปานกลาง

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ส่วนใหญ่มีความรู้และความเข้าใจ ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.43$)

2.2 การปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์เสริมสำหรับเด็ก

ผู้วิจัยนำคะแนนการปฏิบัติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย
ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ มาคำนวณหาค่าร้อยละ โดยมีผลการศึกษาดังปรากฏในตาราง 5

ตาราง 5 ทักษะด้านการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ที่มีต่อ
ผลิตภัณฑ์เสริมสำหรับเด็ก

การซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ในปัจจุบัน	จำนวน	$\bar{X}$	ระดับ
1.1 เคยซื้อและยังซื้อให้เด็กบริโภคอยู่	106	2.36	ปานกลาง
1.2 เคยซื้อ แต่ปัจจุบัน เลิกซื้อให้เด็ก บริโภคแล้ว	116	2.89	มาก
1.3 ไม่เคยซื้อเลย	42	1.23	น้อย

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ปกครองเด็กปฐมวัยโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ส่วนใหญ่ เคย
ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กแต่เลิกซื้อไปแล้ว ซึ่งมีจำนวน 116 คน จัดเป็นกลุ่มที่อยู่ใน
ระดับมาก ($\bar{X} = 2.89$) รองลงมาได้แก่กลุ่มผู้ปกครองที่เคยซื้อและยังซื้อให้เด็กบริโภคอยู่ ซึ่งถือเป็นกลุ่ม
ระดับปานกลาง จำนวน 106 คน ($\bar{X} = 2.36$) และพบว่า ไม่เคยซื้อเลย จำนวน 42 คน ถือเป็นกลุ่ม
ระดับน้อย ($\bar{X} = 1.23$) ตามลำดับ

อย่างไรก็ดี เกี่ยวกับผู้ปกครองที่มีการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก จากจำนวน
กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดพบว่า มีข้อปฏิบัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ที่แตกต่างกันไป
ทั้งในเรื่องค่าใช้จ่าย ข้อพิจารณาก่อนการซื้อ วิธีการจัดเก็บ กลุ่มและชนิดของผลิตภัณฑ์เสริม
อาหารสำหรับเด็กที่ซื้อ รวมทั้งแหล่งที่จัดซื้อ ซึ่งมีรายละเอียดจากการศึกษา ดังนี้

ตาราง 6 ค่าใช้จ่าย ที่ผู้ปกครองเด็กปฐมวัยโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กต่อเดือน

ค่าใช้จ่ายต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่า 1,000 บาท	154	69.3
2. อยู่ระหว่าง 1,000 – 2,000 บาท	43	19.4
3. อยู่ระหว่าง 2,001 – 3,000 บาท	16	7.2
4. อยู่ระหว่าง 3,001 – 4,000 บาท	3	1.3
5. อยู่ระหว่าง 4,001 – 5,000 บาท	4	1.8
6. มากกว่า 5,000 บาทขึ้นไป	2	0.9
รวม	222	100.0

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ปกครองเด็กปฐมวัยโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ส่วนใหญ่ที่ซื้อหรือเคยซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนน้อยกว่า 1,000 บาท จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 69.3 รองลงมาได้แก่ มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 1,000 – 2,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 มีค่าใช้จ่าย ระหว่าง 2,001 – 3,000 บาท จำนวน 16 คนคิดเป็นร้อยละ 7.2 ที่เหลือ จำนวน ร้อยละ 4 มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 3,000 บาทขึ้นไป

ตาราง 7 ข้อพิจารณาก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ

ข้อพิจารณาก่อนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก	จำนวนทั้งหมด 222 คน	ร้อยละ
1. ราคาสินค้า	110	49.5
2. ยี่ห้อสินค้า	114	51.3
3. รายละเอียดของผลิตภัณฑ์	221	99.5
4. วัน/เดือน/ปี ที่ผลิต	156	70.2
5. รูปลักษณ์และชนิดของบรรจุภัณฑ์	59	44.5
6. อื่นๆ	37	16.6

จากตาราง 7 พบว่า ในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ของ ผู้ปกครองเด็กปฐมวัยโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ นั้น ส่วนใหญ่ ผู้ปกครองมีข้อพิจารณาก่อน การซื้อ โดยดูจากรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ มากที่สุด จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 99.5 รองลงมาได้แก่ ข้อพิจารณาเรื่องวัน/เดือน/ปี ที่ผลิต จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 70.2 พิจารณา จากยี่ห้อสินค้า จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 และพิจารณาจากราคาสินค้า จำนวน 110 คน หรือร้อยละ 49.5 นอกจากนี้ ยังมีข้อพิจารณาจากรูปลักษณ์และชนิดของบรรจุภัณฑ์ จำนวน 59 คน หรือร้อยละ 44.5 และอื่นๆ เช่น ความน่าเชื่อถือของแหล่งจำหน่าย สีสนั และประเทศที่ผลิต เป็นต้น จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6

ตาราง 8 วิธีการในการจัดเก็บผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ผู้ปกครองเด็กปฐมวัยโรงเรียนสาธิต อนุบาลละอออุทิศ

วิธีการในการจัดเก็บ	จำนวน	ร้อยละ
1. จัดเก็บในตู้เย็น	138	62.2
2. จัดเก็บในตู้ยา	6	2.7
3. จัดเก็บในตู้กับข้าว	19	8.5
4. อื่นๆ เช่น จัดเก็บในกระเป๋านมเด็ก	59	26.6
รวม	222	100.0

จากตาราง 8 พบว่า ผู้ปกครองเด็กปฐมวัยโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ส่วนใหญ่ มีการจัดเก็บผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ไว้ในตู้เย็น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.2 รองลงมา ได้แก่ จัดเก็บไว้ในที่อื่นๆ เช่น จัดเก็บในกระเป๋านมเด็ก ในกล่องบรรจุอาหารเด็ก คิดเป็นร้อยละ 26.6 นอกจากนี้ ยังพบว่า มีการจัดเก็บในตู้กับข้าว ร้อยละ 8.5 และจัดเก็บในตู้ยา ร้อยละ 2.7 ตามลำดับ

ตาราง 9 กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ที่ผู้ปกครองเด็กปฐมวัยโรงเรียนสาธิตอนุบาล
ละอออุทิศ จัดซื้อให้เด็กบริโภค

กลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก	จำนวนทั้งหมด 222 คน	ร้อยละ
1. กลุ่มสกัดจากพืช	74	33.3
2. กลุ่มสกัดจากสัตว์	82	36.9
3. กลุ่มน้ำมันและไขมัน	120	54.0
4. กลุ่มโปรตีน วิตามิน และเกลือแร่	40	18.0
5. กลุ่มอื่นๆ ที่มีสรรพคุณบำรุงสุขภาพ	92	41.4

จากตาราง 9 พบว่า ผู้ปกครองเด็กปฐมวัยโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ได้จัดซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ในกลุ่มน้ำมันและไขมัน มากที่สุด จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาได้แก่ การซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ในกลุ่มอื่นๆ ที่มีสรรพคุณบำรุงสุขภาพ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 41.1 ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ในกลุ่มสกัดจากสัตว์ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 36.9 กลุ่มสกัดจากพืช จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และกลุ่มโปรตีน วิตามินและเกลือแร่ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ตามลำดับ

ตาราง 10 ชนิดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ที่ผู้ปกครองเด็กปฐมวัยโรงเรียนสาธิตอนุบาล
ละอออุทิศ จัดซื้อให้เด็กบริโภค

กลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก	จำนวนทั้งหมด 222 คน	ร้อยละ
1. นมผง (พืช)	88	39.6
2. นมผง (สัตว์)	49	22.0
3. นมเปรี้ยว	12	5.40
4. โยเกิร์ต	41	18.4
5. วิตามิน (เม็ด-น้ำ)	83	37.38
6. ชุปไก่สกัด	153	68.9
7. ธัญพืช	79	35.5

จากตาราง 10 พบว่า ชนิดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ที่ผู้ปกครองเด็กปฐมวัยโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ จัดซื้อให้เด็กบริโภค มากที่สุด ได้แก่ ชุปไก่สกัด ซึ่งอยู่ในกลุ่มที่มี

สรรพคุณบำรุงสุขภาพร้อยละ 68.9 รองลงมาได้แก่ นมผง (พืช) ในกลุ่มสกัดจากพืชร้อยละ 39.6 วิตามิน เม็ด-น้ำ ในกลุ่มโปรตีน วิตามิน และเกลือแร่ ร้อยละ 37.38 ธัญพืช ร้อยละ 35.5 นมผง(สัตว์) ในกลุ่มสกัดจากสัตว์ ร้อยละ 22.0 และโยเกิร์ต ร้อยละ 18.4 ตามลำดับ ส่วนนมเปรี้ยว พบว่า ผู้ปกครองซื้อน้อยที่สุด เพียงร้อยละ 5.40

ตาราง 11 แหล่งซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ที่ผู้ปกครองเด็กปฐมวัยโรงเรียนสาธิตอนุบาล ละอออุทิศ ซื้อให้เด็กบริโภค

แหล่งซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก	จำนวนทั้งหมด 222 คน	ร้อยละ
1. ร้านค้าปลีกทั่วไป	108	48.6
2. โรงพยาบาล / คลินิก	124	55.8
3. ร้านขายยา	92	41.4
4. ตลาดนัด	208	93.6
5. ร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นฯ แฟมิลีมาร์ท	90	40.5
6. ซูเปอร์มาร์เก็ต	28	12.6
7. ห้างสรรพสินค้า	22	9.90

จากตาราง 11 พบว่า ผู้ปกครองเด็กปฐมวัยโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ส่วนใหญ่ ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก จากตลาดนัด มากที่สุด จำนวน 208 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 93.6 รองลงมาได้แก่ ซื้อจากโรงพยาบาล/คลินิก จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 ซื้อจากร้านค้าปลีกทั่วไป จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 48.6 ซื้อจากร้านขายยา จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4 ซื้อจากร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น ร้านแฟมิลีมาร์ท จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 ส่วนกลุ่มที่ซื้อจาก ซูเปอร์มาร์เก็ต และห้างสรรพสินค้า พบว่า มีจำนวนน้อย คือ ร้อยละ 12.6 และร้อยละ 9.90 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยด้านความรู้ ความเข้าใจ และการปฏิบัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และการรับรู้ข่าวสาร โดยการทดสอบค่า t-test และค่า F – test

3.1 เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจ กับการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ จำแนกตามเพศ

การวิเคราะห์ตอนนี้ ผู้วิจัยได้นำคะแนนเฉลี่ยด้านความรู้ ความเข้าใจ และการปฏิบัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ จำแนกตามเพศ มาเปรียบเทียบกัน โดยใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way Analysis of variance) หรือค่า F – test และโดยการทดสอบค่า t-test เป็นรายด้าน ดังปรากฏในตาราง 12

ตาราง 12 เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจ กับการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ จำแนกตามเพศ

	เพศ	n	$\bar{X}$	S^2	t	p
ความรู้ ความเข้าใจ	ชาย	59	103.06	56.40	0.002	.964
	หญิง	205	103.17	54.61		
การปฏิบัติ	ชาย	59	70.64	154.25	0.839	.361
	หญิง	205	73.31	454.54		

จากตาราง 12 พบว่า ผู้ปกครองเด็กปฐมวัยโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ที่มีเพศต่างกัน มีความรู้ ความเข้าใจกับการปฏิบัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กไม่แตกต่างกัน

3.2 เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจ กับการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ จำแนกตามอายุ

การวิเคราะห์ตอนนี้ ผู้วิจัยได้นำคะแนนเฉลี่ยด้านความรู้ ความเข้าใจ และการปฏิบัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ จำแนกตามอายุ มาเปรียบเทียบกัน โดยใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way Analysis of variance) หรือค่า F – test และโดยการทดสอบค่า t-test เป็นรายด้าน ดังปรากฏในตาราง 13

ตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวของคะแนนทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจกับการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ จำแนกตามอายุ

แหล่งความแปรปรวน		df	SS	MS	F	p
ความรู้ ความเข้าใจ	ระหว่างกลุ่ม	2	150.041	75.020	38.098*	.000
	ภายในกลุ่ม	261	513.944	1.969		
รวม		263	663.985			
การปฏิบัติ	ระหว่างกลุ่ม	2	328.714	164.357	.421	.657
	ภายในกลุ่ม	261	101518.898	390.457		
รวม		263	101847.612			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 13 พบว่า ผู้ปกครองเด็กปฐมวัย โรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ที่มีอายุต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้วิจัยจึงนำไปทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ นิวแมน – คูลส์ (Newman – Keuls method) ดังปรากฏตามตาราง 14

ผู้ปกครองเด็กปฐมวัย โรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ที่มีอายุต่างกัน มีการปฏิบัติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กแตกต่างกัน

ตาราง 14 เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ จากคะแนนทัศนด้านความรู้ ความเข้าใจ ของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	น้อยกว่า 30 ปี ลงมา	30 – 40 ปี	มากกว่า 41 ปี ขึ้นไป
		106.896	102.350	103.518
น้อยกว่า 30 ปี ลงมา	106.896	-	1.725*	2.804*
30 – 40 ปี	102.350		-	1.079*
มากกว่า 41 ปี ขึ้นไป	103.518			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 14 พบว่า ผู้ปกครองเด็กปฐมวัย โรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไปและ 30-40 ปี มีทัศนด้านความรู้ ความเข้าใจต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กแตกต่างจากผู้ปกครองเด็กปฐมวัย โรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี ลงมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ปกครองเด็กปฐมวัย โรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ที่มีอายุ มากกว่า 41 ปีขึ้นไป, อายุ 30 – 40 ปี มีทัศนด้านการปฏิบัติมีค่าเฉลี่ยสูงกว่า ผู้ปกครองเด็กปฐมวัย โรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ที่มีอายุ น้อยกว่า 30 ปี ลงไป

3.3 เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนทัศนด้านความรู้ ความเข้าใจ กับการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ จำแนกตามระดับการศึกษา

การวิเคราะห์ตอนนี้ ผู้วิจัยได้นำคะแนนเฉลี่ยด้านความรู้ ความเข้าใจ และการปฏิบัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ จำแนกตามระดับการศึกษา มาเปรียบเทียบกัน โดยใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way Analysis of variance) หรือค่า F – test และโดยการทดสอบค่า t-test เป็นรายด้าน ดังปรากฏในตาราง 15

ตาราง 15 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวของคะแนนทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึกและการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กใน โรงเรียนสาธิตอนุบาลล่ออุทิศ จำแนกตามระดับการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน		df	SS	MS	F	p
ความรู้ ความเข้าใจ	ระหว่างกลุ่ม	3	111.599	38.200	18.078*	.000
	ภายในกลุ่ม	260	549.385	2.113		
รวม		263	663.985			
การปฏิบัติ	ระหว่างกลุ่ม	3	402.434	134.145	0.342	.795
	ภายในกลุ่ม	259	101455.178	391.680		
รวม		262	101847.612			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง15 พบว่า ผู้ปกครองเด็กปฐมวัย โรงเรียนสาธิตอนุบาลล่ออุทิศที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความรู้ ความเข้าใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ผู้วิจัยจึงนำไปทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของนิวแมน – คูลส์ (Newman – Keuls method) ดังปรากฏตามตาราง 16

ผู้ปกครองเด็กปฐมวัย โรงเรียนสาธิตอนุบาลล่ออุทิศที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการปฏิบัติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กไม่แตกต่างกัน

ตาราง 16 เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ จากคะแนนทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย โรงเรียนสาธิตอนุบาลล่ออุทิศที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่า ปริญญาดรี	ปริญญาดรี	สูงกว่า ปริญญาดรี
		102.857	104.186	99.9821
1. ต่ำกว่าปริญญาดรี	102.857	-	1.110*	2.189*
2. ปริญญาดรีหรือเทียบเท่า	104.186		-	1.079*
3. สูงกว่าปริญญาดรี	99.9821			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 16 พบว่า ผู้ปกครองเด็กปฐมวัย โรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี มีทัศนด้านความรู้ ความเข้าใจ แตกต่างจาก ผู้ปกครองเด็กปฐมวัย โรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 โดยผู้ปกครองเด็กปฐมวัย โรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและสูงกว่าปริญญาตรี มีทัศนด้านความรู้ ความเข้าใจมีค่าเฉลี่ยสูงกว่า ผู้ปกครองเด็กปฐมวัย โรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

3.4 เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนทัศนด้านความรู้ ความเข้าใจ กับการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ จำแนกตามอาชีพ

การวิเคราะห์ตอนนี้ ผู้วิจัยได้นำคะแนนเฉลี่ยด้านความรู้ ความเข้าใจ และการปฏิบัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ จำแนกตามอาชีพ มาเปรียบเทียบกัน โดยใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way Analysis of variance) หรือค่า F – test และโดยการทดสอบค่า t-test เป็นรายด้าน ดังปรากฏในตาราง 17

ตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวของคะแนนทัศนด้านความรู้ ความเข้าใจ กับการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ จำแนกตามอาชีพ

แหล่งความแปรปรวน		df	SS	MS	F	p
ความรู้ ความเข้าใจ	ระหว่างกลุ่ม	3	203.644	67.881	38.339*	.000
	ภายในกลุ่ม	260	460.340	1.771		
รวม		263	663.985			
การปฏิบัติ	ระหว่างกลุ่ม	3	178.290	59.430	1.084	.356
	ภายในกลุ่ม	260	14250.740	54.811		
รวม		263	14429.030			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 17 พบว่า ผู้ปกครองเด็กปฐมวัย โรงเรียนสาธิตอนุบาลล่ออุทิศที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ที่มีอาชีพต่างกัน มีความรู้ ความเข้าใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้วิจัยจึงนำไปทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของนิวแมน – คูลส์ (Newman – Keuls method) ดังปรากฏตามตาราง 18

ผู้ปกครองเด็กปฐมวัย โรงเรียนสาธิตอนุบาลล่ออุทิศที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ที่มีอาชีพต่างกัน มีการปฏิบัติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กไม่แตกต่างกัน

ตาราง 18 เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ จากคะแนนทัศนด้านความรู้ ความเข้าใจ ของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย โรงเรียนสาธิตอนุบาลล่ออุทิศที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	$\bar{X}$	พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเจ้าหน้าที่ของ รัฐอื่นๆ	ค้าขาย / ทำงาน อิสระ	อื่นๆ
		101.6481	103.7303	102.9143	103.8235
1. พนักงานบริษัทเอกชน	101.6481	-	.749*	1.704*	2.528
2. ข้าราชการ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ และ เจ้าหน้าที่ของรัฐอื่นๆ	103.7303		-	.955*	1.779*
3. ค้าขาย / ทำงานอิสระ	102.9143			-	.824*
4. อื่นๆ	103.8235				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 18 พบว่า ผู้ปกครองเด็กปฐมวัย โรงเรียนสาธิตอนุบาลล่ออุทิศที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ที่มีอาชีพอื่นๆ มีทัศนด้านความรู้ ความเข้าใจแตกต่างจาก ผู้ปกครองเด็กปฐมวัย โรงเรียนสาธิตอนุบาลล่ออุทิศ ที่มีอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจและเจ้าหน้าที่รัฐอื่นๆ และอาชีพค้าขายหรือทำงานอิสระ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 โดยผู้ปกครองเด็กปฐมวัย โรงเรียนสาธิตอนุบาลล่ออุทิศ ที่มีอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจและเจ้าหน้าที่รัฐอื่นๆ และอาชีพค้าขายหรือทำงานอิสระ มีมีทัศนด้านความรู้ ความเข้าใจมีค่าเฉลี่ยสูงกว่า ผู้ปกครองเด็กปฐมวัย โรงเรียนสาธิตอนุบาลล่ออุทิศ ที่มีอาชีพอื่นๆ

3.5 เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจ กับการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ จำแนกตามรายได้

การวิเคราะห์ตอนนี้ ผู้วิจัยได้นำคะแนนเฉลี่ยด้านความรู้ ความเข้าใจ และการปฏิบัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ จำแนกตามรายได้ มาเปรียบเทียบกัน โดยใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way Analysis of variance) หรือค่า F – test และโดยการทดสอบค่า t-test เป็นรายด้าน ดังปรากฏในตาราง 19

ตาราง 19 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวของคะแนนทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจ กับการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ จำแนกตามรายได้

แหล่งความแปรปรวน		df	SS	MS	F	p
ความรู้ ความเข้าใจ	ระหว่างกลุ่ม	3	255.481	85.160	0.191	.902
	ภายในกลุ่ม	259	11542.821	445.640		
รวม		262	115676.312			
การปฏิบัติ	ระหว่างกลุ่ม	3	594.079	198.026	0.507	.678
	ภายในกลุ่ม	259	101253.533	390.940		
รวม		262	101847.612			

จากตาราง 19 พบว่า ผู้ปกครองเด็กปฐมวัย โรงเรียนอนุบาลละอออุทิศ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกันมีความรู้ ความเข้าใจต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กไม่แตกต่างกัน

ผู้ปกครองเด็กปฐมวัย โรงเรียนอนุบาลละอออุทิศ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ที่มีรายได้ต่างกันมีการปฏิบัติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กไม่แตกต่างกัน

3.6 เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจ กับการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ จำแนกตามการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

การวิเคราะห์ตอนนี้ ผู้วิจัยได้นำคะแนนเฉลี่ยด้านความรู้ ความเข้าใจ และการปฏิบัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ จำแนกตามการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มาเปรียบเทียบกัน โดยใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบ

ทางเดียว (One Way Analysis of variance) หรือค่า F – test และโดยการทดสอบค่า t-test เป็นรายด้าน ดังปรากฏในตาราง 20

ตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวของคะแนนทัศนด้านความรู้ ความเข้าใจกับการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ จำแนกตามการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

แหล่งความแปรปรวน		df	SS	MS	F	p
ความรู้ ความเข้าใจ	ระหว่างกลุ่ม	3	327.671	109.224	0.245	.865
	ภายในกลุ่ม	259	115348.641	445.362		
รวม		262	115676.312			
การปฏิบัติ	ระหว่างกลุ่ม	3	392.356	130.785	0.334	.801
	ภายในกลุ่ม	259	101455.256	391.719		
รวม		262	101847.612			

จากตาราง 20 พบว่า ผู้ปกครองเด็กปฐมวัย โรงเรียนอนุบาลละอออุทิศ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีการรับรู้ข่าวสารจากแหล่งที่ต่างกันมีความรู้ ความเข้าใจต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กไม่แตกต่างกัน

ผู้ปกครองเด็กปฐมวัย โรงเรียนอนุบาลละอออุทิศ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งที่ต่างกันมีการปฏิบัติไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่างทัศนด้านความรู้ ความเข้าใจกับการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ

การวิเคราะห์ตอนนี้ ผู้วิจัยได้นำคะแนนเฉลี่ยระหว่างทัศนด้านความรู้ ความเข้าใจ กับการปฏิบัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ จำแนกตามการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ โดยใช้โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ดังปรากฏในตาราง 21

ตาราง 21 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนเฉลี่ยระหว่างทัศนด้านความรู้ ความเข้าใจ
กับการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กในโรงเรียน
สาธิตอนุบาลละอออุทิศ

ทัศนะ	n	r	ระดับ
ความรู้ ความเข้าใจ – การปฏิบัติ ในกลุ่มที่ยังซื้อให้เด็กบริโภค	106	-.076	ต่ำมาก
ความรู้ ความเข้าใจ – การปฏิบัติ ในกลุ่มที่เคยซื้อ แต่ปัจจุบันเลิกซื้อให้เด็กบริโภคแล้ว	116	.176*	ต่ำมาก
ความรู้ ความเข้าใจ – การปฏิบัติ ในกลุ่มที่ไม่เคยซื้อให้เด็กบริโภคเลย	42	-.120	ต่ำมาก

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 21 พบว่า ความรู้ ความเข้าใจ กับการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ในกลุ่มที่ยังซื้อให้เด็กบริโภคอยู่ และในกลุ่มที่ไม่เคยซื้อให้เด็กบริโภคเลย พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงลบ ส่วนความรู้ ความเข้าใจ กับการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ในกลุ่มที่เคยซื้อ แต่ปัจจุบัน เลิกซื้อให้เด็กบริโภคแล้วนั้น พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวก

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ทักษะของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาระดับทักษะด้านความรู้ ความเข้าใจและการปฏิบัติของผู้ปกครองที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก เพื่อศึกษาเปรียบเทียบทักษะด้านความรู้ ความเข้าใจและการปฏิบัติของผู้ปกครองต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ในแต่ละด้าน จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของทักษะด้านความรู้ ความเข้าใจกับการปฏิบัติ ต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ เป็นผู้ปกครองนักเรียนชั้นอนุบาล 1-3 ปีการศึกษา 2548 ของโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ จำนวน 264 คน จากประชากรทั้งหมด 813 คน

ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2548 – มกราคม 2549 จากนั้น ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การคำนวณหาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าแปรปรวนแบบทิศทางเดียว (One-Way Anova)ทดสอบความแตกต่างของค่าคะแนนที่เฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.(Fisher's Least-Significant Different) (บุญเชิด ภิญโญอนันตพงษ์.2526 : 27) ทำโดยตรวจให้คะแนนหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัย และการทดสอบรายคู่ เพื่อหาความแตกต่างหลังจากการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมายสำคัญ เพื่อการศึกษาความรู้ ความเข้าใจ และการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ โดยมีจุดมุ่งหมายเฉพาะของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับทักษะด้านความรู้ ความเข้าใจและการปฏิบัติของผู้ปกครองที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบทักษะด้านความรู้ ความเข้าใจและการปฏิบัติของผู้ปกครองต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ในแต่ละด้าน จำแนกตามตัวแปรอิสระ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของทักษะด้านความรู้ ความเข้าใจกับทักษะด้านการปฏิบัติ ต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ปกครองเด็กปฐมวัยโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ของผู้ปกครอง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างกัน จะมีความรู้ ความเข้าใจต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กแตกต่างกัน
2. ผู้ปกครองเด็กปฐมวัยโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ของผู้ปกครอง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างกัน จะมีการปฏิบัติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างข้างต้น โดยเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจำนวน 1 ชุด สำหรับสอบถามทัศนคติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก โดยสามารถแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ คือ

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อคำถามนี้มีลักษณะเป็นการตรวจสอบรายการ จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 สอบถามความรู้ ความเข้าใจ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก จำนวน 30 ข้อ และ การปฏิบัติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 3 สอบถามข้อคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก เพื่อประกอบการอธิบายเชิงคุณภาพ จำนวน 2 ข้อ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้นำมาดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่มีคำตอบสมบูรณ์มาบันทึกลงในโปรแกรมคอมพิวเตอร์
2. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ และคำนวณค่าร้อยละ
3. วิเคราะห์ระดับความรู้ ความเข้าใจและการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก โดยหาค่าเฉลี่ย (MEAN) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
4. วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยด้านความรู้ ความเข้าใจ และการปฏิบัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย จำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และการรับรู้ข่าวสาร โดยการทดสอบค่า t-test แบบ Independent Group กรณีสามกลุ่ม ใช้การวิเคราะห์การแปรปรวน(ANOVA) แล้วตรวจสอบโดย f – Test แบบทางเดียว และเสนอผลการวิเคราะห์ครั้งนี้ ในรูปตารางประกอบคำบรรยาย

5. วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ความเข้าใจกับการปฏิบัติ โดยทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อเป็นเกณฑ์ในการแปลความสัมพันธ์

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาวิจัยเรื่อง ทักษะของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอองอุทิศ สรุปผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ปกครองเด็กปฐมวัย โรงเรียนสาธิตอนุบาลละอองอุทิศ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 264 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 77.7 ส่วนเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 22.3 มีอายุ 30 – 40 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.2 รองลงมา ได้แก่ อายุ 41 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.8 และอายุ ต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 65.2 รองลงมาได้แก่ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 21.6 และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 13.3 มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่ของรัฐอื่นๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.7 รองลงมา ได้แก่ อาชีพค้าขาย/ทำงานอิสระ คิดเป็นร้อยละ 26.5 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 20.5 และอื่นๆ เช่น แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 19.3 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน มากกว่า 20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมาได้แก่ มีรายได้ 5,000 – 20,000 บาท รายได้อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 9.5 และรายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.0 ส่วนใหญ่ รับรู้ข่าวสารจากวิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต e-mail คิดเป็นร้อยละ 51.1 รองลงมาได้แก่ รับรู้ข่าวสารมาจากหนังสือ เอกสารสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 43.6 และรับรู้ข่าวสารผ่านบุคคล คิดเป็นร้อยละ 4.9

2. ผลการศึกษาทักษะด้านความรู้ความเข้าใจและการปฏิบัติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก

พบว่า ทักษะด้านความรู้ ความเข้าใจของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.43$) และทักษะด้านการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.89$)

3. ผลการเปรียบเทียบทักษะด้านความรู้ ความเข้าใจและการปฏิบัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย เมื่อจำแนกตามตัวแปรอิสระ พบว่า

ผู้ปกครอง ที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ มีทักษะด้านความรู้ความเข้าใจและการปฏิบัติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผู้ปกครอง ที่มีเพศ มีรายได้ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างกัน มีทักษะด้านความรู้ความเข้าใจและการปฏิบัติไม่แตกต่างกัน

4. ความสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่างทักษะด้านความรู้ ความเข้าใจกับการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก

พบว่า ระดับความรู้ ความเข้าใจของผู้ปกครองเด็ก ที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก นั้น มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อ หรือเกี่ยวข้องกับการไม่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารให้เด็กบริโภค

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ทักษะของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ อภิปรายผลการศึกษาได้ ดังนี้

1. ระดับทักษะด้านความรู้ ความเข้าใจและด้านการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ

1.1 ระดับความรู้ ความเข้าใจผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.43$) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ในปัจจุบันคนส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลายช่องทาง จึงทำให้ผู้ปกครองมีความรู้ ความเข้าใจต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กที่ค่อนข้างดี ซึ่งจะต่างจากช่วงแรกๆ ที่เริ่มมีกระแสนิยม ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ตามที่จินดา บุญช่วยเกื้อกุล และคณะ (2543) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ในเขตเมือง อ่างถึงในวารสารเพื่อนสุขภาพปี 2543 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 70 มีความรู้ความเข้าใจไม่ถูกต้อง เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องจากการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากหน่วยราชการมีอัตราส่วนที่น้อยกว่าข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนได้รับจาก ภาครัฐกิจ ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์จากภาครัฐกิจ ผู้ประกอบการย่อมใช้ความพยายามในการที่จะโฆษณาเพื่อชักจูงให้ผู้บริโภคเห็นว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีสรรพคุณที่จะช่วยทำให้ร่างกาย แข็งแรงสมบูรณ์ และมีความจำเป็นต่อร่างกาย จึงทำให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ ความหมายของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไม่ถูกต้อง

ผู้วิจัยเชื่อว่า หากผู้ปกครองได้รับข้อมูล ที่ครบถ้วนทุกด้าน ก็จะยอมทำให้เข้าใจ เกี่ยวกับคุณและโทษของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กได้ดี และจะมีพฤติกรรมการบริโภคที่เหมาะสม

1.2 ผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ มีการปฏิบัติต่อ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.89$) คือ อยู่ในกลุ่มที่เคยซื้อ แต่ปัจจุบัน เลิกซื้อให้เด็กบริโภคแล้ว ทั้งนี้เพราะผู้ปกครองเชื่อว่า ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ที่มี จำหน่ายทั่วไปนั้น ผู้ผลิตมีการโฆษณาชวนเชื่อถึงสรรพคุณในรูปแบบต่างๆ เกินความจริง ทั้งใน วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือ เอกสารต่างๆ ป้ายโฆษณาต่างๆ ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลข่าวสารที่ผู้ปกครอง ได้รับมากที่สุด ได้แก่ สื่อทางโทรทัศน์ วิทยุ ซึ่งมากถึง ร้อยละ 51 ของกลุ่มเป้าหมาย รองลงมาคือ สื่อทางหนังสือ/เอกสาร ได้แก่ แผ่นพับ ไปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ต่างๆ ร้อยละ 43 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ปกครองได้รับข้อมูลข่าวสารหลากหลายช่องทาง สอดคล้องกับการศึกษาของกองบรรณาธิการ

ฉลาดซื้อ (2542) ร่วมกับสวนดุสิตโพล ได้ทำการสำรวจความเห็นของประชาชน ในสาขาอาชีพต่างๆ จำนวน 579 ราย ในช่วงปลายปี 2541 ได้พบว่าการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โทรทัศน์ เป็นสื่อที่มีการโฆษณามากที่สุด คือ 54.30% รองลงมาคือนิตยสาร วารสารและหนังสือพิมพ์ต่างๆ ขณะเดียวกัน ผู้ปกครองส่วนใหญ่ กลับเห็นว่า ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ตามความเข้าใจนั้น คือ สิ่งเข้ามาเสริมในด้านโภชนาการที่เด็กขาดไป เมื่อจำเป็นต้องใช้เท่านั้น โดยทั่วไปผู้ปกครองเข้าใจว่า ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กนั้น อาจมีประโยชน์สำหรับเด็กบางคนที่ไม่ชอบทานอาหารบางหมู่ ขาดสารอาหาร เติบโตช้ากว่าปกติหรือมีความจำเป็นที่แพทย์แนะนำให้ใช้เสริม ซึ่งหากเด็กมีภาวะปกติ ได้รับอาหารครบทั้ง 5 หมู่ เด็กก็ไม่ต้องมีความจำเป็นที่จะต้องอาศัยผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยผู้ปกครองมองว่า เป็นเรื่องที่ไม่จำเป็น ลืบลืม บางรายไม่มีความแน่ใจว่าจะมีผลข้างเคียงต่อสุขภาพเด็กในระยะยาวหรือไม่ ความคิดเห็นของผู้ปกครองนี้ สอดคล้องกับอนุรักษ เบื้องสูง (2545: 8) ที่ได้นิยามความหมายของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่รับประทานโดยตรง มีอยู่ในรูปลักษณะเป็นเม็ด แคปซูล ผง เกร็ด และน้ำ หรือลักษณะอื่นๆ ที่มีจุดมุ่งหมายสำหรับบุคคลปกติทั่วไป ที่ต้องการสารบางชนิดเพิ่มเข้าไป นอกเหนือจากการรับประทานอาหารหลักตามปกติ โดยมุ่งหวังให้ผู้บริโภคได้รับสารบางชนิดเพิ่มขึ้น เพื่อประโยชน์ในการรับประทาน เพื่อเพิ่มเติม เพื่อการป้องกัน หรือเพื่อการบำบัดรักษาโรคแต่ละคน อันเนื่องมาจากสาเหตุที่ต่างกันตามวิถีชีวิต สภาพความเป็นอยู่และสภาพร่างกาย

จากความเห็นของผู้ปกครองส่วนใหญ่พบว่า สื่อมีอิทธิพลอย่างสูงต่อการรับรู้ของผู้ปกครอง ซึ่งบริษัทส่วนใหญ่มุ่งให้การโฆษณาด้านเดียว โดยไม่บอกข้อเท็จจริงทั้งหมด กลุ่มเป้าหมายที่ศึกษาครั้งนี้ ส่วนใหญ่ล้วนมีความเห็นว่า สิ่งโฆษณาอยู่นั้น จะเป็นจริงได้หรือไม่ และมีบางคนที่ไม่เห็นด้วย เนื่องจากการนำผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กเข้ามาใช้ในชีวิตประจำวันนั้น อาจทำให้วิถีชีวิตครอบครัวของสังคมไทยเปลี่ยนไป คือ ผู้ปกครองจะไม่ให้ความสำคัญกับการทำอาหารที่มีประโยชน์ให้ลูกและจะทำให้ความสัมพันธ์ทางครอบครัวลดลง อย่างไรก็ดี สิ่งที่ผู้ปกครองยังเห็นความสำคัญอยู่มาก คือผลิตภัณฑ์จากนม ซึ่งมองว่า เป็นสิ่งที่จำเป็นต่อสุขภาพเด็ก และยังจำเป็นที่จะซื้อให้เด็กบริโภคต่อเนื่อง ดังนั้น ในการเลี้ยงดูบุตร ผู้ปกครองจึงควรสนใจการปลูกฝังให้เด็กได้รับประทานอาหารที่ผู้ปกครองทำเอง ซึ่งจะได้ทั้งคุณค่าทางอาหารและความผูกพันทางครอบครัว ซึ่งเด็กในวัยนี้ เป็นวัยที่มีลักษณะแตกต่างจากวัยอื่น เป็นวัยที่ยังไม่มีความพร้อมในการที่จะเรียนรู้ด้วยตนเอง เป็นวัยที่ต้องการการช่วยเหลือจากพ่อแม่ หรือผู้ให้การเลี้ยงดู สิริมา ภิญโญอนันตพงษ์ (2545) ดังนั้น การที่ผู้ปกครองได้จัดหาให้เด็กเล็กได้บริโภคอาหารหลัก จึงได้ประโยชน์ทั้งด้านโภชนาการต่อเด็กและความรัก ความอบอุ่นที่ดั่งาม

ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงพบว่า ระดับความรู้ ความเข้าใจของผู้ปกครองนั้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อที่ลดลง หรือไม่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ข้อศึกษานี้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปนิตา ทัพเวช (2547) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภคในเขต กทม. พบว่า การรับรู้ข่าวสารของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติอย่างยิ่ง นอกจากนี้ กลุ่มผู้บริโภคที่ ปนิตา ทัพเวช ศึกษา

ส่วนใหญ่ซึ่งเป็นหญิงวัยระหว่าง 20-29 มีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนั้น มีราคาแพง และโฆษณาเกินจริง นอกจากผลิตภัณฑ์เสริมอาหารส่วนใหญ่จะมีราคาค่อนข้างแพงแล้ว ส่วนหนึ่งเป็นเพราะการนำเข้าจากต่างประเทศ ปรียานุช แยมวงษ์ (2546)

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร มีทั้งข้อดีและข้อเสียในตนเอง และผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่มีข้อมูลว่ามีประโยชน์ มีอยู่เพียงไม่กี่อย่าง ปรียานุช แยมวงษ์ (2546) ดังนั้น การเลือกใช้อย่างเหมาะสม จึงมีความจำเป็นและต้องทำความเข้าใจกับผู้ปกครองว่า การใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ต้องร่วมกับการกินอาหารอย่างเหมาะสม เพราะสุขภาพของเด็กนั้น ถ้าหากได้กินอาหารอย่างถูกหลักโภชนาการ อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่มีการดำรงชีวิตอย่างถูกต้อง เลือกกินอาหารที่ให้ประโยชน์แก่ร่างกาย เป็นอาหารที่มีคุณค่า สะอาด เลือกอาหารรับประทาน จำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงหลักทางโภชนาการ และมีแนวทางปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดภาวะโภชนาการที่ดี คือ รับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ ทุกวัน ครีสมร คงพันธุ์ (2535 : 13-14) และมีพฤติกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพ เช่น การออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ หลีกเลี่ยงพฤติกรรมเสี่ยง และต้องบริโภคในขนาดที่พอเหมาะ เท่านั้น โดยเฉพาะกับเด็กเล็ก การที่เด็กได้บริโภคสิ่งเหล่านี้ เข้าไปในร่างกาย หากมีปริมาณที่สูงกว่าความจำเป็นของร่างกาย ก็อาจจะเป็นอันตรายต่อเด็กเล็กได้ เช่น ในการทานวิตามินรวมที่มีขนาดสูง อาจสร้างปัญหาด้านสุขภาพแก่เด็กคือจะเกิดการสะสมในร่างกายเกินขนาด จะทำให้เกิดความดันสูงในสมอง ตาพร่ามัว ผอมว่องและมีผลทำลายตับได้

ดังนั้น ในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เพื่อบำรุงสุขภาพ ของเด็กนั้น ผู้ปกครองจึงควรที่จะถามตนเองให้แน่ใจ เพื่อทบทวนสิ่งที่ได้รับฟังจากการโฆษณาชักชวน เพื่อให้รู้อย่างเท่าทัน

2. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กปฐมวัย ในแต่ละด้าน จำแนกตามตัวแปรอิสระ

2.1 ผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ที่มีอายุต่างกัน มีทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากผลการวิจัยข้อนี้ แสดงให้เห็นว่า อายุ ที่แตกต่างกัน อาจมีประสบการณ์ที่แตกต่าง จึงทำให้มีความรู้ ความเข้าใจต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กที่ต่างกันไปด้วย

2.2 ผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่า ระดับการศึกษามีผลต่อระดับความรู้ ความเข้าใจต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก

2.3 ผู้ปกครองเด็กปฐมวัยโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ที่มีอาชีพต่างกัน มีทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่า ลักษณะอาชีพที่แตกต่าง มีผลต่อความรู้ ความเข้าใจต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก

จากผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า อายุ การศึกษา อาชีพ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ ความเข้าใจที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับสิริมา ภิญญอนันตพงษ์ (2544) ที่กล่าวว่า ผู้ปกครองที่มี อายุ วุฒิการศึกษา และอาชีพ อยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดี ทำให้พ่อ แม่ มีทัศนคติที่ดีต่อการส่งเสริมลูก ซึ่งส่งผลทำให้ลูกมีสุขภาพกาย ใจที่ดี และสอดคล้องกับน้อมฤดี จงพายุหะ; และคณะ (เยาวนุช ทานาม. 2545: 82 อ้างอิงจากน้อมฤดี จงพายุหะ; และคณะ) ที่กล่าวว่า ผู้ปกครองที่มีการศึกษาดี ย่อมมีความรู้และความเข้าใจในการเลี้ยงดูเด็ก ดีกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย จะเห็นได้ว่า ปัจจัยทั้งสาม ประการนี้ เป็นตัวแปรอิสระส่วนบุคคลที่สะท้อนให้เห็นว่า ผู้ปกครองที่มีอายุ ระดับการศึกษา และ อาชีพที่แตกต่าง มีผลต่อระดับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ที่ ต่างกันไปด้วย

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่างทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจ กับการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็ก

จากผลการศึกษา พบว่า ระดับทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจของผู้ปกครองเด็ก ที่มี ต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กนั้น มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อ หรือเกี่ยวข้องกับการไม่ซื้อ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารให้เด็กบริโภค

จากข้อมูล พบว่า หากผู้ปกครอง รู้และเข้าใจ อย่างเท่าทัน จะมีพฤติกรรมที่ไม่ซื้อ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กหรือการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กลดลง และหันมาให้ความสำคัญกับการให้อาหารที่ครบ 5 หมู่ และการดูแลสุขภาพ เช่น การออกกำลังกาย มากกว่า การพึ่งพาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก

จะเห็นได้ว่า พฤติกรรมการซื้อหรือไม่ซื้อสินค้า ย่อมมีผลมาจากการรู้ หรือไม่รู้ เกี่ยวกับสินค้านั้นด้วย หากไม่รู้ ไม่เข้าใจในตัวสินค้านั้นดีพอ แต่มีความชอบใจ ก็อาจซื้อสินค้านั้นไป บริโภคได้เช่นกัน ขณะเดียวกัน หากพบว่า สินค้าชนิดนั้นๆ ไม่มีคุณค่าใดๆ ไม่มีผลเป็นที่น่าประทับใจ คนก็จะเลิกซื้อสินค้านั้นๆได้เหมือนกัน ดังที่ ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ (2540: 145-146) ได้กล่าวถึง กระบวนการในการตัดสินใจซื้อสินค้า ว่าการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ หรือการบริการ ผู้บริโภค จะตัดสินใจเลือกซื้อสิ่งที่ตนเองชอบมากที่สุด และปฏิเสธที่จะซื้อสินค้าที่ตนเองไม่พอใจ นอกจากนี้ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจ หลังจากมีการซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้แล้ว ความรู้สึกนี้ จะขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของผู้บริโภค ถ้าผลิตภัณฑ์นั้นมีคุณสมบัติตรงตามที่คาดหวัง ก็เกิดผลในทางบวก คือ มีความพึงพอใจ และมีแนวโน้มที่จะซื้อซ้ำ แต่ถ้าผลผลิตไม่เป็นไปตามความต้องการ ต่ำกว่าความคาดหวัง ก็เกิดผลลบ นั่นคือ ไม่พอใจและมีแนวโน้มที่จะไม่ซื้อซ้ำค่อนข้างสูง

ดังนั้น ผู้ปกครอง จึงจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้อย่างเท่าทันเกี่ยวกับสินค้า และถ้ามีความรู้ ความเข้าใจที่จริงจัง ก็จะมีทัศนคติที่เปลี่ยนไป รวมถึงมีการปฏิบัติที่เปลี่ยนไป ตามความรู้ ความเข้าใจที่มี ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ ได้ชี้ชัดว่า ความรู้ ความเข้าใจของผู้ปกครองเด็ก มีผลอย่างยิ่งต่อ พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก เพราะถ้าผู้ปกครองมีความรู้เกี่ยวกับความ

จำเป็นในการให้โภชนาการที่เหมาะสมกับเด็ก และการเลี้ยงดูเด็ก ผู้ปกครองก็จะพึงผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กน้อยลงไปด้วย

วิธีการที่จะทำให้ผู้ปกครอง มีการเรียนรู้อย่างเท่าทัน เพื่อให้มีการปฏิบัติที่ถูกต้องต่อเรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กและการเลี้ยงดูเด็ก จึงต้องอาศัยการเรียนรู้ทั้งจากภายในตนเองและการกระตุ้นจากภายนอก หรือจากหน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้อง การจัดสภาพแวดล้อม และกิจกรรมต่างๆ ที่เอื้ออำนวยให้ผู้ปกครองได้เรียนรู้ อันจะก่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กอย่างเท่าทัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัย มีข้อเสนอแนะผู้ปกครองเด็กปฐมวัย และผู้เกี่ยวข้อง ในข้อที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ไว้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก เป็นผลิตภัณฑ์ที่เสริมจากอาหารหลัก ดังนั้น ผู้ปกครองควรให้เด็กได้รับประทานอาหารครบ 5 หมู่ เป็นหลัก และหากมีความจำเป็นที่จะต้องเสริมด้วยผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ควรมีการปรึกษาแพทย์ก่อน มากกว่าจะซื้อให้เด็กบริโภคเอง ซึ่งอาจเป็นอันตรายในระยะยาวต่อเด็กได้
2. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก พบว่า มีทั้งประโยชน์ และไม่ใช่ประโยชน์ ผู้ปกครองจึงควรศึกษาประโยชน์ ผลดี และผลเสียที่จะเกิดขึ้นกับเด็ก และเลือกผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม และจำเป็นต่อเด็กเท่านั้น ไม่ควรส่งเสริมให้เด็กบริโภค ตามคำเชิญชวนหรือโฆษณาเท่านั้น
3. การเลี้ยงดูบุตรที่เหมาะสม ย่อมเกี่ยวข้องกับระดับความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องของผู้ปกครอง ดังนั้น ควรมีการอบรมผู้เกี่ยวข้อง และประชาสัมพันธ์สร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ผู้ปกครองเด็ก และประชาชน ให้รับรู้ข้อเท็จจริงที่ผู้บริโภคควรรู้ เพื่อให้เท่าทันโฆษณาที่เกินจริงและควรส่งเสริมให้ความรู้ ให้เห็นความสำคัญในเรื่องการเลี้ยงดูบุตร ที่ถูกต้อง เหมาะสมกับสภาพสังคมไทย
4. ในการโฆษณาที่เกินความจริง หรือมุ่งผลกำไรทางธุรกิจอย่างเดียว นั้น รัฐควรให้หน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง ได้เข้ามามีบทบาทดูแล การโฆษณา ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก เพื่อไม่ให้เกิดการโฆษณาเป็นเครื่องมือทำให้เด็กหลงเชื่อ หรือเกิดการแข่งขัน จนทำให้ราคาของสินค้ามีราคาสูงเกินความจริง

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ได้มุ่งเน้นศึกษาความรู้ ความเข้าใจ ของผู้ปกครองเด็ก ต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ในเมือง ในอนาคต ควรศึกษาการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ในกลุ่มบุคคลต่างๆ ที่กว้างขวางขึ้น โดยเฉพาะในภาคชนบท ว่ามีปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กอย่างไร ในสถานการณ์สังคมปัจจุบัน เพื่อนำผลที่ได้มาทำการศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กในเขตเมืองและเขตชนบท

2. ควรทำการศึกษาโดยประยุกต์ทฤษฎีการดูแลตนเองร่วมกับทฤษฎีความเชื่อในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในกลุ่มประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กองบรรณาธิการฉลาดซื้อ (2542, มิถุนายน – กรกฎาคม). วารสารฉลาดซื้อ. 31(6).
- กัลยรัตน์ คัจฉาวารี; และคณะ. (2537). ผลของการโฆษณาที่มีผลต่อการบริโภคต่อการบริโภคอาหารเสริมสุขภาพ. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การโฆษณา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- กฤษณ์ เวชสาร. (2542). การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คณะแพทยศาสตร์. (2545). การประชุมประจำปี ครั้งที่ 43 คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย : *Pediatrics : From prevention to health promot.* กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จินดา บุญช่วยเกื้อกุล (2543, กรกฎาคม). วารสารเพื่อนสุขภาพ. 12(2).
- จรีพร ทวีพานิชย์ (2548). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้ออกกำลังกาย ในสถานออกกำลังกายภายในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ชนกนาถ ชูพยัคฆ์. (2542, มกราคม- เมษายน). วารสารเศรษฐศาสตร์. 42(1)
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดวงจันทร์ เสงส์สวัสดิ์. (2547, กรกฎาคม – กันยายน). วารสารอาหาร. (34) 3.
- ธนวรรณ อัมสมบุรณ์. (2528, มกราคม-เมษายน). การประเมินผลงานสุศึกษาในโรงเรียน: กระบวนการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ, สุศึกษา. 8(29): 21-32.
- ธนาคารกสิกรไทย. (2544). พฤติกรรมศาสตร์. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2548, จาก www.gototfb.com
- นิดดา หงษ์วิวัฒน์ (2545). อาหารลูกรัก. กรุงเทพฯ: แสงแดด.
- บุญเชิด ภิญญอนันตพงษ์. (2526). การทดสอบแบบอิงเกณฑ์: แนวคิดและวิธีการ. กรุงเทพฯ: ภาควิชาพื้นฐานการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- บุญเชิด ภิญญอนันตพงษ์. (2543, พฤศจิกายน). สอ. ประเทศไทย. 3(2).
- ปณิดา ทัพเวช. (2547). ระดับการรับรู้ข่าวสารและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภคใน กทม. กรุงเทพฯ: สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ปริญญ์ แยมวงษ์. (2546, สิงหาคม). วารสารสงขลานครินทร์เวชสาร. 21(ฉบับพิเศษ (1))
- พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542). กรุงเทพฯ.

- พระธรรมปิฎก. (ประยุทธ์ ปยุตโต). 2536. จะพัฒนาคนได้อย่างไร : พุทธศาสนากับการพัฒนา
มนุษย์. กรุงเทพฯ: มูลนิธิพุทธธรรม.
- พรพา ชัยหิรัญวัฒนา. (2540). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ
ประเภทวิตามินของคนกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์. บธ.ม. (การตลาด) กรุงเทพฯ :
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 7.
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2542). สถิติเศรษฐศาสตร์และธุรกิจ. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- มลศิริ วิโนทัย. (2543). วารสารวิทยาศาสตร์ มศว. 16(2).
- เยาวนุช ทานาม. (2545). การศึกษาความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการจัด
การศึกษาสำหรับเด็กปฐมวัย ในโรงเรียนสอนภาษาจีน . วิทยานิพนธ์ กศ.ม.
(การศึกษาปฐมวัย) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
ถ่ายเอกสาร.
- ล้วน สายยศ; และอังคณา สายยศ. (2538). เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 5.
กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- วลัญช์ สุภากร. (2542 : ธันวาคม). ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร. กรุงเทพฯธุรกิจรายวัน.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2538, กุมภาพันธ์ – มีนาคม). ค่าเฉลี่ยกับการแปลความหมาย เรื่องง่ายที่
บางครั้งก็พลาดได้. ข่าวสารการวิจัยการศึกษา.
- วินัย ตะห์ลัน. (2542). โฆษณาการเพื่อชีวิตที่ดีกว่า. ฉบับผู้บริโภค : กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี จำกัด.
- วินัย ตะห์ลัน; และคณะ. (2544). อาหารโฆษณาการและผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร. กรุงเทพฯ:
ฝ่ายเอกสารและตำรา คณะสหเวชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิวัฒน์ วัฒนา. (2545). ทศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร. หลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร.
- ศศพินท์ ปิ่นทะดิษ; และสิราภา สุจริต. (2545). ทศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริม
อาหาร. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร
- ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์. (2542, กรกฎาคม – สิงหาคม). วารสารเกษตรพระจอมเกล้า. 42(4).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมในทัศนคติของนิสิต/นักศึกษาที่กำลังศึกษา
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในสถาบันอุดมศึกษา สังกัด กทม. และปริมณฑล.
กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- _____. (2540). การวิจัยการตลาดฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: การพิมพ์.
- ศรีสมร คงพันธ์. (2535). กินให้สวยสุขภาพดี. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยี
ราชมงคล.

- สมจิตต์ สุพรรณทัศน์. (2542) *พฤติกรรมและการเปลี่ยนแปลง : เอกสารการสอนชุดวิชาการ
สาธารณสุข 1 หน่วยที่ 1*. พิมพ์ครั้งที่ 14 นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สมหมาย อภิวันท์คุณากร. (2546). *ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ปกครองที่มีต่อของเด็กเล่น
ประเภทพลาสติกในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ) กรุงเทพฯ:
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สรารัฐ อันตระกูล. (2545). *การสำรวจปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริม.
สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
ถ่ายเอกสาร.*
- สิริมา ภิญโญนนตพงษ์ . (2544). *เด็ดดอกไม้นั้นกระเทือนถึงดวงดาว การปลูกฝังเด็กปฐมวัยรัก
สิ่งแวดล้อม. ในหนังสืองานวันสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี 12
พฤศจิกายน 2544*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- _____. (2545). *การวัดและประเมินเด็กแนวใหม่ : เด็กปฐมวัย*. กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุชา จันท์เอม. (2540). *การจัดสนทนาในห้องเรียน*. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: วีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- แสงเดือน ทวีสิน. (2545). *จิตวิทยาการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: ไทยเส็ง.
- หมอชาวบ้าน. (2540, ธันวาคม). 19 (224).
- อนุรักษ์ เปื่องสูง. (2545). *พฤติกรรมสุขภาพเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ของ
เจ้าหน้าที่สาธารณสุขประจำสถานีอนามัย จังหวัดนครปฐม*. ปริญญานิพนธ์
กศ.ม. (สุขศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
ถ่ายเอกสาร.
- อบเชย วงศ์ทอง. (2546). *โภชนศาสตร์ครอบครัว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

1. อาจารย์สุนิสา จัยม่วงศรี
กองวัดผลและประเมินผล มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
2. นายอดุลย์ ไบกุหลาบ
ศึกษานิเทศก์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
3. อาจารย์ไพบุลย์ ปันโน
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
4. อาจารย์อมรรารณณ์ วงษ์พัก
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
5. เกสัชกรหญิงอารยา กุระมะสุวรรณ
ข้าราชการบำนาญ โรงพยาบาลศูนย์นครปฐม

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง ทักษะของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กในโรงเรียนสาธิต
อนุบาลละอออุทิศ

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาทักษะของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ ทั้งนี้ เพื่อนำผลการศึกษามาใช้เป็นข้อเสนอแนะต่อผู้ปกครองเด็กในการเลี้ยงดูบุตร และนำมาปรับใช้ในการเรียนการสอน ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยใช้สำหรับสอบถามผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ที่มีบุตรอายุระหว่าง 2 – 6 ปี ที่เรียนอยู่ในโรงเรียนสาธิตอนุบาลละอออุทิศ

2. คำตอบของท่าน จะใช้เพื่อการศึกษา ซึ่งจะไม่มีผลกระทบต่อนานแต่อย่างใด จึงใคร่ขอความร่วมมือท่านตอบแบบสอบถามทุกข้อ ตามความเป็นจริง โดยไม่เว้นข้อใดข้อหนึ่งไว้ และกรุณาส่งคืนผู้วิจัยต่อไป

3. แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ คือ

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 สอบถามทักษะของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ด้านความรู้ ความเข้าใจ ของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก

2. ด้านการปฏิบัติของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก

ตอนที่ 3 เป็นการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก

หมายเหตุ

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้รับประทานโดยตรง นอกเหนือจากการรับประทานอาหารหลักตามปกติ และมีจุดมุ่งหมายสำหรับเด็กอายุ 2-6 ปี โดยจำแนกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กออกเป็น กลุ่มสกัดจากพืช กลุ่มสกัดจากสัตว์ กลุ่มน้ำมันและไขมัน กลุ่มโปรตีน วิตามินและเกลือแร่ และกลุ่มอื่นๆ ที่มีสรรพคุณบำรุงสุขภาพ

ทั้งนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับความกรุณาจากท่าน ในการตอบแบบสอบถาม และขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง ในความร่วมมือ มา ณ โอกาสนี้

นางสาวจรรยา ทาโปป็น
นิสิตปริญญาโท วิชาเอกการศึกษาปฐมวัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ส่วนที่ 1

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน ให้มากที่สุด

1.1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() ต่ำกว่า 30 ปี

() 30 – 40 ปี

() 41 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

() ต่ำกว่าปริญญาตรี

() ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

() สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

() พนักงานบริษัทเอกชน

() รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ เจ้าหน้าที่ของรัฐอื่น ๆ

() ค้าขาย / ทำงานอิสระ

() อื่น ๆ โปรดระบุ

5. รายได้ของผู้ปกครองต่อเดือน

() ต่ำกว่า 15,000 บาท

() 15,000 – 20,000 บาท

() มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป

() อื่น ๆ โปรดระบุ

6. ท่านรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากสื่อใด มากที่สุด

() หนังสือ/เอกสาร

() โทรทัศน์/วิทยุ/อินเทอร์เน็ต/e-mail

- นิตยสาร

() บุคคล

- แผ่นพับ

- เพื่อน /ญาติ / คนรู้จัก

- โปสเตอร์

- พนักงานขาย

- จดหมายตรง

- หนังสือพิมพ์

ส่วนที่ 2

ทักษะของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย ที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคำถามที่ตรงกับความต้องการของท่านมากที่สุด ในแต่ละข้อ โดยมีระดับคำตอบไว้ 5 ระดับ ดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	หมายถึง	เห็นด้วย
3	หมายถึง	ไม่มีความเห็น
2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

2.1 ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก

ลำดับ ที่	รายการ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่มีความ เห็น	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
		5	4	3	2	1
1.	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก จะทำให้เด็กมีสุขภาพดี แข็งแรง					
2.	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก จะทำให้เด็กได้รับ สารอาหารครบถ้วน					
3.	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กที่ไม่ได้มาตรฐาน อาจจะ ทำให้มีโทษหรืออันตรายต่อสุขภาพ					
4.	อาหารที่ให้พลังงานและความอบอุ่นต่อร่างกาย คือ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร					
5.	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเด็ก สามารถรักษาโรคได้					
6.	การบริโภคอาหารคือการเลือกอาหารให้เหมาะสมกับ ร่างกายของตนเอง					
7.	การให้เด็กรับประทานอาหารครบ 5 หมู่ มีประโยชน์ มากกว่าให้ทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร					
8.	การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก เป็น ระยะเวลานาน อาจทำให้แพ้สารอาหารบางอย่างที่มีอยู่ใน ผลิตภัณฑ์					

ลำดับ ที่	รายการ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่มีความ เห็น	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
		5	4	3	2	1
9.	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก สามารถช่วยให้เด็ก แข็งแรงได้ โดยไม่ต้องออกกำลังกาย					
10.	การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กที่ถูกต้อง จำเป็นต้องเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับอนุญาตจาก สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เท่านั้น					
11.	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ต้องมีวิธีการจัดเก็บ อย่างถูกต้อง					
12.	ก่อนจะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ต้อง ตรวจสอบวิธีบริโภค วันที่ผลิต วันหมดอายุ					
13.	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีทั้งข้อดีและข้อเสีย ในตัวเอง					
14.	การที่เด็กบริโภคบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเข้าไปใน ร่างกาย หากมีปริมาณมาก จะเกิดอันตรายต่อเด็กได้					
15.	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจะช่วยให้เด็กได้รับคุณค่าทาง อาหารครบถ้วน					
16.	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก เป็นสิ่งฟุ่มเฟือยเกิน ความจำเป็น					
17.	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก เป็นของหายาก และ มีราคาแพง ถือว่าเป็นของดี					
18.	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก โฆษณาเกินจริง มุ่ง แต่แสวงหากำไร					
19.	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ถือว่าเป็นสิ่งที่ ทันสมัย เหมาะสมกับสภาพสังคมในปัจจุบัน					
20.	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ทำให้เกิดความเชื่อ ผิด ๆ เรื่องสุขภาพ					
21.	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก มีความสะดวกในการ บริโภค					
22.	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ทำให้เสียโอกาสใน การรักษาโรคได้					
23.	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก มีประโยชน์ในการ ป้องกันและรักษาโรค					

ลำดับ ที่	รายการ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่มีความ เห็น	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
		5	4	3	2	1
24.	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ทำให้เด็กสมองดี และมีความจำที่เป็นเลิศ					
25.	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก น่าเชื่อถือเพราะได้ผ่านการศึกษาวิจัยที่ดีจากผู้เชี่ยวชาญมาแล้ว					
26.	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก มีบรรจุภัณฑ์ที่ทำลายสิ่งแวดล้อม					
27.	หากได้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างสม่ำเสมอ จะทำให้เด็กมีสุขภาพที่ดี แข็งแรง					
28.	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ที่ผลิตจากต่างประเทศ มีคุณภาพและดีกว่าที่ผลิตในประเทศ					
29.	หากเด็กได้รับประทานอาหารครบ 5 หมู่และออกกำลังกายสม่ำเสมอ เด็กจะเติบโตแข็งแรง					
30.	ผู้ปกครองควรถามตนเองให้แน่ใจ เพื่อทบทวนสิ่งที่ได้รับฟังจากการโฆษณาชักชวน เพื่อให้รู้อย่างแท้จริง					

2.2 การปฏิบัติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกทางร่างกาย การปฏิบัติที่แสดงออกมาในสถานการณ์หนึ่งๆ โดยเฉพาะการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน ให้มากที่สุด

1. การซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ของท่านในปัจจุบัน เป็นอย่างไร

- () เคยซื้อและยังซื้อให้เด็กบริโภคอยู่
- () เคยซื้อ แต่ปัจจุบัน เลิกซื้อให้เด็กบริโภคแล้ว
- () ไม่เคยซื้อ

2. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก เจลลี่ต่อเดือน

- () น้อยกว่า 1,000 บาท
- () อยู่ระหว่าง 1,000 – 2,000 บาท
- () อยู่ระหว่าง 2,001 – 3,000 บาท
- () อยู่ระหว่าง 3,001 – 4,000 บาท
- () อยู่ระหว่าง 4,001 – 5,000 บาท
- () มากกว่า 5,000 บาทขึ้นไป

3. การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ท่านพิจารณาจากสิ่งใด (ตอบได้มากกว่า 1)

- () ราคา
- () ยี่ห้อสินค้า
- () รายละเอียดของผลิตภัณฑ์
- () วัน/เดือน/ปี ที่ผลิต
- () รูปลักษณ์ และชนิดของบรรจุภัณฑ์
- () อื่นๆ ระบุ

4. ท่านมีวิธีการ ในการจัดเก็บผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก อย่างไร

- () จัดเก็บในตู้เย็น
- () จัดเก็บในตู้ยา
- () จัดเก็บในตู้กับข้าว
- () อื่นๆ (ระบุ))

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคำถามที่ตรงกับความต้องการของท่านมากที่สุด
ในแต่ละข้อ

5. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ตามรายการต่อไปนี้หรือไม่	ปฏิบัติมาก	ปฏิบัติน้อย	ไม่ปฏิบัติ (ไม่ซื้อ)
	3	2	1
1. กลุ่มสกัดจากพืช			
2. กลุ่มสกัดจากสัตว์			
3. กลุ่มน้ำมันและไขมัน			
4. กลุ่มโปรตีน วิตามินและเกลือแร่			
5. กลุ่มอื่นๆ ที่มีสรรพคุณบำรุงสุขภาพ			
6. ท่านซื้อชนิดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก ต่อไปหรือไม่	ปฏิบัติมาก	ปฏิบัติน้อย	ไม่ปฏิบัติ (ไม่ซื้อ)
	3	2	1
1. นมผง (พืช)			
2. นมผง (สัตว์)			
3. นมเปรี้ยว			
4. โยเกิร์ต			
5. วิตามิน (เม็ด, น้ำ)			
6. ชุปไก่สกัด			
7. ธัญพืช			
7. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก จากแหล่งที่มาต่อไปนี้หรือไม่	ปฏิบัติมาก	ปฏิบัติน้อย	ไม่ปฏิบัติ (ไม่ซื้อ)
	3	2	1
1. ร้านค้าปลีกทั่วไป			
2. โรงพยาบาล/คลินิก			
3. ร้ายขายยา			
4. ตลาดนัด			
5. ร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น แฟมิลีมาร์ท			
6. ชุปเปอร์มาเก็ต			
7. ห้างสรรพสินค้า			

ส่วนที่ 3

ข้อคิดเห็นอื่น ๆ ต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก

1. ความรู้ ความเข้าใจต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก

[illegible]

2. การปฏิบัติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็ก

[illegible]

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อสกุล

นางสาวจรรยา ทาโปปิน

วัน เดือน ปีเกิด

8 กรกฎาคม 2518

สถานที่เกิด

โรงพยาบาลแม่และเด็ก อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงใหม่

สถานที่อยู่ปัจจุบัน

40/1307 หมู่บ้านพฤษภา B ถนนเลียบคลองสาม

ตำบลคลองสาม อำเภอลำลูกเกด จังหวัดเชียงใหม่

ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน

อาจารย์ โรงเรียนสาริตอนุบาลลอออุทิศ

สถานที่ทำงานปัจจุบัน

โรงเรียนสาริตอนุบาลลอออุทิศ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

สวนดุสิต กรุงเทพมหานคร

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2543

ครุศาสตรบัณฑิต (ค.บ.) วิชาการศึกษาปฐมวัย

จากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต กรุงเทพมหานคร

พ.ศ. 2549

การศึกษามหาบัณฑิต (กศ.ม.) วิชาการศึกษาปฐมวัย

จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพมหานคร