

ชื่อเรื่อง ทักษะคดี และ พฤติกรรมการบริโภคโพรไบโอติก (Probiotics) ของ ประชาชนวัยทำงานในจังหวัดภูเก็ต

สุภาสินี อาจใจ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ทักษะคดี และ พฤติกรรมการบริโภคโพรไบโอติก ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดภูเก็ต รวมถึงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะคดีกับพฤติกรรมการบริโภค โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ที่มีอายุระหว่าง 25-59 ปี อาศัยและทำงานในจังหวัดภูเก็ต ผ่านแบบสอบถามออนไลน์ที่เผยแพร่บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook และ Line ใช้สถิติเชิงพรรณนาและการทดสอบสมมติฐานด้วย Chi-square (χ^2) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 45-54 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้เฉลี่ย 30,001-50,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อโพรไบโอติก โดยมีความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ต่อสุขภาพ เช่น การส่งเสริมสุขภาพลำไส้ และมีความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ ด้านพฤติกรรม พบว่าผู้บริโภคนิยมซื้อโพรไบโอติกจากร้านค้าปลีก เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต โดยอ้างอิงรีวิวหรือคำแนะนำจากผู้ใช้งานจริง การวิเคราะห์สมมติฐานชี้ให้เห็นว่า ทักษะคดีด้านความรู้ มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการบริโภคโพรไบโอติก ($p\text{-value} < 0.05$) โดยเฉพาะในกลุ่มที่มีความรู้เกี่ยวกับประโยชน์และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศและอายุ ก็มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค เช่น ผู้หญิงให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่เสริมสุขภาพผิวพรรณ ขณะที่ผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับสุขภาพลำไส้และภูมิคุ้มกัน การวิจัยนี้แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างทักษะคดีกับพฤติกรรมการบริโภคโพรไบโอติก และแนวทางพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม ผู้ประกอบการควรปรับกลยุทธ์ตามปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เน้นโฆษณาด้านความงามในกลุ่มผู้หญิง หรือส่งเสริมสุขภาพลำไส้ในกลุ่มผู้สูงอายุ รวมถึงการใช้ข้อมูลวิชาการและรีวิวออนไลน์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค

คำสำคัญ: ทักษะคดี, พฤติกรรมการบริโภค, โพรไบโอติก, วัยทำงาน, สุขภาพลำไส้, การตลาด, ปัจจัยส่วนบุคคล

Attitudes and Behavior of Probiotics Consumption of the Public Working age in Phuket Province Thailand

SUPASINEE ARDJAI

ABSTRACT

This study investigates the attitudes and consumption behaviors of working-age individuals in Phuket toward probiotics and examines the relationship between these attitudes and behaviors. Data was collected from 400 participants aged 25-59 years through an online questionnaire. Descriptive statistics and Chi-square (χ^2) were used for analysis.

Results show that most respondents were female, aged 45-54, with a bachelor's degree, and earning 30,001-50,000 baht monthly. They had positive attitudes toward probiotics, recognizing health benefits like gut health promotion and trusting certified products. Consumers primarily purchased probiotics from retail stores based on reviews or recommendations.

The analysis revealed a significant relationship between knowledge-related attitudes and consumption (p -value < 0.05). Gender and age also influenced behavior, with women favoring skin health benefits and older individuals prioritizing gut health.

The findings highlight the need for tailored marketing strategies, emphasizing specific benefits for target demographics and leveraging scientific evidence and reviews to build consumer trust.

Keywords: Attitude, Consumption behavior, Probiotics, Working age, Intestinal health, Marketing, Personal factors

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บุคคลวัยทำงานใช้เวลาส่วนใหญ่ในที่ทำงาน ทำให้ลักษณะงาน สภาพแวดล้อม และนโยบายด้านสุขภาพมีผลต่อสุขภาพโดยรวม พฤติกรรมเสี่ยง เช่น การบริโภคอาหารนอกบ้านเพิ่มความเสี่ยงต่อปัญหาสุขภาพ

ในยุคปัจจุบัน โพรไบโอติก ซึ่งเป็นจุลินทรีย์ที่ช่วยปรับสมดุลระบบย่อยอาหารและภูมิคุ้มกันได้รับความสนใจมากขึ้น การบริโภคโพรไบโอติกเป็นทางเลือกในการเสริมสุขภาพ โดยเฉพาะในกลุ่มวัยทำงานที่มีวิถีชีวิตเร่งรีบ

จังหวัดภูเก็ตซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ บุคคลวัยทำงานมีบทบาทหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ แต่ต้องเผชิญความเครียดและวิถีชีวิตที่เร่งรีบ การศึกษา ทักษะคิด และพฤติกรรมการบริโภคโพรไบโอติกในกลุ่มนี้จึงสำคัญ เพื่อส่งเสริมสุขภาพ ลดความเสี่ยงโรคเรื้อรัง และพัฒนากลยุทธ์ธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์โพรไบโอติกในพื้นที่นี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อโพรไบโอติกของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคโพรไบโอติกของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของทัศนคติกับพฤติกรรมการบริโภคโพรไบโอติก

สมมติฐานการวิจัย

1. ทักษะคิดเกี่ยวกับโพรไบโอติกมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคโพรไบโอติกของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดภูเก็ต
2. พฤติกรรมการบริโภคโพรไบโอติกของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดภูเก็ตแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา ตัวแปรต้น/ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ ทักษะการคิดเกี่ยวกับโพรไบโอติก และปัจจัยส่วนบุคคล ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ พฤติกรรมการบริโภคโพรไบโอติก

ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มเป้าหมาย: บุคคลวัยทำงาน อายุระหว่าง 25-59 ปี

ขอบเขตด้านพื้นที่การศึกษา จังหวัดภูเก็ต

ขอบเขตด้านระยะเวลา ตั้งแต่เดือนสิงหาคม ถึง พฤศจิกายน พ.ศ. 2567

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

แนวคิดปัจจัยส่วนบุคคลในการแบ่งส่วนตลาด (Kotler, 2000)

อายุ (Age): กำหนดความต้องการที่แตกต่างกันของแต่ละช่วงวัย และช่วยพัฒนากลยุทธ์เฉพาะสำหรับตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market)

เพศ (Sex): ตัวแปรสำคัญที่สะท้อนพฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย

รายได้, การศึกษา, อาชีพ: ตัวชี้วัดกำลังซื้อและรสนิยม โดยมักใช้ร่วมกับตัวแปรประชากรศาสตร์เพื่อกำหนดตลาดเป้าหมายที่ชัดเจน

ปัจจัยเหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่วัดได้ง่าย ช่วยให้นักการตลาดเข้าใจและตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะการคิด และพฤติกรรม (KAP Model)

แนวคิดและความสำคัญ: KAP Model เป็นกรอบแนวคิดที่ใช้ศึกษาในด้านสุขภาพและพฤติกรรม โดยเน้น 3 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่

ความรู้ (Knowledge): ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลสุขภาพ เช่น การป้องกันโรคและแนวทางการรักษา สำคัญระดับความรู้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

ทัศนคติ (Attitude): มุมมองหรือความรู้สึกต่อประเด็นต่างๆ สำคัญว่ากลุ่มเป้าหมายมีความเห็นในเชิงบวกหรือลบ

การยอมรับปฏิบัติ (Practice): การแสดงออกทางพฤติกรรมที่สอดคล้องกับความรู้และทัศนคติ ประเมินรูปแบบการกระทำ เช่น การดูแลสุขภาพหรือการปฏิบัติตามคำแนะนำ
โมเดลโครงสร้างทัศนคติ (Structural Model of Attitudes)

ส่วนของการเข้าใจ (Cognitive Component): สะท้อนถึงความรู้ ความเชื่อ และการรับรู้ที่มีต่อสิ่งหนึ่ง เป็นพื้นฐานของทัศนคติ

ส่วนของการรู้สึก (Affective Component): อารมณ์หรือความรู้สึกที่มีต่อสิ่งหนึ่ง กำหนดแนวโน้มด้านบวกหรือลบ

ส่วนของพฤติกรรม (Conative Component): แนวโน้มในการแสดงพฤติกรรม เช่น ความตั้งใจซื้อหรือการตอบสนอง

ประโยชน์ของ KAP Model: ช่วยให้นักวิจัยและนักการตลาดเข้าใจกลุ่มเป้าหมายในมิติต่างๆ เพื่อออกแบบกลยุทธ์ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสูงสุด

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

แนวคิดหลัก: การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเริ่มจากการตอบสนองสิ่งเร้าผ่านจิตสำนึกของผู้ซื้อ โดยใช้ 6W1H เพื่อตอบคำถาม 7 ประการ (7O's) ซึ่งนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด

Who: ใครบ้างในตลาดเป้าหมาย (Occupants) ลักษณะประชากรศาสตร์

What: ผู้บริโภคต้องการอะไร (Objects) คุณสมบัติผลิตภัณฑ์

Why: ทำไมถึงซื้อ (Objective) วัตถุประสงค์การบริโภค

Whom: ใครมีส่วนตัดสินใจ (Organization) บทบาทผู้มีอิทธิพล

When: ซื้อเมื่อใด (Occasions) โอกาสและความถี่

Where: ซื้อที่ไหน (Outlets) ช่องทางการซื้อ

How: รู้จักสินค้าอย่างไร (Operation) การรับรู้และแหล่งข้อมูล

4. สาระสำคัญของงานวิจัยข้อมูลเกี่ยวกับโพรไบโอติก

โพรไบโอติก หมายถึง จุลินทรีย์ขนาดเล็กชนิดหนึ่งที่อาศัยอยู่ในร่างกายมนุษย์ โดยเฉพาะในส่วนระบบทางเดินอาหาร รวมถึงในระบบอื่นๆ ของร่างกาย โพรไบโอติกถือเป็นจุลินทรีย์ที่มีประโยชน์ เนื่องจากมีส่วนช่วยในการทำงานของระบบทางเดินอาหาร ช่วยดูดซึมอาหาร ป้องกันโรค สั่งเคราะห์วิตามินที่จำเป็นต่อร่างกาย เสริมสร้างภูมิคุ้มกัน ทั้งยังช่วยป้องกันไม่ให้จุลินทรีย์ชนิดก่อโรคเกิดขึ้นในร่างกาย

ประโยชน์ของโพรไบโอติก (Probiotics) สมดุลระบบย่อยอาหารบรรเทาอาการท้องเสีย ท้องผูก และลดการอักเสบของลำไส้ กระตุ้นภูมิคุ้มกันเพิ่มความต้านทานต่อการติดเชื้อในลำไส้ ปอด และกระแสเลือด บรรเทาโรคกระเพาะและกรดไหลย้อนช่วยป้องกันและลดความรุนแรงของโรคใน

ระบบทางเดินอาหาร ลดความเสี่ยงมะเร็งลำไส้ใหญ่ ปรับสมดุลแบคทีเรียในลำไส้ ลดการเกิดสารก่อมะเร็ง ลดอาการอักเสบและภูมิแพ้บรรเทาภูมิแพ้และลดการอักเสบของร่างกาย ส่งเสริมสุขภาพทางเดินปัสสาวะลดการติดเชื้อในปัสสาวะและช่องคลอด

อาหารที่มีโพรไบโอติกสูง ได้แก่ โยเกิร์ตและนมเปรี้ยวที่ช่วยระบบย่อยอาหารและภูมิคุ้มกัน อาหารหมักดอง เช่น ถั่วหนั้โตและซุ้ปมิโซะที่เสริมภูมิต้านทาน และผลิตภัณฑ์หมักอื่น ๆ เช่น ดาร์ก ช็อกโกแลตและชาคอมบูชา ที่ปรับสมดุลจุลินทรีย์ในร่างกาย

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Cebirbay & Ekinoğlu. (2024) ศึกษาความรู้และพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนและโพรไบโอติกในนักศึกษาปริญญาตรี พบว่า 84% บริโภคอาหารจานด่วนอย่างน้อยวันละครั้ง ขณะที่ 58.5% บริโภคโพรไบโอติกทุกวัน ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับโพรไบโอติกและดัชนีมวลกาย (BMI) เป็นบวก ($R^2=0.034$) ซึ่งให้เห้นถึงความจำเป็นในการเพิ่มความรู้เกี่ยวกับโพรไบโอติก

Avila et al. (2020) วิเคราะห์การรับรู้และพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์นมโพรไบโอติก พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับประโยชน์ด้านสุขภาพลำไส้ แต่มีข้อจำกัดด้านการเข้าใจข้อมูลบนฉลากและราคาผลิตภัณฑ์

Le Chong & The. (2020) สํารวจพฤติกรรมการซื้ออาหารเสริมโพรไบโอติกในมาเลเซีย พบว่าแรงจูงใจส่วนบุคคลและความเชื่อด้านสุขภาพเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ ในขณะที่ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม่ใช่ปัจจัยหลัก

Raman et al. (2019) กล่าวถึงบทบาทของโพรไบโอติกในเครื่องดื่มฟังก์ชันที่ช่วยปรับปรุงสุขภาพลำไส้ ลดโรคเรื้อรัง เช่น โรคอ้วนและเบาหวาน

Maxim et al. (2019) สํารวจความต้องการอาหารเพื่อสุขภาพ พบว่าผู้หญิงสนใจอาหารเพื่อสุขภาพมากกว่า ปัจจัยสำคัญคือราคาและประโยชน์ต่อสุขภาพ

Whee, Sim, How. (2010) ผู้บริโภคมีทัศนคติเชิงบวกต่อโพรไบโอติก มองว่าเป็นแหล่งประโยชน์ด้านสุขภาพ โดยทัศนคติแตกต่างกันตามเพศ อายุ และระดับการศึกษา

อลิสสา กนกโชติวรการ. (2563) ศึกษาความพร้อมของโรงงานในไทยในการผลิตโพรไบโอติก พบว่าโรงงานต้องนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ และแนะนำการใช้เทคโนโลยีไมโครเอนแคปซูเลชัน

กิริยา และ กัลยกร. (2567) ศึกษาการเปิดรับสื่อออนไลน์และการตัดสินใจซื้อโพรไบโอติกใน Generation Y พบว่าการเปิดรับสื่อ Owned Media มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อในด้านการแสวงหาข้อมูลและการตัดสินใจซื้อ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้จัดอยู่ในรูปแบบงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือหลัก การศึกษานี้มุ่งเน้นประชากรกลุ่มวัยทำงานในจังหวัดภูเก็ตที่มีอายุระหว่าง 25–59 ปี โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น 384 คน ซึ่งคำนวณจากสมการของ Cochran และเพื่อจำนวนแบบสอบถามไว้ที่ 400 ชุด การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Stratified และ Purposive Sampling)

ตัวแปรที่ศึกษาประกอบด้วยตัวแปรต้น ได้แก่ ทักษะที่เกี่ยวข้องกับโพรไบโอติกและปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนตัวแปรตามคือพฤติกรรมการบริโภคโพรไบโอติก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามที่แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล, ทักษะที่เกี่ยวข้องกับโพรไบโอติก (ใช้มาตรวัดแบบ 5 ระดับ) และพฤติกรรมการบริโภค

แบบสอบถามผ่านการตรวจสอบคุณภาพด้วยการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validation) โดยมีค่า IOC = 0.95 และความเชื่อมั่น (Reliability) ที่วัดโดยค่า Cronbach's alpha = 0.76

การเก็บข้อมูลดำเนินการผ่าน Google Form เผยแพร่ผ่าน Facebook และ Line ระหว่างวันที่ 1-30 กันยายน 2567 โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) และแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) เริ่มจากกลุ่มที่ผู้วิจัยรู้จักและขยายวงต่อ พร้อมกำหนดให้ล็อกอินผ่าน Google เพื่อป้องกันการตอบซ้ำ

ข้อมูลที่ได้ถูกวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย รวมถึงการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-square) โดยมีสมมติฐานหลัก 2 ข้อ คือ

1. ทักษะที่เกี่ยวข้องกับโพรไบโอติกมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค
2. พฤติกรรมการบริโภคแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิจัย

การวิจัยนี้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคโพรไบโอติกของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 45-54 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ 30,001-50,000 บาท พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวกต่อโพรไบโอติก โดยเชื่อในประโยชน์ต่อสุขภาพลำไส้ (ร้อยละ 99.3) และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 94.8) พฤติกรรมบริโภคส่วนใหญ่มุ่งเสริมสุขภาพลำไส้ (ร้อยละ 91.8) และตัดสินใจซื้อตามความพิจารณาตนเอง (ร้อยละ 81.3) ทั้งนี้ ทัศนคติและปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุ การศึกษา และรายได้ มีอิทธิพลต่อการเลือกบริโภค ผู้บริโภคเน้นผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย ได้รับการรับรอง และตอบสนองความต้องการด้านสุขภาพอย่างหลากหลาย

อภิปรายผล

จากการวิจัยพบว่าทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจและความรู้สึกเกี่ยวกับโพรไบโอติกส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด KAP Model และทฤษฎีของ Kotler โดยกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มบริโภคโพรไบโอติกเมื่อมีความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ เช่น เสริมภูมิคุ้มกันและสุขภาพลำไส้ นอกจากนี้ ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ ยังมีผลต่อการเลือกบริโภค ผู้หญิงให้ความสำคัญกับสุขภาพและความงาม ขณะที่ผู้มีการศึกษาสูงและรายได้สูงเลือกผลิตภัณฑ์จากข้อมูลที่น่าเชื่อถือ การซื้อส่วนใหญ่เกิดจากรีวิวออนไลน์และคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ ทั้งนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์สุขภาพและสื่อสารชัดเจนเป็นโอกาสสำคัญในตลาด

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง พัฒนากลยุทธ์เฉพาะกลุ่ม เน้นโฆษณาด้านความงามสำหรับผู้หญิง และเสริมสุขภาพลำไส้ในผู้สูงอายุ

ผลการวิจัยพบว่าระดับการศึกษาส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคผ่านความเชื่อในคำแนะนำทางวิชาการ เช่น คำแนะนำจากแพทย์ แสดงถึงความไว้วางใจในข้อมูลเชิงวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ

ใช้ข้อมูลวิชาการสร้างความเชื่อมั่น เพิ่มคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญในโฆษณา เพื่อตอบโจทย์กลุ่มที่มี การศึกษาสูง

ผลการวิจัยพบว่าข้อมูลจากสื่อโฆษณาและรีวิวออนไลน์มีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ โดยเฉพาะในกลุ่มที่อายุน้อยหรือมีอาชีพที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลข่าวสาร ส่งเสริมการตลาดออนไลน์ พัฒนาแคมเปญรีวิวหรือโฆษณาออนไลน์ เพื่อดึงดูดกลุ่มวัยทำงานที่ใช้สื่อดิจิทัล

สำหรับนักวิจัยในอนาคต ศึกษาเพิ่มเติมในปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่อาจมีผลต่อการบริโภคโปรไบโอติก เช่น ความรู้จากการวิจัยในห้องทดลองที่ศึกษา ชนิดหรือรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ หรือการพัฒนานวัตกรรมจากเทคโนโลยี ขยายกลุ่มตัวอย่างและบริบทการศึกษา ควรทำการศึกษาในบริบทที่หลากหลาย เช่น ในพื้นที่ที่มีการผลิตโปรไบโอติกในรูปแบบธรรมชาติ หรือในรูปแบบอุตสาหกรรมที่แตกต่าง พัฒนาเครื่องมือหรือแนวทางการวิจัย ควรใช้เทคนิคการวิจัยที่ทันสมัย เช่นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก การสังเกตการณ์โดยใช้ AI หรือการเก็บข้อมูลระยะยาว เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนแม่นยำมากขึ้น

งานวิจัยมีข้อจำกัดจากการเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งอาจส่งผลต่อความถูกต้องและการสะท้อนประสบการณ์จริงของผู้ตอบ รวมถึงข้อจำกัดด้านกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยทำงานในจังหวัดภูเก็ตเท่านั้น ทำให้ผลการวิจัยอาจไม่สะท้อนบริบทพื้นที่อื่น นอกจากนี้ ขอบเขตเวลาที่จำกัดอาจไม่สะท้อนการเปลี่ยนแปลงระยะยาว และการอ้างอิงทฤษฎี เช่น KAP Model ยังอาจไม่ครอบคลุมทุกมิติ ข้อจำกัดทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะของภูเก็ต เช่น ความสะดวกในการเข้าถึงสินค้า และข้อจำกัดด้านความซับซ้อนของปัจจัยอาจทำให้การอธิบายเชิงลึกไม่ครบถ้วน.

เอกสารอ้างอิง

Allport, Gordon. (1935). "Attitudes," in A Handbook of Social Psychology, ed. C. Murchison. Worcester, MA: Clark University Press, 789–844. วิกีพีเดีย. (n.d.). ทศนคติ. สืบค้นจาก <https://th.wikipedia.org/wiki/ทศนคติ>

Amara, A. A., & Shibl, A. (2015). Role of probiotics in health improvement, infection control and disease treatment and management. Saudi Pharmaceutical Journal, 23(2), 107–114. <https://doi.org/10.1016/j.jsps.2013.07.001>

- Avila, B. P., da Rosa, P. P., Fernandes, T. A., Chesini, R. G., Sedrez, P. A., de Oliveira, A. P. T., ... & Roll, V. F. B. (2020). Analysis of the perception and behaviour of consumers regarding probiotic dairy products. *International Dairy Journal*, 106, 104703. <https://doi.org/10.1016/j.idairyj.2020.104703>
- Cebirbay, M. A., & Ekinoğlu, E. (2024). A Comparison between Attitudes and Knowledge Towards Fast-Food and Probiotics of Undergraduates. *Mutiara Medika: Jurnal Kedokteran dan Kesehatan*, 24(1), 48-57. <http://doi.org/10.18196/mmjkk.v24i1.21032>
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control* (14th Global ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Le Chong, C., & Teh, P. H. (2020). Consumer Buying Behavior towards Probiotics Nutraceutical Products in Malaysia. *Asian Journal of Research in Business and Management*, 2(2), 1-22. <https://myjms.mohe.gov.my/index.php/ajrbm/article/view/9644>
- Maxim, C., Fărcaș, A., Vodnar, D., Tofană, M., & Socaci, S. (2019). Consumers' requirements for functional foods. <https://doi.org/10.15835/buasvmcn-fst:2019.0032>
- Medthai (2563). โพรไบโอติก (Probiotic) ตัวช่วยเรื่องดูแลสุขภาพสำหรับคนยุคใหม่! <https://medthai.com/Probiotic/>
- Probiotics: What is it, benefits, side effects, food & types. Cleveland Clinic. (n.d.). <https://my.clevelandclinic.org/health/articles/14598-probiotics>
- Raman, M., Ambalam, P., & Doble, M. (2019). Probiotics, prebiotics, and fibers in nutritive and functional beverages. In *Nutrients in beverages* (pp. 315-367). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-816842-4.00009-5>
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer behavior: Buying, having, and being*. Pearson.
- Whee, S., Sim, H., & How, J. (2010). Consumers' perception and attitude towards probiotic food. Retrieved from

https://app.scholarai.io/paper?paper_id=SS_ID:1bee947c964bb806ea0b8d2e18584176d403806e.

Wikipedia. (n.d.). *Alkalihalobacillus clausii*. Retrieved (15 August 2024), from https://en.wikipedia.org/wiki/Alkalihalobacillus_clausii

Wikipedia. (n.d.). *Bifidobacterium longum*. Retrieved (15 August 2024), from https://en.wikipedia.org/wiki/Bifidobacterium_longum

กนกโชติวรการ, อลิสา, "การศึกษาความเป็นไปได้เชิงพาณิชย์ของการขายโพรไบโอติกที่ผ่านกระบวนการไมโครเอนแคป ซูลชันแก่โรงงานรับจ้างผลิตอาหารเสริม" (2020). Chulalongkorn University Theses and Dissertations (Chula ETD). 7372. <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/7372>

กระทรวงสาธารณสุข. (2556). โพรไบโอติก-จุลินทรีย์ทางเลือกเพื่อสุขภาพ. <https://thaicam.go.th/wp-content/uploads/2019/09/โพรไบโอติก-จุลินทรีย์ทางเลือกเพื่อสุขภาพ-1>

กรุงเทพธุรกิจ. (2564). โภชนเภสัช' มาแรงรับเทรนด์สุขภาพ. <https://www.bangkokbiznews.com/social/922722>

กิริยา ปภาณุวัฒน์ และกัลยกร วรกุลลัญ ฐานีย์ (2567): "พฤติกรรม的开รับสื่อออนไลน์ และกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมโพรไบโอติก (Probiotics) ของ Generation Y" https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jmhs1_s/article/view/271207

ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. (2556). การใช้แบบจำลอง KAP กับการศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติการป้องกันการติดเชื้อ เอช ไอ วี / เอดส์ ของคนประจำเรือไทย. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

ทิพยเนตร อริยปิณฑน์. (2563). Probiotics, Prebiotics, and Synbiotics and Human Health. วารสารสมาคมกำหนดอาหารแห่งประเทศไทย, 40(1-3), 107-111.

บุรณัฏฐ จันทรแดง, เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร และสัญญา เคนาภูมิ. (2562). ปัจจัย ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม. สืบค้นจาก <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/dhammathas/article/download/157222/158461/>.

วิกิพีเดีย. (n.d.). *Bifidobacteriales*. สืบค้นเมื่อ (15 สิงหาคม 2567), จาก
<https://hmong.in.th/wiki/Bifidobacteriales>

วิกิพีเดีย.(n.d.). *Saccharomyces cerevisiae*. สืบค้นเมื่อ(15 สิงหาคม 2567), จาก
https://th.wikipedia.org/wiki/Saccharomyces_cerevisiae

วิกิพีเดีย.(n.d.). แลคโตบาซิลัส. สืบค้นเมื่อ(15 สิงหาคม 2567), จาก
<http://th.wikipedia.org/wiki/แลคโตบาซิลัส#อ้างอิง>

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538). *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์.(2560).*การบริหารการตลาดยุคใหม่*.กรุงเทพฯ:บริษัทธรรมสาร.

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง
การใช้จุลินทรีย์ โปรไบโอติกในอาหาร. ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 128 ตอนพิเศษ 86 ง
วันที่ 3 สิงหาคม 2554. หน้า 21-5.

สุภัจฉรา นพจินดา. (2557). โปรไบโอติกกับการส่งเสริมสุขภาพ. [https://he01.tci-](https://he01.tci-thaijo.org/index.php/JRTAN/article/view/31311/26909)
[thaijo.org/index.php/JRTAN/article/view/31311/26909](https://he01.tci-thaijo.org/index.php/JRTAN/article/view/31311/26909)

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2556). *ทฤษฎีการสื่อสาร* กรุงเทพฯ : ระเบียบทอง

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และ ดลยา จาตุรงค์กุล. (2545). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 7).
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์.

อนุวัตร จุลินทร และคณะ. (2562)ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลและทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน: การ
นำไปประยุกต์ใช้ด้านธุรกิจ* Theory of Reason Action and Theory of Planned
Behavior: An Application to Business.

อลิสสา กนกโชติวรการ (2563). “การศึกษาความเป็นไปได้เชิงพาณิชย์ของการขายโปรไบโอติกที่
ผ่านกระบวนการไมโครเอนแคปซูเลชันแก่โรงงานรับจ้างผลิตอาหารเสริม
<http://doi.org/10.58837/CHULA.IS.2020.297>”