



รายงานผลการสำรวจ
โครงการสำรวจความคิดเห็นและค่านิยมของประชาชนที่ส่งผลต่อ
พฤติกรรมกรการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ

เสนอ

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
กระทรวงสาธารณสุข ถนนติวานนท์ จังหวัดนนทบุรี 11000

โดย

ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล”
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

เลขที่ 118 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

โทร. 0-27273618 โทรสาร. 0-27273595

คำนำ

รายงานผลการสำรวจโครงการสำรวจความคิดเห็นและค่านิยมของประชาชนที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาค่านิยมของสังคมที่มีผลต่อความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อนำมาพัฒนาศักยภาพของผู้บริโภคในการเผยแพร่รณรงค์ให้ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพและพฤติกรรมการเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ ซึ่งดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 6 -24 มีนาคม 2560 จำนวนทั้งสิ้น 2,085 หน่วยตัวอย่าง เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ อนึ่ง โครงการสำรวจครั้งนี้ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” ขอขอบพระคุณกลุ่มตัวอย่างประชาชนทั่วประเทศที่ได้เสียสละเวลาในการแสดงความคิดเห็นมา ณ โอกาสนี้

ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล”
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ข
สารบัญ	ค
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์	1
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	1
ขอบเขตการดำเนินงาน	2
ระเบียบวิธีการวิจัย	2
ผลการสำรวจ	3
ภาคผนวก	
เอกสารเผยแพร่ผลโพล	67
กราฟฟิคผลโพล	75
แบบสอบถาม	77

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์การ และกระบวนการที่พวกเขาเหล่านั้นใช้เลือกสรร รักษา และกำจัด สิ่งที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ บริการ ประสบการณ์ หรือแนวคิด เพื่อสนองความต้องการและผลกระทบที่กระบวนการเหล่านี้มีต่อผู้บริโภคและสังคมพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการผสมผสานจิตวิทยา สังคมวิทยา มานุษยวิทยาสังคม และเศรษฐศาสตร์ เพื่อพยายามทำความเข้าใจกระบวนการการตัดสินใจของผู้ซื้อ ทั้งปัจเจกบุคคลและกลุ่มบุคคล พฤติกรรมผู้บริโภคศึกษาลักษณะเฉพาะของผู้บริโภคปัจเจกชน อาทิ ลักษณะทางประชากรศาสตร์และตัวแปรเชิงพฤติกรรม เพื่อพยายามทำความเข้าใจความต้องการของประชาชน พฤติกรรมผู้บริโภคโดยทั่วไปก็ยังพยายามประเมินสิ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคโดยกลุ่มบุคคลเช่นครอบครัว มิตรสหาย กลุ่มอ้างอิง และสังคมแวดล้อม ด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

ในการนี้ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จึงได้กำหนดให้มีการดำเนินการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนทั่วไป เกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกบริโภคของกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อสุขภาพ โดยมอบหมายให้กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคดำเนินการร่วมกับหน่วยงานภายนอกเพื่อดำเนินการสำรวจโครงการดังกล่าว ทั้งนี้ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจะนำผลที่ได้จากการสำรวจไปใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และสอดคล้องกับความคาดหวังของประชาชนต่อไป

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อศึกษาค่านิยมของสังคมที่มีผลต่อความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ
- 2.2 เพื่อนำมาพัฒนาศักยภาพของผู้บริโภคในการเผยแพร่รณรงค์ให้ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพและพฤติกรรมการเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ

3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทำให้ทราบผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินงานพัฒนาศักยภาพของผู้บริโภค ในการเผยแพร่รณรงค์ให้ประชาชน มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ และมีพฤติกรรมการเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ และเพื่อนำผลจากการวิจัยไปปรับปรุงข้อกำหนดและวัตถุประสงค์ชี้วัดผลงานตามแผนงานพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค และใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการปรับปรุงข้อกำหนดและวัตถุประสงค์ชี้วัดผลงานตามแผนงานพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค

4. ขอบเขตการดำเนินงาน

- 4.1 สำรวจ วิเคราะห์ด้านพฤติกรรมกรรมการเลือกบริโภคของกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ
- 4.2 ประเด็นคำถามเป็นตัวชี้วัดพฤติกรรมกรรมการเลือกบริโภคของกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของประชาชน รวมถึงแนวโน้มของพฤติกรรมกรรมการเลือกบริโภคที่สะท้อนสภาพสังคมในปัจจุบัน
- 4.3 ระยะเวลาในการดำเนินงาน 6 เดือน (ม.ค. 60 – มิ.ย. 60) นับจากมีการลงนามในสัญญาจ้าง

5.ระเบียบวิธีการวิจัย

5.1 ลักษณะและรูปแบบการวิจัย

ในการสำรวจครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยสำรวจเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเลือกบริโภคของกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ซึ่งมีการกำหนดขนาดของหน่วยตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ และการประมวลผลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

5.2 ประชากรเป้าหมายและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป้าหมายในการสำรวจครั้งนี้ คือ ประชาชนทั่วไปที่มีเป็นเพศหญิง พักอาศัยอยู่ในพื้นที่ทุกภาคของประเทศไทย การสุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ มีการสุ่มตัวอย่างจากบัญชีรายชื่อฐานข้อมูลตัวอย่างหลัก (Master Sample) ของ “นิด้าโพล” ด้วยความน่าจะเป็นแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งภูมิภาคออกเป็น 5 ภูมิภาค จากนั้นในแต่ละภาคสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Random Sampling) โดยยึดช่วงห่างลำดับที่ของประชากรเป็นเกณฑ์ในการเลือกเบอร์โทรศัพท์ โดยกระจายทั่วประเทศ จำนวน 2,085 หน่วยตัวอย่าง

5.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ใช้วิธีการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Phone Survey) จากประชากรเป้าหมาย ตามขอบเขตเนื้อหาการวิจัยที่ได้กำหนด

5.4 การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

การวิเคราะห์ในครั้งนี้นำมาใช้สถิติการวิจัย คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และนำเสนอค่าสถิติพื้นฐาน คือ การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage)

6. ผลการสำรวจ

ตอนที่ 1 ความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่ผู้หญิงทำไมจึงอยากสวยและดูดีมากที่สุด

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
1. สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง	1,458	69.93
2. ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น	361	17.31
3. ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสได้คู่ครอง	202	9.69
4. อยากให้สุขภาพดีและรูปร่างดี	22	1.06
5. เพื่อให้ได้เข้าสังคมที่ดี	8	0.38
6. ไม่แสดงความคิดเห็น	34	1.63
รวมทั้งสิ้น	2,085	100.00

จากผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้หญิง เหตุผลที่ผู้หญิงทำไมจึงอยากสวยและดูดีมากที่สุด พบว่า ผู้หญิงส่วนใหญ่มีเหตุผลคือเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับตนเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.39 รองลงมา คือ เพื่อทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 17.31 เพื่อดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสได้คู่ครอง คิดเป็นร้อยละ 9.69 เพื่ออยากให้สุขภาพดีและรูปร่างดี คิดเป็นร้อยละ 1.06 และเพื่อให้ได้เข้าสังคมที่ดี คิดเป็นร้อยละ 0.38 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะสีผิวที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุด

ลักษณะสีผิว	จำนวน	ร้อยละ
1. ผิวสีน้ำผึ้ง หรือผิวสองสี	949	45.52
2. ผิวสีขาว	937	44.94
3. ผิวสีอะไรก็ได้	122	5.85
4. ผิวคล้ำ	77	3.69
รวมทั้งสิ้น	2,085	100.00

จากผลการสำรวจลักษณะสีผิวที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุด พบว่า ผู้หญิงที่มีผิวสีน้ำผึ้ง หรือผิวสองสีสวยและดูดีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.52 รองลงมา คือ ผู้หญิงที่มีผิวสีขาว คิดเป็นร้อยละ 44.94 ผู้หญิงที่มีผิวสีอะไรก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 5.85 และผู้หญิงที่มีผิวสีคล้ำ คิดเป็นร้อยละ 3.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะรูปร่างที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุด

ลักษณะรูปร่าง	จำนวน	ร้อยละ
1. รูปร่างสมส่วน	1,574	75.49
2. รูปร่างผอม	257	12.33
3. รูปร่างอวบ	214	10.26
4. รูปร่างอย่างไรก็ได้	24	1.15
5. รูปร่างอ้วน	16	0.77
รวมทั้งสิ้น	2,085	100.00

จากผลการสำรวจลักษณะรูปร่างที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุดพบว่า ผู้หญิงที่มีรูปร่างสมส่วนจะสวยและดูดีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.49 รองลงมา คือ ผู้หญิงที่มีรูปร่างผอมจะสวยและดูดี คิดเป็นร้อยละ 12.33 ผู้หญิงที่มีรูปร่างอวบจะสวยและดูดี คิดเป็นร้อยละ 10.26 ผู้หญิงที่มีรูปร่างอย่างไรก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 1.15 และผู้หญิงที่มีรูปร่างอ้วนก็สวยและดูดีได้ คิดเป็นร้อยละ 0.77 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิธีการที่ผู้หญิงคิดว่าสามารถทำให้สวยและดูดีขึ้นได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

วิธีการ	ร้อยละ
1. ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ	79.25
2. ทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น	71.95
3. ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	24.83
4. ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	22.05
5. ศัลยกรรมตกแต่ง	11.00
6. ฉีดผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	7.44
7. กินยาลดความอ้วน	6.00

จากผลการสำรวจวิธีการที่ผู้หญิงคิดว่าสามารถทำให้สวยและดูดีขึ้นได้พบว่า ผู้หญิงส่วนใหญ่คิดว่าการออกกำลังกายให้สม่ำเสมอจะทำให้สวยและดูดีขึ้นได้ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.25 รองลงมา คือ การทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 71.95 การใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงามคิดเป็นร้อยละ 24.83 การทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคิดเป็นร้อยละ 22.05 การศัลยกรรมตกแต่ง คิดเป็นร้อยละ 11.00 การฉีดผลิตภัณฑ์เสริมความงาม คิดเป็นร้อยละ 7.44 และการกินยาลดความอ้วน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิธีการที่ผู้หญิงใช้ทำเพื่อเสริมความงามให้แก่ตัวเอง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

วิธีการ	ร้อยละ
1. ทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น	73.03
2. ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ	69.51
3. ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	27.31
4. ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	19.08
5. กินยาลดความอ้วน	5.64
6. ศัลยกรรมตกแต่ง	4.62
7. ฉีดผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	3.81

จากผลการสำรวจวิธีการที่ผู้หญิงใช้ทำเพื่อเสริมความงามให้แก่ตัวเองพบว่า ผู้หญิงส่วนใหญ่ใช้วิธีการทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.03 รองลงมา คือ ใช้วิธีออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ คิดเป็นร้อยละ 69.51 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงามคิดเป็นร้อยละ 27.31 ใช้วิธีการทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคิดเป็นร้อยละ 19.08 ใช้วิธีการกินยาลดความอ้วน คิดเป็นร้อยละ 5.64 ใช้วิธีทำศัลยกรรมตกแต่ง คิดเป็นร้อยละ 4.62 และใช้วิธีการฉีดผลิตภัณฑ์เสริมความงาม คิดเป็นร้อยละ 3.81 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยทำศัลยกรรมตกแต่ง หากมีโอกาสที่จะทำศัลยกรรมตกแต่งจะทำหรือไม่

การมีโอกาสที่จะทำศัลยกรรมตกแต่ง	จำนวน	ร้อยละ
● ไม่กล้าทำแน่นอนโดยมีเหตุผลดังนี้	1,402	67.24
1) กลัวผลกระทบข้างเคียงจากการทำศัลยกรรม	ร้อยละ 42.72	
2) ไม่ชอบการทำศัลยกรรม	ร้อยละ 16.05	
3) มั่นใจในรูปร่างของตัวเองอยู่แล้ว	ร้อยละ 9.77	
4) ไม่มีความจำเป็นต้องทำกินอาหารเสริมน่าจะเพียงพอ	ร้อยละ 7.28	
5) อยากสวยแบบธรรมชาติ	ร้อยละ 7.20	
6) กลัวผลกระทบที่จะเกิดขึ้นเมื่ออายุมาก	ร้อยละ 4.99	
7) พุ่มเพื่อย เอาเงินไปทำอย่างอื่นดีกว่า	ร้อยละ 1.71	
8) เป็นข้อห้ามของอิสลาม	ร้อยละ 0.29	
9) ยังเด็กและที่บ้านไม่อนุญาต	ร้อยละ 0.21	
10) กลัวทำออกมาไม่สวย	ร้อยละ 0.07	
11) บริจาคร่างกายแล้วเลยไม่อยากทำ	ร้อยละ 0.07	
12) เป็นสิ่งปลอมที่เข้าสู่ร่างกาย	ร้อยละ 0.07	

13) ไม่ระบุเหตุผล

ร้อยละ 9.56

ตารางที่ 6(ต่อ) จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยทำศัลยกรรมตกแต่ง หากมีโอกาสที่จะทำศัลยกรรมตกแต่งจะทำหรือไม่

การมีโอกาที่จะทำศัลยกรรมตกแต่ง	จำนวน	ร้อยละ
● พร้อมที่จะทำทันที	336	16.12
1) อยากแก้ไขจุดบกพร่องเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับตนเอง	ร้อยละ 41.37	
2) อยากสวยเหมือนคนอื่น ๆ	ร้อยละ 31.25	
3) อยากดูดีขึ้นเพื่อการเข้าสังคม	ร้อยละ 13.39	
4) มีเงินพร้อมจะทำทุกอย่าง	ร้อยละ 1.79	
5) ทำให้มีโอกาทำงานมากขึ้น	ร้อยละ 1.49	
6) รูปร่างหน้าตา เป็นสิ่งสำคัญ	ร้อยละ 0.30	
7) การมีหน้าตาที่ดีทำให้ประสบความสำเร็จได้	ร้อยละ 0.30	
8) ไม่ระบุเหตุผล	ร้อยละ 10.12	
● ไม่แน่ใจว่าทำ	254	12.18
1) ไม่แน่ใจในความปลอดภัยและผลข้างเคียง	ร้อยละ 20.87	
2) คิดว่าเป็นสิ่งที่ไม่มีความจำเป็น	ร้อยละ 13.78	
3) กลัวทำศัลยกรรมตกแต่งออกมาแล้วไม่สวย	ร้อยละ 12.99	
4) เป็นเรื่องของอนาคตไว้มีโอกาสก็จะทำให้ถึงเวลาที่เหมาะสมก่อน	ร้อยละ 12.60	
5) กลัวเจ็บจากการทำศัลยกรรม	ร้อยละ 8.66	
6) ต้องศึกษาข้อดี ข้อเสียข้อมูลหลายๆด้านก่อนทำ	ร้อยละ 3.54	
7) ปัจจุบันยังเรียนอยู่ อายุยังน้อย	ร้อยละ 3.54	
8) อายุเยอะแล้วต้องดูแลตนเอง	ร้อยละ 1.97	
9) ไม่จำเป็นเพราะที่มีดีอยู่แล้ว	ร้อยละ 1.18	
10) ไม่ระบุเหตุผล	ร้อยละ 20.87	
● ไม่แสดงความคิดเห็น	93	4.46
รวมทั้งสิ้น	2,085	100.00

จากผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยทำศัลยกรรมตกแต่งหากมีโอกาสที่จะทำศัลยกรรมตกแต่งจะทำหรือไม่ พบว่า ผู้หญิงส่วนใหญ่ไม่กล้าทำแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 67.24 โดยระบุเหตุผลอันดับแรกคือ กลัวผลกระทบข้างเคียงจากการทำศัลยกรรม อันดับที่สองคือไม่ชอบการทำศัลยกรรม และอันดับที่สามคือ มั่นใจในรูปร่างของตัวเองอยู่แล้ว รองลงมา คือ พร้อมที่จะทำศัลยกรรมตกแต่งทันทีหากมีโอกาส

คิดเป็นร้อยละ 16.12 โดยระบุเหตุผลอันดับแรกคือ อยากแก้ไขจุดบกพร่องเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับตนเอง อันดับที่สองคือ อยากสวยเหมือนคนอื่นๆ และอันดับที่สามคือ อยากดูดีขึ้นเพื่อการเข้าสังคม และยังไม่แน่ใจว่าทำศัลยกรรมตกแต่งทันทีหากมีโอกาสดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ 12.18 โดยระบุเหตุผลอันดับแรกคือ ไม่แน่ใจในความปลอดภัยและผลข้างเคียงของการทำศัลยกรรมตกแต่ง อันดับที่สองคือ คิดว่าเป็นสิ่งที่ไม่มีความจำเป็นต้องทำศัลยกรรมตกแต่ง และอันดับที่สามคือ กลัวทำศัลยกรรมตกแต่งออกมาแล้วไม่สวย

ตารางที่ 7 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงามของผู้หญิง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญ	ร้อยละ
1. การมีเครื่องหมาย ออย.	87.96
2. ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์	32.49
3. ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย	31.13
4. แหล่งที่มาของสินค้า	28.90
5. การมีเครื่องหมาย สคบ.	26.27
6. การบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลที่ท่านเชื่อถือ เช่น ญาติ หรือ เพื่อน เป็นต้น	24.62
7. การบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลอื่นๆ เช่น การรีวิวสินค้า หรือ การโพสต์ของเหล่าคนดัง	19.67
8. รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เช่น แพคเกจ สี กลิ่น เป็นต้น	16.37
9. การพบเห็นจากสื่อบ่อย ๆ และสามารถหาซื้อได้ง่าย	15.83
10. อื่น ๆ ได้แก่ ความปลอดภัย การมีผู้เชี่ยวชาญแนะนำ การอยากลองใช้	0.15

จากผลการสำรวจปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงามของผู้หญิงพบว่า ผู้หญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการมีเครื่องหมาย ออย. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.96 รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ คิดเป็นร้อยละ 32.49 การมีส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย คิดเป็นร้อยละ 31.13 การมีแหล่งที่มาของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 28.90 การมีเครื่องหมาย สคบ. คิดเป็นร้อยละ 26.27 การบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลที่ท่านเชื่อถือ เช่น ญาติ หรือ เพื่อน เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 24.62 การบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลอื่น ๆ เช่น การรีวิวสินค้า หรือ การโพสต์ของเหล่าคนดัง คิดเป็นร้อยละ 19.67 รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เช่น แพคเกจ สี กลิ่น เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 16.37 และการพบเห็นจากสื่อบ่อย ๆ และสามารถหาซื้อได้ง่าย คิดเป็นร้อยละ 15.83 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่า 18 ปี	426	20.43
18 - 25 ปี	421	20.19
26 – 35 ปี	408	19.57
36 – 45 ปี	430	20.62
มากกว่า 45 ปีขึ้นไป	400	19.18
รวมทั้งสิ้น	2,085	100.00
สถานภาพการสมรส		
โสด	953	45.71
สมรส/อยู่ด้วยกัน	878	42.11
คบหาอยู่	160	7.67
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	94	4.51
รวมทั้งสิ้น	2,085	100.00
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ประถมศึกษา/ต่ำกว่า	337	16.16
มัธยมศึกษา/เทียบเท่า	821	39.38
อนุปริญญา/เทียบเท่า	149	7.15
ปริญญาตรี/เทียบเท่า	668	32.04
สูงกว่าปริญญาตรี/เทียบเท่า	110	5.28
รวมทั้งสิ้น	2,085	100.00
อาชีพหลัก		
นักเรียน/นักศึกษา	584	28.01
เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ	352	16.88
พนักงานเอกชน	273	13.09
พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/ว่างงาน	271	13.00
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	223	10.70

ข้าราชการ/ลูกจ้างของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	221	10.60
เกษตรกร/ประมง	161	7.72
รวมทั้งสิ้น	2,085	100.00

ตารางที่ 8 (ต่อ) จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่มีรายได้	701	33.62
ไม่เกิน 10,000 บาท	448	21.49
10,001 – 20,000 บาท	479	22.97
20,001 – 30,000 บาท	207	9.93
30,001 – 40,000 บาท	88	4.22
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	116	5.56
ไม่ระบุ	46	2.21
รวมทั้งสิ้น	2,085	100.00
ภูมิภาคที่พักอาศัยปัจจุบัน		
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	563	27.00
ภาคเหนือ	390	18.71
ปริมลพ	329	15.78
ภาคกลาง	287	13.76
กรุงเทพมหานคร	263	12.61
ภาคใต้	253	12.13
รวมทั้งสิ้น	2,085	100.00

จากผลการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.62 รองลงมา คือ มีอายุน้อยกว่า 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.43 มีอายุระหว่าง 18 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.19 มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.57 และมีอายุมากกว่า 45 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 19.18

กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.71 รองลงมา คือ มีสถานภาพสมรส หรืออยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 42.11 สถานภาพคบหาดูใจกัน คิดเป็นร้อยละ 7.67 และสถานภาพหม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 4.51

กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.38 รองลงมา คือ ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 32.04 ระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า

คิดเป็นร้อยละ 16.16 ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 7.15 และสูงกว่าระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 5.28

กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.01 รองลงมา คือ เจ้าของธุรกิจหรืออาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 16.88 พนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 13.09 พ่อบ้าน แม่บ้าน เกษียณอายุ และว่างงาน คิดเป็นร้อยละ 13.00 ผู้ใช้แรงงานหรือรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 10.70 ข้าราชการ ลูกจ้างของรัฐ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 10.60 และเกษตรกรหรือประมง คิดเป็นร้อยละ 7.72

กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.97 รองลงมา คือ มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.49 มีรายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.93 มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5.56 มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.22 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 27.00 รองลงมา คือ อาศัยอยู่ในภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 39.0 อาศัยอยู่ในปริมณฑล คิดเป็นร้อยละ 15.78 อาศัยอยู่ในภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 13.76 อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 12.61 และอาศัยอยู่ในภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 12.13 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามอายุ

ความคิดเห็นและค่านิยม	อายุ					รวมทั้งสิ้น
	ต่ำกว่า 18 ปี	18 - 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	มากกว่า 45 ปีขึ้นไป	
● เหตุผลที่ผู้หญิงทำไมจึงอยากสวยและดูดีมากที่สุด						
1) สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง	264	312	312	312	258	1,458
	(61.97)	(74.11)	(76.47)	(72.56)	(64.50)	(69.93)
2) ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น	37	64	72	88	100	361
	(8.69)	(15.20)	(17.65)	(20.47)	(25.00)	(17.31)
3) ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสดำรงครอง	120	40	20	13	9	202
	(28.17)	(9.50)	(4.90)	(3.02)	(2.25)	(9.69)
4) อยากให้สุขภาพดีและรูปร่างดี	3	2	0	10	7	22
	(0.70)	(0.48)	(0.00)	(2.33)	(1.75)	(1.06)
5) เพื่อให้ได้เข้าสังคมที่ดี	1	2	0	0	5	8
	(0.23)	(0.48)	(0.00)	(0.00)	(1.25)	(0.38)
6) ไม่แสดงความคิดเห็น	1	1	4	7	21	34
	(0.23)	(0.24)	(0.98)	(1.63)	(5.25)	(1.63)
รวมทั้งสิ้น	426	421	408	430	400	2,085
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ตารางที่ 9 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามอายุ

ความคิดเห็นและค่านิยม	อายุ					รวมทั้งสิ้น
	ต่ำกว่า 18 ปี	18 - 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	มากกว่า 45 ปีขึ้นไป	
● ลักษณะสีผิวที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุด						
1) ผิวสีน้ำผึ้ง หรือผิวสองสี	159	216	192	191	191	949
	(37.32)	(51.31)	(47.06)	(44.42)	(47.75)	(45.52)
2) ผิวสีขาว	234	176	191	192	144	937
	(54.93)	(41.81)	(46.81)	(44.65)	(36.00)	(44.94)
3) ผิวสีอะไรก็ได้	19	19	16	28	40	122
	(4.46)	(4.51)	(3.92)	(6.51)	(10.00)	(5.85)
4) ผิวคล้ำ	14	10	9	19	25	77
	(3.29)	(2.38)	(2.21)	(4.42)	(6.25)	(3.69)
รวมทั้งสิ้น	426	421	408	430	400	2,085
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)
● ลักษณะรูปร่างที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุด						
1) รูปร่างสมส่วน	259	333	323	340	319	1,574
	(60.80)	(79.10)	(79.17)	(79.07)	(79.75)	(75.49)
2) รูปร่างผอม	117	42	29	38	31	257
	(27.46)	(9.98)	(7.11)	(8.84)	(7.75)	(12.33)
3) รูปร่างอวบ	36	39	54	44	41	214
	(8.45)	(9.26)	(13.24)	(10.23)	(10.25)	(10.26)

ตารางที่ 9 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามอายุ

ความคิดเห็นและค่านิยม	อายุ					รวมทั้งสิ้น
	ต่ำกว่า 18 ปี	18 - 25 ปี	26 - 35 ปี	36 - 45 ปี	มากกว่า 45 ปีขึ้นไป	
4) รูปร่างอย่างไรก็ได้	7 (1.64)	2 (0.48)	2 (0.49)	5 (1.16)	8 (2.00)	24 (1.15)
5) รูปร่างอ้วน	7 (1.64)	5 (1.19)	0 (0.00)	3 (0.70)	1 (0.25)	16 (0.77)
รวมทั้งสิ้น	426 (100.00)	421 (100.00)	408 (100.00)	430 (100.00)	400 (100.00)	2,085 (100.00)
● สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยทำศัลยกรรมตกแต่งหากมีโอกาที่จะทำศัลยกรรมตกแต่งจะทำหรือไม่						
1) ไม่กล้าทำแน่นอน	219 (51.41)	219 (52.02)	257 (62.99)	346 (80.47)	361 (90.25)	1,402 (67.24)
2) พร้อมที่จะทำทันที	103 (24.18)	100 (23.75)	76 (18.63)	43 (10.00)	14 (3.50)	336 (16.12)
3) ไม่แน่ใจว่าทำ	102 (23.94)	78 (18.53)	39 (9.56)	23 (5.35)	12 (3.00)	254 (12.18)
4) ไม่แสดงความคิดเห็น	2 (0.47)	24 (5.70)	36 (8.82)	18 (4.19)	13 (3.25)	93 (4.46)
รวมทั้งสิ้น	426 (100.00)	421 (100.00)	408 (100.00)	430 (100.00)	400 (100.00)	2,085 (100.00)

ตารางที่ 9 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามอายุ

ความคิดเห็นและค่านิยม	อายุ					รวมทั้งสิ้น
	ต่ำกว่า 18 ปี	18 - 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	มากกว่า 45 ปีขึ้นไป	
● วิธีการที่ผู้หญิงคิดว่าสามารถทำให้สวยและดูดีขึ้นได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)						
1) ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ	317	330	326	338	339	1,650
	(74.59)	(78.76)	(79.90)	(78.60)	(84.75)	(79.25)
2) ทานผักและผลไม้	353	293	286	304	262	1,498
	(83.06)	(69.93)	(70.10)	(70.70)	(65.50)	(71.95)
3) ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	221	119	99	58	20	517
	(52.00)	(28.40)	(24.26)	(13.49)	(5.00)	(24.83)
4) ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	163	102	88	68	38	459
	(38.35)	(24.34)	(21.57)	(15.81)	(9.50)	(22.05)
5) ศัลยกรรมตกแต่ง	88	71	45	17	8	229
	(20.71)	(16.95)	(11.03)	(3.95)	(2.00)	(11.00)
6) ฉีดผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	63	30	35	16	11	155
	(14.82)	(7.16)	(8.58)	(3.72)	(2.75)	(7.44)
7) กินยาลดความอ้วน	67	26	16	8	8	125
	(15.76)	(6.21)	(3.92)	(1.86)	(2.00)	(6.00)

ตารางที่ 9 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามอายุ

ความคิดเห็นและค่านิยม	อายุ					รวมทั้งสิ้น
	ต่ำกว่า 18 ปี	18 - 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	มากกว่า 45 ปีขึ้นไป	
● วิธีการที่ผู้หญิงใช้ทำเพื่อเสริมความงามให้แก่ตัวเอง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)						
1) ทานผักและผลไม้	303	313	296	312	292	1,516
	(72.14)	(74.35)	(72.55)	(72.90)	(73.18)	(73.03)
2) ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ	227	280	306	321	309	1,443
	(54.05)	(66.51)	(75.00)	(75.00)	(77.44)	(69.51)
3) ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	161	146	119	104	37	567
	(38.33)	(34.68)	(29.17)	(24.30)	(9.27)	(27.31)
4) ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	81	96	84	90	45	396
	(19.29)	(22.80)	(20.59)	(21.03)	(11.28)	(19.08)
5) กินยาลดความอ้วน	41	31	21	19	5	117
	(9.76)	(7.36)	(5.15)	(4.44)	(1.25)	(5.64)
6) ศัลยกรรมตกแต่ง	16	34	29	12	5	96
	(3.81)	(8.08)	(7.11)	(2.80)	(1.25)	(4.62)
7) ฉีดผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	16	23	22	12	6	79
	(3.81)	(5.46)	(5.39)	(2.80)	(1.50)	(3.81)

ตารางที่ 9 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามอายุ

ความคิดเห็นและค่านิยม	อายุ					รวมทั้งสิ้น
	ต่ำกว่า 18 ปี	18 - 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	มากกว่า 45 ปีขึ้นไป	
● ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงามของผู้หญิง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)						
1) การมีเครื่องหมาย อย.	392 (92.67)	369 (87.65)	354 (86.98)	364 (86.05)	332 (86.23)	1,811 (87.96)
2) ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์	183 (43.26)	172 (40.86)	139 (34.15)	109 (25.77)	66 (17.14)	669 (32.49)
3) ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย	161 (38.06)	130 (30.88)	157 (38.57)	123 (29.08)	70 (18.18)	641 (31.13)
4) แหล่งที่มาของสินค้า	186 (43.97)	131 (31.12)	128 (31.45)	95 (22.46)	55 (14.29)	595 (28.90)
5) การมีเครื่องหมาย สคบ.	144 (34.04)	122 (28.98)	114 (28.01)	113 (26.71)	48 (12.47)	541 (26.27)
6) การบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลที่ท่านเชื่อถือ เช่น ญาติ หรือ เพื่อน เป็นต้น	136 (32.15)	123 (29.22)	100 (24.57)	87 (20.57)	61 (15.84)	507 (24.62)
7) การบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลอื่นๆ เช่น การรีวิว สินค้า หรือ การโพสต์ของเหล่าคนดัง	128 (30.26)	114 (27.08)	78 (19.16)	62 (14.66)	23 (5.97)	405 (19.67)
8) รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เช่น แพคเกจ สี กลิ่น เป็นต้น	76 (17.97)	74 (17.58)	90 (22.11)	59 (13.95)	38 (9.87)	337 (16.37)
9) การพบเห็นจากสื่อบ่อยๆ และสามารถหาซื้อได้ง่าย	78 (18.44)	83 (19.71)	71 (17.44)	67 (15.84)	27 (7.01)	326 (15.83)
10) อื่น ๆ ได้แก่ ความปลอดภัย การมีผู้เชี่ยวชาญ แนะนำ การอยากลองใช้	1 (0.24)	1 (0.24)	1 (0.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (0.15)

จากตารางที่ 9 พบว่า ตัวอย่างให้เหตุผลที่ผู้หญิงทำไมจึงอยากสวยและดูดีมากที่ สำหรับ ตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 61.97 รองลงมาคือ ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสได้คู่ครอง ร้อยละ 28.17 ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 8.69 อยากให้สุขภาพดีและรูปร่างดี ร้อยละ 0.70 และเพื่อให้ได้เข้าสังคมที่ดี ร้อยละ 0.23 ตัวอย่างในช่วงอายุ 18 - 25 ปี สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 74.11 รองลงมาคือ ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 15.20 ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสได้คู่ครอง ร้อยละ 9.50 และอยากให้สุขภาพดีและรูปร่างดี, เพื่อให้ได้เข้าสังคมที่ดี ร้อยละ 0.48 ตัวอย่างในช่วงอายุ 26 - 35 ปี ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 76.47 รองลงมาคือ ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 17.65 และดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสได้คู่ครอง ร้อยละ 4.90 ตัวอย่างในช่วงอายุ 36 - 45 ปี ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 72.56 รองลงมาคือ ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 20.47 ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสได้คู่ครอง ร้อยละ 3.02 อยากให้สุขภาพดีและรูปร่างดี ร้อยละ 2.33 ตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 45 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 64.50 รองลงมาคือ ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 25.00 ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสได้คู่ครอง ร้อยละ 2.25 อยากให้สุขภาพดีและรูปร่างดี ร้อยละ 1.75 และเพื่อให้ได้เข้าสังคมที่ดี ร้อยละ 1.25

ลักษณะสีผิวที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุดของตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ส่วนใหญ่ ผิวสีขาว ร้อยละ 54.93 รองลงมาคือ ผิวสีน้ำตาลหรือผิวสองสี ร้อยละ 37.32 ผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 4.46 และผิวคล้ำ ร้อยละ 3.29 ตัวอย่างในช่วงอายุ 18 - 25 ปี ส่วนใหญ่ ผิวสีน้ำตาลหรือผิวสองสี ร้อยละ 51.31 รองลงมาคือ ผิวสีขาว ร้อยละ 41.81 ผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 4.51 และผิวคล้ำ ร้อยละ 2.38 ตัวอย่างในช่วงอายุ 26 - 35 ปี ส่วนใหญ่ ผิวสีน้ำตาลหรือผิวสองสี ร้อยละ 47.06 รองลงมาคือ ผิวสีขาว ร้อยละ 46.81 ผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 3.92 และผิวคล้ำ ร้อยละ 2.21 ตัวอย่างในช่วงอายุ 36 - 45 ปี ส่วนใหญ่ ผิวสีขาว ร้อยละ 44.65 รองลงมาคือ ผิวสีน้ำตาลหรือผิวสองสี ร้อยละ 44.42 ผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 6.51 และผิวคล้ำ ร้อยละ 4.42 ตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 45 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ ผิวสีน้ำตาลหรือผิวสองสี ร้อยละ 47.75 รองลงมาคือ ผิวสีขาว ร้อยละ 36.00 ผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 10.00 และผิวคล้ำ ร้อยละ 6.25

ลักษณะรูปร่างที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุดของตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ส่วนใหญ่ รูปร่างสมส่วน ร้อยละ 60.80 รองลงมาคือ รูปร่างผอม ร้อยละ 27.46 รูปร่างอวบ ร้อยละ 8.45 และรูปร่างอย่างไรก็ได้, รูปร่างอ้วน ร้อยละ 1.64 ตัวอย่างในช่วงอายุ 18 - 25 ปี ส่วนใหญ่ รูปร่างสมส่วน ร้อยละ 79.10 รองลงมาคือ รูปร่างผอม ร้อยละ 9.98 รูปร่างอวบ ร้อยละ 9.26 รูปร่างอ้วน ร้อยละ 1.19 และรูปร่างอย่างไรก็ได้ ร้อยละ 0.48 ตัวอย่างในช่วงอายุ 26 - 35 ปี ส่วนใหญ่ รูปร่างสมส่วน ร้อยละ 79.17 รองลงมาคือ รูปร่างอวบ ร้อยละ 13.24 รูปร่างผอม ร้อยละ 7.11 และรูปร่างอย่างไรก็ได้ ร้อยละ 0.49 ตัวอย่างในช่วงอายุ 36 - 45 ปี ส่วนใหญ่ รูปร่างสมส่วน ร้อยละ 79.07 รองลงมาคือ รูปร่างอวบ ร้อยละ 10.23 รูปร่างผอม ร้อยละ 8.84 รูปร่างอย่างไรก็ได้ ร้อยละ 1.16 และรูปร่างอ้วน ร้อยละ 0.70 ตัวอย่างที่

มีอายุมากกว่า 45 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ รูปร่างสมส่วน ร้อยละ 79.75 รองลงมาคือ รูปร่างอวบ ร้อยละ 10.25 รูปร่างผอม ร้อยละ 7.75 รูปร่างอย่างไรก็ได้ ร้อยละ 2.00 และรูปร่างอ้วน ร้อยละ 0.25

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยทำศัลยกรรมตกแต่งหากมีโอกาสที่จะทำศัลยกรรมตกแต่งจะทำหรือไม่ของตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 51.41 รองลงมาคือ พร้อมที่จะทำทันที ร้อยละ 24.18 และไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 23.94 ตัวอย่างในช่วงอายุ 18 - 25 ปี ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 52.02 รองลงมาคือ พร้อมที่จะทำทันที ร้อยละ 23.75 และไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 18.53 ตัวอย่างในช่วงอายุ 26 - 35 ปี ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 62.99 รองลงมาคือ พร้อมที่จะทำทันที ร้อยละ 18.63 และไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 9.56 ตัวอย่างในช่วงอายุ 36 - 45 ปี ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 80.47 รองลงมาคือ พร้อมที่จะทำทันที ร้อยละ 10.00 และไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 5.35 ตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 45 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 90.25 รองลงมาคือ พร้อมที่จะทำทันที ร้อยละ 3.50 และไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

วิธีการที่ผู้หญิงคิดว่าสามารถทำให้สวยและดูดีขึ้นได้ของตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ส่วนใหญ่ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 83.06 รองลงมาคือ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 74.59 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 52.00 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 38.35 ตัวอย่างในช่วงอายุ 18 - 25 ปี ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 78.76 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 69.93 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 28.40 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 24.34 ตัวอย่างในช่วงอายุ 26 - 35 ปี ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 79.90 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 70.10 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 24.26 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 21.57 ตัวอย่างในช่วงอายุ 36 - 45 ปี ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 78.60 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 70.70 ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 15.81 และใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 13.49 ตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 45 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 84.75 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 65.50 ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 9.50 และใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

วิธีการที่ผู้หญิงใช้ทำเพื่อเสริมความงามให้แก่ตัวเองของตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ส่วนใหญ่ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 72.14 รองลงมาคือ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 54.05 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 38.33 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 19.29 ตัวอย่างในช่วงอายุ 18 - 25 ปี ส่วนใหญ่ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 74.35 รองลงมาคือ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 66.51 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 34.68 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 22.80 ตัวอย่างในช่วงอายุ 26 - 35 ปี ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 72.55 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 29.17 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 20.59 ตัวอย่างในช่วงอายุ 36 - 45 ปี ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ ทานผัก

และผลไม้ ร้อยละ 72.90 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 24.30 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 21.03 ตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 45 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 77.44 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 73.18 ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 11.28 และใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 9.27 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงามของผู้หญิงของตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย ออ. ร้อยละ 92.67 รองลงมาคือ แหล่งที่มาของสินค้า ร้อยละ 43.97 ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ ร้อยละ 43.26 และส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย ร้อยละ 38.06 ตัวอย่างในช่วงอายุ 18 - 25 ปี ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย ออ. ร้อยละ 87.65 รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ ร้อยละ 40.86 แหล่งที่มาของสินค้า ร้อยละ 31.12 และส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย ร้อยละ 30.88 ตัวอย่างในช่วงอายุ 26 - 35 ปี ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย ออ. ร้อยละ 86.98 รองลงมาคือ ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย ร้อยละ 38.57 ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ ร้อยละ 34.15 และแหล่งที่มาของสินค้า ร้อยละ 31.45 ตัวอย่างในช่วงอายุ 36 - 45 ปี ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย ออ. ร้อยละ 86.05 รองลงมาคือ ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย ร้อยละ 29.08 การมีเครื่องหมาย สคบ. ร้อยละ 26.71 และความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ ร้อยละ 25.77 ตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 45 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย ออ. ร้อยละ 86.23 รองลงมาคือ ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย ร้อยละ 18.18 ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ ร้อยละ 17.14 และการบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลที่ท่านเชื่อถือ เช่นญาติ หรือเพื่อน เป็นต้น ร้อยละ 15.84 แหล่งที่มาของสินค้า ร้อยละ 14.29 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามสถานภาพการสมรส

ความคิดเห็นและค่านิยม	สถานภาพการสมรส				รวมทั้งสิ้น
	โสด	คบหาอยู่	สมรส/ อยู่ด้วยกัน	หม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	
● เหตุผลที่ผู้หญิงทำไมจึงอยากสวยและดูดีมากที่สุด					
1) สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง	709	75	624	50	1,458
	(74.40)	(46.88)	(71.07)	(53.19)	(69.93)
2) ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น	134	18	175	34	361
	(14.06)	(11.25)	(19.93)	(36.17)	(17.31)
3) ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสได้คู่ครอง	93	66	39	4	202
	(9.76)	(41.25)	(4.44)	(4.26)	(9.69)
4) อยากให้สุขภาพดีและรูปร่างดี	7	1	14	0	22
	(0.73)	(0.63)	(1.59)	(0.00)	(1.06)
5) เพื่อให้ได้เข้าสังคมที่ดี	1	0	6	1	8
	(0.10)	(0.00)	(0.68)	(1.06)	(0.38)
6) ไม่แสดงความคิดเห็น	9	0	20	5	34
	(0.94)	(0.00)	(2.28)	(5.32)	(1.63)
รวมทั้งสิ้น	953	160	878	94	2,085
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ตารางที่ 10 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามสถานภาพการสมรส

ความคิดเห็นและค่านิยม	สถานภาพการสมรส				รวมทั้งสิ้น
	โสด	คบหาอยู่	สมรส/ อยู่ด้วยกัน	หม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	
● ลักษณะสีผิวที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุด					
1) ผิวสีน้ำผึ้ง หรือผิวสองสี	471	52	369	57	949
	(49.42)	(32.50)	(42.03)	(60.64)	(45.52)
2) ผิวสีขาว	404	99	405	29	937
	(42.39)	(61.88)	(46.13)	(30.85)	(44.94)
3) ผิวสีอะไรก็ได้	52	5	61	4	122
	(5.46)	(3.13)	(6.95)	(4.26)	(5.85)
4) ผิวคล้ำ	26	4	43	4	77
	(2.73)	(2.50)	(4.90)	(4.26)	(3.69)
รวมทั้งสิ้น	953	160	878	94	2,085
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)
● ลักษณะรูปร่างที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุด					
1) รูปร่างสมส่วน	727	83	695	69	1,574
	(76.29)	(51.88)	(79.16)	(73.40)	(75.49)
2) รูปร่างผอม	124	48	75	10	257
	(13.01)	(30.00)	(8.54)	(10.64)	(12.33)
3) รูปร่างอวบ	80	28	93	13	214
	(8.39)	(17.50)	(10.59)	(13.83)	(10.26)

ตารางที่ 10 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามสถานภาพการสมรส

ความคิดเห็นและค่านิยม	สถานภาพการสมรส				รวมทั้งสิ้น
	โสด	คบหาอยู่	สมรส/ อยู่ด้วยกัน	หม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	
4) รูปร่างอย่างไรก็ได้	13 (1.36)	1 (.63)	9 (1.03)	1 (1.06)	24 (1.15)
5) รูปร่างอ้วน	9 (0.94)	0 (0.00)	6 (0.68)	1 (1.06)	16 (0.77)
รวมทั้งสิ้น	953 (100.00)	160 (100.00)	878 (100.00)	94 (100.00)	2,085 (100.00)
● สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยทำศัลยกรรมตกแต่ง หากมีโอกาที่จะทำศัลยกรรมตกแต่งจะทำหรือไม่					
1) ไม่กล้าทำแน่นอน	590 (61.91)	51 (31.88)	683 (77.79)	78 (82.98)	1,402 (67.24)
2) พร้อมที่จะทำทันที	171 (17.94)	59 (36.88)	95 (10.82)	11 (11.70)	336 (16.12)
3) ไม่แน่ใจว่าทำ	157 (16.47)	41 (25.63)	54 (6.15)	2 (2.13)	254 (12.18)
4) ไม่แสดงความคิดเห็น	35 (3.67)	9 (5.63)	46 (5.24)	3 (3.19)	93 (4.46)
รวมทั้งสิ้น	953 (100.00)	160 (100.00)	878 (100.00)	94 (100.00)	2,085 (100.00)

ตารางที่ 10 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามสถานภาพการสมรส

ความคิดเห็นและค่านิยม	สถานภาพการสมรส				รวมทั้งสิ้น
	โสด	คบหาอยู่	สมรส/ อยู่ด้วยกัน	หม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	
● วิธีการที่ผู้หญิงคิดว่าสามารถทำให้สวยและดูดีขึ้นได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)					
1) ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ	776	110	693	71	1,650
	(81.51)	(69.18)	(79.02)	(75.53)	(79.25)
2) ทานผักและผลไม้	705	139	586	68	1,498
	(74.05)	(87.42)	(66.82)	(72.34)	(71.95)
3) ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	280	103	130	4	517
	(29.41)	(64.78)	(14.82)	(4.26)	(24.83)
4) ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	247	75	130	7	459
	(25.95)	(47.17)	(14.82)	(7.45)	(22.05)
5) ศัลยกรรมตกแต่ง	117	64	45	3	229
	(12.29)	(40.25)	(5.13)	(3.19)	(11.00)
6) ฉีดผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	74	40	40	1	155
	(7.77)	(25.16)	(4.56)	(1.06)	(7.44)
7) กินยาลดความอ้วน	63	35	25	2	125
	(6.62)	(22.01)	(2.85)	(2.13)	(6.00)

ตารางที่ 10 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามสถานภาพการสมรส

ความคิดเห็นและค่านิยม	สถานภาพการสมรส				รวมทั้งสิ้น
	โสด	คบหาอยู่	สมรส/ อยู่ด้วยกัน	หม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	
● วิธีการที่ผู้หญิงใช้ทำเพื่อเสริมความงามให้แก่ตัวเอง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)					
1) ทานผักและผลไม้	708	120	616	72	1,516
	(74.53)	(76.43)	(70.40)	(76.60)	(73.03)
2) ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ	656	67	647	73	1,443
	(69.05)	(42.68)	(73.94)	(77.66)	(69.51)
3) ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	302	68	190	7	567
	(31.79)	(43.31)	(21.71)	(7.45)	(27.31)
4) ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	199	44	143	10	396
	(20.95)	(28.03)	(16.34)	(10.64)	(19.08)
5) กินยาลดความอ้วน	56	22	37	2	117
	(5.89)	(14.01)	(4.23)	(2.13)	(5.64)
6) ศัลยกรรมตกแต่ง	46	22	27	1	96
	(4.84)	(14.01)	(3.09)	(1.06)	(4.62)
7) ฉีดผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	39	14	25	1	79
	(4.11)	(8.92)	(2.86)	(1.06)	(3.81)

ตารางที่ 10 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามสถานภาพการสมรส

ความคิดเห็นและค่านิยม	สถานภาพการสมรส				รวมทั้งสิ้น
	โสด	คบหาอยู่	สมรส/ อยู่ด้วยกัน	หม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	
● ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงามของผู้หญิง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)					
1) การมีเครื่องหมาย อย.	827 (87.05)	154 (96.86)	755 (87.79)	75 (83.33)	1,811 (87.96)
2) ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์	401 (42.21)	52 (32.70)	194 (22.56)	22 (24.44)	669 (32.49)
3) ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย	353 (37.16)	54 (33.96)	222 (25.81)	12 (13.33)	641 (31.13)
4) แหล่งที่มาของสินค้า	338 (35.58)	54 (33.96)	190 (22.09)	13 (14.44)	595 (28.90)
5) การมีเครื่องหมาย สคบ.	273 (28.74)	81 (50.94)	172 (20.00)	15 (16.67)	541 (26.27)
6) การบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลที่ท่านเชื่อถือ เช่น ญาติ หรือ เพื่อน เป็นต้น	283 (29.79)	51 (32.08)	159 (18.49)	14 (15.56)	507 (24.62)
7) การบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลอื่นๆ เช่น การรีวิวสินค้า หรือ การ โพสต์ของเหล่าคนดัง	230 (24.21)	64 (40.25)	104 (12.09)	7 (7.78)	405 (19.67)
8) รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เช่น แพคเกจ สี กลิ่น เป็นต้น	182 (19.16)	33 (20.75)	111 (12.91)	11 (12.22)	337 (16.37)
9) การพบเห็นจากสื่อบ่อยๆ และสามารถหาซื้อได้ง่าย	176 (18.53)	31 (19.50)	110 (12.79)	9 (10.00)	326 (15.83)
10) อื่น ๆ ได้แก่ ความปลอดภัย การมีผู้เชี่ยวชาญแนะนำ การอยากลองใช้	2 (0.21)	0 (0.00)	1 (0.12)	0 (0.00)	3 (0.15)

จากตารางที่ 10 พบว่า ตัวอย่างให้เหตุผลที่ผู้หญิงทำไมจึงอยากสวยและดูดีมากที่สุด สำหรับ ตัวอย่างในสถานภาพโสด ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 74.40 รองลงมาคือ ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 14.06 ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสได้คู่ครอง ร้อยละ 9.76 อยากให้สุขภาพดีและรูปร่างดี ร้อยละ 0.73 ตัวอย่างในสถานภาพคบหาอยู่ ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 46.88 รองลงมาคือ ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสได้คู่ครอง ร้อยละ 41.25 ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 11.25 และอยากให้สุขภาพดีและรูปร่างดี ร้อยละ 0.63 ตัวอย่างในสถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 71.07 รองลงมาคือ ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 19.93 ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสได้คู่ครอง ร้อยละ 4.44 และอยากให้สุขภาพดีและรูปร่างดี ร้อยละ 1.59 ตัวอย่างในสถานภาพหม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่ ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 53.19 รองลงมาคือ ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 36.17 ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสได้คู่ครอง ร้อยละ 4.26 และเพื่อให้ได้เข้าสู่สังคมที่ดี ร้อยละ 1.06

ลักษณะสีผิวที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุดของตัวอย่างในสถานภาพโสด ส่วนใหญ่ ผิวสีน้ำตาล หรือผิวสองสี ร้อยละ 49.42 รองลงมาคือ ผิวสีขาว ร้อยละ 42.39 ผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 5.46 และผิวคล้ำ ร้อยละ 2.73 ตัวอย่างในสถานภาพคบหาอยู่ ส่วนใหญ่ ผิวสีขาว ร้อยละ 61.88 รองลงมาคือ ผิวสีน้ำตาล หรือผิวสองสี ร้อยละ 32.50 ผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 3.13 และผิวคล้ำ ร้อยละ 2.50 ตัวอย่างในสถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน ส่วนใหญ่ ผิวสีขาว ร้อยละ 46.13 รองลงมาคือ ผิวสีน้ำตาลหรือผิวสองสี ร้อยละ 42.03 ผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 6.95 และผิวคล้ำ ร้อยละ 4.90 ตัวอย่างในสถานภาพหม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่ ส่วนใหญ่ ผิวสีน้ำตาล หรือผิวสองสี ร้อยละ 60.64 รองลงมาคือ ผิวสีขาว ร้อยละ 30.85 และผิวคล้ำ, ผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 4.26

ลักษณะรูปร่างที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุดของตัวอย่างในสถานภาพโสด ส่วนใหญ่ รูปร่างสมส่วน ร้อยละ 76.29 รองลงมาคือ รูปร่างผอม ร้อยละ 13.01 รูปร่างอวบ ร้อยละ 8.39 รูปร่างอย่างไรก็ได้ ร้อยละ 1.36 และรูปร่างอ้วน ร้อยละ 0.94 ตัวอย่างในสถานภาพคบหาอยู่ ส่วนใหญ่ รูปร่างสมส่วน ร้อยละ 51.88 รองลงมาคือ รูปร่างผอม ร้อยละ 30.00 รูปร่างอวบ ร้อยละ 17.50 และรูปร่างอย่างไรก็ได้ ร้อยละ 0.63 ตัวอย่างในสถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน ส่วนใหญ่ รูปร่างสมส่วน ร้อยละ 79.16 รองลงมาคือ รูปร่างอวบ ร้อยละ 10.59 รูปร่างผอม ร้อยละ 8.54 รูปร่างอย่างไรก็ได้ ร้อยละ 1.03 และรูปร่างอ้วน ร้อยละ 0.68 ตัวอย่างในสถานภาพหม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่ ส่วนใหญ่ รูปร่างสมส่วน ร้อยละ 73.40 รองลงมาคือ รูปร่างอวบ ร้อยละ 13.83 รูปร่างผอม ร้อยละ 10.64 และรูปร่างอ้วน, รูปร่างอย่างไรก็ได้ ร้อยละ 1.06

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยทำศัลยกรรมตกแต่งหากมีโอกาสที่จะทำศัลยกรรมตกแต่งจะทำหรือไม่ตัวอย่างในสถานภาพโสด ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 61.91 รองลงมาคือ พร้อมทั้งจะทำทันที ร้อยละ 17.94 ไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 16.47 ตัวอย่างในสถานภาพคบหาอยู่ ส่วนใหญ่ พร้อมทั้งจะทำทันที ร้อยละ 36.88 รองลงมาคือ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 31.88 ไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 25.63 ตัวอย่างในสถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 77.79 รองลงมาคือ พร้อมทั้งจะทำทันที

ร้อยละ 10.82 ไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 6.15 ตัวอย่างในสถานภาพหม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่ ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 82.98 รองลงมาคือ พร้อมทั้งจะทำทันที ร้อยละ 11.70 ไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 2.13

วิธีการที่ผู้หญิงคิดว่าสามารถทำให้สวยและดูดีขึ้นได้ของตัวอย่างในสถานภาพโสด ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 81.51 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 74.05 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 29.41 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 25.95 ตัวอย่างในสถานภาพคบหาอยู่ ส่วนใหญ่ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 87.42 รองลงมาคือ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 69.18 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 64.78 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 47.17 ตัวอย่างในสถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 79.02 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 66.82 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม, ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 14.82 และ ศัลยกรรมตกแต่ง ร้อยละ 5.13 ตัวอย่างในสถานภาพหม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่ ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 75.53 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 72.34 ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 7.45 และใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 4.26

วิธีการที่ผู้หญิงใช้ทำเพื่อเสริมความงามให้แก่ตัวเองของตัวอย่างในสถานภาพโสด ส่วนใหญ่ ทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น ร้อยละ 74.53 รองลงมาคือ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 69.05 และใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 31.79 ตัวอย่างในสถานภาพคบหาอยู่ ส่วนใหญ่ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 76.43 รองลงมาคือ ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 43.31 และออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 42.68 ตัวอย่างในสถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 73.94 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 70.40 และใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 21.71 ตัวอย่างในสถานภาพหม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่ ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 77.66 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 76.60 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 10.64

ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงามของผู้หญิงของตัวอย่างในสถานภาพโสด ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย ออย. ร้อยละ 87.05 รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ ร้อยละ 42.21 ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย ร้อยละ 37.16 และแหล่งที่มาของสินค้า ร้อยละ 35.58 ตัวอย่างในสถานภาพคบหาอยู่ ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย ออย. ร้อยละ 96.86 รองลงมาคือ การมีเครื่องหมาย สคบ. ร้อยละ 50.94 การบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลอื่น ๆ เช่น การรีวิวสินค้า หรือ การโพสต์ของเหล่าคนดัง ร้อยละ 40.25 และส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย, แหล่งที่มาของสินค้า ร้อยละ 33.96 ตัวอย่างในสถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย ออย. ร้อยละ 87.79 รองลงมาคือ ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย ร้อยละ 25.81 ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ ร้อยละ 22.56 และ แหล่งที่มาของสินค้า ร้อยละ 22.09 ตัวอย่างในสถานภาพหม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่ ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย ออย. ร้อยละ 83.33 รองลงมาคือความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ ร้อยละ 24.44 การมีเครื่องหมาย สคบ. ร้อยละ 16.67 และการบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลที่ท่านเชื่อถือ เช่น ญาติ หรือ เพื่อน เป็นต้น ร้อยละ 15.56

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ความคิดเห็นและค่านิยม	ระดับการศึกษาสูงสุด					รวมทั้งสิ้น
	ประถมศึกษา/ ต่ำกว่า	มัธยมศึกษา/ เทียบเท่า	อนุปริญญา/ เทียบเท่า	ปริญญาตรี /เทียบเท่า	สูงกว่าปริญญา ตรี/เทียบเท่า	
● เหตุผลที่ผู้หญิงทำไมจึงอยากสวยและดูดีมากที่สุด						
1) สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง	200	537	109	525	87	1,458
	(59.35)	(65.41)	(73.15)	(78.59)	(79.09)	(69.93)
2) ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น	85	140	31	93	12	361
	(25.22)	(17.05)	(20.81)	(13.92)	(10.91)	(17.31)
3) ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสดูคู่ครอง	28	127	7	36	4	202
	(8.31)	(15.47)	(4.70)	(5.39)	(3.64)	(9.69)
4) อยากให้สุขภาพดีและรูปร่างดี	4	7	1	6	4	22
	(1.19)	(0.85)	(0.67)	(0.90)	(3.64)	(1.06)
5) เพื่อให้ได้เข้าสังคมที่ดี	3	5	0	0	0	8
	(0.89)	(0.61)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.38)
6) ไม่แสดงความคิดเห็น	17	5	1	8	3	34
	(5.04)	(0.61)	(0.67)	(1.20)	(2.73)	(1.63)
รวมทั้งสิ้น	337	821	149	668	110	2,085
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ตารางที่ 11 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ความคิดเห็นและค่านิยม	ระดับการศึกษาสูงสุด					รวมทั้งสิ้น
	ประถมศึกษา/ ต่ำกว่า	มัธยมศึกษา/ เทียบเท่า	อนุปริญญา/ เทียบเท่า	ปริญญาตรี / เทียบเท่า	สูงกว่าปริญญา ตรี/เทียบเท่า	
● ลักษณะสีผิวที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุด						
1) ผิวสีน้ำผึ้ง หรือผิวสองสี	139	351	70	335	54	949
	(41.25)	(42.75)	(46.98)	(50.15)	(49.09)	(45.52)
2) ผิวสีขาว	145	398	73	277	44	937
	(43.03)	(48.48)	(48.99)	(41.47)	(40.00)	(44.94)
3) ผิวสีอะไรก็ได้	25	39	4	42	12	122
	(7.42)	(4.75)	(2.68)	(6.29)	(10.91)	(5.85)
4) ผิวคล้ำ	28	33	2	14	0	77
	(8.31)	(4.02)	(1.34)	(2.10)	(0.00)	(3.69)
รวมทั้งสิ้น	337	821	149	668	110	2,085
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)
● ลักษณะรูปร่างที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุด						
1) รูปร่างสมส่วน	236	569	117	554	98	1,574
	(70.03)	(69.31)	(78.52)	(82.93)	(89.09)	(75.49)
2) รูปร่างผอม	39	148	15	51	4	257
	(11.57)	(18.03)	(10.07)	(7.63)	(3.64)	(12.33)
3) รูปร่างอวบ	53	87	16	53	5	214
	(15.73)	(10.60)	(10.74)	(7.93)	(4.55)	(10.26)

ตารางที่ 11 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ความคิดเห็นและค่านิยม	ระดับการศึกษาสูงสุด					รวมทั้งสิ้น
	ประถมศึกษา/ ต่ำกว่า	มัธยมศึกษา/ เทียบเท่า	อนุปริญญา/ เทียบเท่า	ปริญญาตรี / เทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี/ เทียบเท่า	
4) รูปร่างอย่างไรก็ได้	4 (1.19)	11 (1.34)	0 (0.00)	6 (0.90)	3 (2.73)	24 (1.15)
5) รูปร่างอ้วน	5 (1.48)	6 (0.73)	1 (0.67)	4 (0.60)	0 (0.00)	16 (0.77)
รวมทั้งสิ้น	337 (100.00)	821 (100.00)	149 (100.00)	668 (100.00)	110 (100.00)	2,085 (100.00)
● สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยทำศัลยกรรมตกแต่ง หากมีโอกาสที่จะทำศัลยกรรมตกแต่งจะทำหรือไม่						
1) ไม่กล้าทำแน่นอน	275 (81.60)	509 (62.00)	105 (70.47)	428 (64.07)	85 (77.27)	1,402 (67.24)
2) พร้อมที่จะทำทันที	33 (9.79)	165 (20.10)	24 (16.11)	108 (16.17)	6 (5.45)	336 (16.12)
3) ไม่แน่ใจว่าทำ	20 (5.93)	128 (15.59)	10 (6.71)	89 (13.32)	7 (6.36)	254 (12.18)
4) ไม่แสดงความคิดเห็น	9 (2.67)	19 (2.31)	10 (6.71)	43 (6.44)	12 (10.91)	93 (4.46)
รวมทั้งสิ้น	337 (100.00)	821 (100.00)	149 (100.00)	668 (100.00)	110 (100.00)	2,085 (100.00)

ตารางที่ 11 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ความคิดเห็นและค่านิยม	ระดับการศึกษาสูงสุด					รวมทั้งสิ้น
	ประถมศึกษา/ ต่ำกว่า	มัธยมศึกษา/ เทียบเท่า	อนุปริญญา/ เทียบเท่า	ปริญญาตรี / เทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี/ เทียบเท่า	
● วิธีการที่ผู้หยั่งคิดว่าจะสามารถทำให้สวยและดูดีขึ้นได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)						
1) ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ	259	613	122	559	97	1,650
	(77.08)	(74.85)	(81.88)	(83.68)	(88.18)	(79.25)
2) ทานผักและผลไม้	209	615	114	475	85	1,498
	(62.20)	(75.09)	(76.51)	(71.11)	(77.27)	(71.95)
3) ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	33	271	32	161	20	517
	(9.82)	(33.09)	(21.48)	(24.10)	(18.18)	(24.83)
4) ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	52	215	27	148	17	459
	(15.48)	(26.25)	(18.12)	(22.16)	(15.45)	(22.05)
5) ศัลยกรรมตกแต่ง	15	107	13	87	7	229
	(4.46)	(13.06)	(8.72)	(13.02)	(6.36)	(11.00)
6) ฉีดผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	16	71	7	55	6	155
	(4.76)	(8.67)	(4.70)	(8.23)	(5.45)	(7.44)
7) กินยาลดความอ้วน	12	76	5	32	0	125
	(3.57)	(9.28)	(3.36)	(4.79)	(0.00)	(6.00)

ตารางที่ 11 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ความคิดเห็นและค่านิยม	ระดับการศึกษาสูงสุด					รวมทั้งสิ้น
	ประถมศึกษา/ ต่ำกว่า	มัธยมศึกษา/ เทียบเท่า	อนุปริญญา/ เทียบเท่า	ปริญญาตรี / เทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี/ เทียบเท่า	
● วิธีการที่ผู้หญิงใช้ทำเพื่อเสริมความงามให้แก่ตัวเอง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)						
1) ทานผักและผลไม้	231	584	111	501	89	1,516
	(68.75)	(71.74)	(74.50)	(75.00)	(81.65)	(73.03)
2) ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ	232	507	108	504	92	1,443
	(69.05)	(62.29)	(72.48)	(75.45)	(84.40)	(69.51)
3) ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	42	243	42	202	38	567
	(12.50)	(29.85)	(28.19)	(30.24)	(34.86)	(27.31)
4) ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	33	146	28	160	29	396
	(9.82)	(17.94)	(18.79)	(23.95)	(26.61)	(19.08)
5) กินยาลดความอ้วน	8	58	8	41	2	117
	(2.38)	(7.13)	(5.37)	(6.14)	(1.83)	(5.64)
6) ศัลยกรรมตกแต่ง	4	27	9	51	5	96
	(1.19)	(3.32)	(6.04)	(7.63)	(4.59)	(4.62)
7) ฉีดผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	3	21	5	41	9	79
	(0.89)	(2.58)	(3.36)	(6.14)	(8.26)	(3.81)

ตารางที่ 11 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ความคิดเห็นและค่านิยม	ระดับการศึกษาสูงสุด					รวมทั้งสิ้น
	ประถมศึกษา/ ต่ำกว่า	มัธยมศึกษา/ เทียบเท่า	อนุปริญญา/ เทียบเท่า	ปริญญาตรี / เทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี/ เทียบเท่า	
● ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงามของผู้หญิง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)						
1) การมีเครื่องหมาย อย.	293 (89.60)	720 (88.24)	132 (89.19)	576 (87.14)	90 (84.11)	1,811 (87.96)
2) ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์	50 (15.29)	264 (32.35)	43 (29.05)	272 (41.15)	40 (37.38)	669 (32.49)
3) ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย	56 (17.13)	233 (28.55)	42 (28.38)	266 (40.24)	44 (41.12)	641 (31.13)
4) แหล่งที่มาของสินค้า	57 (17.43)	256 (31.37)	39 (26.35)	208 (31.47)	35 (32.71)	595 (28.90)
5) การมีเครื่องหมาย สคบ.	41 (12.54)	200 (24.51)	37 (25.00)	223 (33.74)	40 (37.38)	541 (26.27)
6) การบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลที่ท่านเชื่อถือ เช่น ญาติ หรือ เพื่อน เป็นต้น	33 (10.09)	219 (26.84)	31 (20.95)	187 (28.29)	37 (34.58)	507 (24.62)
7) การบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลอื่น ๆ เช่น การ รีวิวสินค้า หรือ การโพสต์ของเหล่าคนดัง	23 (7.03)	177 (21.69)	25 (16.89)	152 (23.00)	28 (26.17)	405 (19.67)
8) รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เช่น แพคเกจ สี กลิ่น เป็นต้น	27 (8.26)	113 (13.85)	18 (12.16)	153 (23.15)	26 (24.30)	337 (16.37)
9) การพบเห็นจากสื่อบ่อยๆ และสามารถหาซื้อได้ง่าย	26 (7.95)	118 (14.46)	26 (17.57)	132 (19.97)	24 (22.43)	326 (15.83)
10) อื่น ๆ ได้แก่ ความปลอดภัย การมีผู้เชี่ยวชาญแนะนำ การอยากลองใช้	0 (0.00)	1 (0.12)	1 (0.68)	1 (0.15)	0 (0.00)	3 (0.15)

จากตารางที่ 11 พบว่า ตัวอย่างให้เหตุผลที่ผู้หญิงทำไมจึงอยากสวยและดูดีมากที่ สำหรับ ตัวอย่างในระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 59.35 รองลงมาคือ ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 25.22 ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมี โอกาสได้คู่ครอง ร้อยละ 8.31 และอยากให้อารมณ์ดีและรูปร่างดี ร้อยละ 1.19 ตัวอย่างในระดับ การศึกษามัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 65.41 รองลงมาคือ ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 17.05 ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสดได้คู่ครอง ร้อยละ 15.47 และอยากให้อารมณ์ดีและรูปร่างดี ร้อยละ 0.85 ตัวอย่างในระดับการศึกษานุปริญญา หรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 73.15 รองลงมาคือ ทำให้มีโอกาสในการ ทำงานมากขึ้น ร้อยละ 20.81 ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสดได้คู่ครอง ร้อยละ 4.70 และอยาก ให้อารมณ์ดีและรูปร่างดี ร้อยละ 0.67 ตัวอย่างในระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 78.59 รองลงมาคือ ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 13.92 ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสดได้คู่ครอง ร้อยละ 5.39 และอยากให้อารมณ์ดีและรูปร่างดี ร้อยละ 0.90 ตัวอย่างในระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับ ตนเอง ร้อยละ 79.09 รองลงมาคือ ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 10.91 และดึงดูดให้เพศ ตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสดได้คู่ครอง, อยากให้อารมณ์ดีและรูปร่างดี ร้อยละ 3.64

ลักษณะสีผิวที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุดของตัวอย่างในระดับการศึกษาประถมศึกษา หรือต่ำกว่าส่วนใหญ่ ผิวสีขาว ร้อยละ 43.03 รองลงมาคือ ผิวสีน้ำผึ้ง หรือผิวสองสี ร้อยละ 41.25 ผิวคล้ำ ร้อยละ 8.31 และผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 7.42 ตัวอย่างในระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือ เทียบเท่า ส่วนใหญ่ ผิวสีขาว ร้อยละ 48.48 รองลงมาคือ ผิวสีน้ำผึ้ง หรือผิวสองสี ร้อยละ 42.75 ผิวสี ี่อะไรก็ได้ ร้อยละ 4.75 และผิวคล้ำ ร้อยละ 4.02 ตัวอย่างในระดับการศึกษานุปริญญาหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ ผิวสีขาว ร้อยละ 48.99 รองลงมาคือ ผิวสีน้ำผึ้งหรือผิวสองสี ร้อยละ 46.98 ผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 2.68 และผิวคล้ำ ร้อยละ 1.34 ตัวอย่างในระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ ผิวสีน้ำผึ้ง หรือผิวสองสี ร้อยละ 50.15 รองลงมาคือ ผิวสีขาว ร้อยละ 41.47 ผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 6.29 และผิวคล้ำ ร้อยละ 2.10 ตัวอย่างในระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ ผิวสีน้ำผึ้ง หรือผิวสองสี ร้อยละ 49.09 รองลงมาคือ ผิวสีขาว ร้อยละ 40.00 และผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 10.91

ลักษณะรูปร่างที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุดของตัวอย่างในระดับการศึกษาประถมศึกษา หรือต่ำกว่า ส่วนใหญ่ รูปร่างสมส่วน ร้อยละ 70.03 รองลงมาคือ รูปร่างอวบ ร้อยละ 15.73 รูปร่างผอม ร้อยละ 11.57 รูปร่างอ้วน ร้อยละ 1.48 และรูปร่างอย่างไรก็ได้ ร้อยละ 1.19 ตัวอย่างในระดับการศึกษา มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่าส่วนใหญ่ รูปร่างสมส่วน ร้อยละ 69.31 รองลงมาคือ รูปร่างผอม ร้อยละ 18.03 รูปร่างอวบ ร้อยละ 10.60 รูปร่างอย่างไรก็ได้ ร้อยละ 1.34 และรูปร่างอ้วน ร้อยละ 0.73 ตัวอย่าง ในระดับการศึกษานุปริญญาหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ รูปร่างสมส่วน ร้อยละ 78.52 รองลงมาคือ รูปร่าง อวบ ร้อยละ 10.74 รูปร่างผอม ร้อยละ 10.07 และรูปร่างอ้วน ร้อยละ 0.67 ตัวอย่างในระดับการศึกษา

ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ รูปร่างสมส่วน ร้อยละ 82.93 รองลงมาคือ รูปร่างอวบ ร้อยละ 7.93 รูปร่างผอม ร้อยละ 7.63 รูปร่างอย่างไรก็ได้ ร้อยละ 0.90 และรูปร่างอ้วน ร้อยละ 0.60 ตัวอย่างในระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ รูปร่างสมส่วน ร้อยละ 89.09 รองลงมาคือ รูปร่างอวบ ร้อยละ 4.55 รูปร่างผอม ร้อยละ 3.64 และรูปร่างอย่างไรก็ได้ ร้อยละ 2.73

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยทำศัลยกรรมตกแต่งหากมีโอกาที่จะทำศัลยกรรมตกแต่งจะทำหรือไม่ของตัวอย่างในระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 81.60 รองลงมาคือ พร้อมที่จะทำทันที ร้อยละ 9.79 และ ไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 5.93 ตัวอย่างในระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 62.00 รองลงมาคือ พร้อมที่จะทำทันที ร้อยละ 20.10 และไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 15.59 ตัวอย่างในระดับการศึกษานุปริญญาหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 70.47 รองลงมาคือ พร้อมที่จะทำทันที ร้อยละ 16.11 และ ไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 6.71 ตัวอย่างในระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 64.07 รองลงมาคือ พร้อมที่จะทำทันที ร้อยละ 16.17 และไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 13.32 ตัวอย่างในระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 77.27รองลงมาคือ ไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 6.36 และพร้อมที่จะทำทันที ร้อยละ 5.45

วิธีการที่ผู้หญิงคิดว่าสามารถทำให้สวยและดูดีขึ้นได้ของตัวอย่างในระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 77.08 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น ร้อยละ 62.20 ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 15.48 และใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 9.82 ตัวอย่างในระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ ทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น ร้อยละ 75.09 รองลงมาคือ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 74.85 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 33.09 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 26.05 ตัวอย่างในระดับการศึกษานุปริญญาหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 81.88 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น ร้อยละ 76.51 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 21.48 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 18.12 ตัวอย่างในระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 83.63 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น ร้อยละ 71.11 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 24.10 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 22.16 ตัวอย่างในระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 88.18 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น ร้อยละ 77.27 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 18.18 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 15.45

วิธีการที่ผู้หญิงใช้ทำเพื่อเสริมความงามให้แก่ตัวเองของตัวอย่างในระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 69.05รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น ร้อยละ 68.75 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 12.50 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 9.82 ตัวอย่างในระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ ทานผักและผลไม้ให้

มากขึ้น ร้อยละ 71.74 รองลงมาคือ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 62.29 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 29.85 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 17.94 ตัวอย่างในระดับการศึกษาอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ ทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น ร้อยละ 74.50 รองลงมาคือ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 72.48 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 28.19 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 18.79 ตัวอย่างในระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 75.45 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น ร้อยละ 75.00 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 32.24 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 23.95 ตัวอย่างในระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 84.40 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น ร้อยละ 81.65 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 34.68 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 26.61

ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงามของผู้หญิงของตัวอย่างในระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย อย. ร้อยละ 89.60 รองลงมาคือ แหล่งที่มาของสินค้า ร้อยละ 17.43 ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย ร้อยละ 17.13 และความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ ร้อยละ 15.29 ตัวอย่างในระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย อย. ร้อยละ 88.24 รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ ร้อยละ 32.35 แหล่งที่มาของสินค้า ร้อยละ 31.37 และส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย ร้อยละ 28.55 ตัวอย่างในระดับการศึกษาอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย อย. ร้อยละ 89.19 รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ ร้อยละ 29.05 ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย ร้อยละ 28.38 และแหล่งที่มาของสินค้า ร้อยละ 26.35 ตัวอย่างในระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย อย. ร้อยละ 87.14 รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ ร้อยละ 41.15 ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย ร้อยละ 40.24 และการมีเครื่องหมาย สคบ. ร้อยละ 33.74 ตัวอย่างในระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย อย. ร้อยละ 84.11 รองลงมาคือ ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย ร้อยละ 41.12 ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์, การมีเครื่องหมาย สคบ. ร้อยละ 37.38 และการบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลที่ท่านเชื่อถือ เช่น ญาติ ร้อยละ 34.58

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามอาชีพหลัก

ความคิดเห็นและค่านิยม	อาชีพหลัก							รวมทั้งสิ้น
	ข้าราชการ/ลูกจ้าง ของรัฐ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	เจ้าของ ธุรกิจ/ อาชีพอิสระ	เกษตรกร /ประมง	ผู้ใช้ แรงงาน/ รับจ้าง ทั่วไป	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ เกษียณอายุ/ ว่างงาน	นักเรียน/ นักศึกษา	
● เหตุผลที่ผู้หญิงทำไมจึงอยากสวยและดูดีมากที่สุด								
1) สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง	174 (78.73)	211 (77.29)	239 (67.90)	102 (63.35)	132 (59.19)	190 (70.11)	410 (70.21)	1,458 (69.93)
2) ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น	32 (14.48)	41 (15.02)	74 (21.02)	45 (27.95)	59 (26.46)	52 (19.19)	58 (9.93)	361 (17.31)
3) ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมี โอกาสได้คู่ครอง	9 (4.07)	14 (5.13)	21 (5.97)	10 (6.21)	28 (12.56)	9 (3.32)	111 (19.01)	202 (9.69)
4) อยากให้สุขภาพดีและรูปร่างดี	2 (0.90)	3 (1.10)	7 (1.99)	2 (1.24)	0 (0.00)	5 (1.85)	3 (0.51)	22 (1.06)
5) เพื่อให้ได้เข้าสังคมที่ดี	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (0.28)	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (2.21)	1 (0.17)	8 (0.38)
6) ไม่แสดงความคิดเห็น	4 (1.81)	4 (1.47)	10 (2.84)	2 (1.24)	4 (1.79)	9 (3.32)	1 (0.17)	34 (1.63)
รวมทั้งสิ้น	221	273	352	161	223	271	584	2,085
	(100.00)	(100.00	(100.00)	(100.00	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)
		)		)				

ตารางที่ 12 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามอาชีพหลัก

ความคิดเห็นและค่านิยม	อาชีพหลัก							รวมทั้งสิ้น
	ข้าราชการ/ลูกจ้าง ของรัฐ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	เจ้าของ ธุรกิจ/ อาชีพอิสระ	เกษตรกร /ประมง	ผู้ใช้ แรงงาน/ รับจ้าง ทั่วไป	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ เกษียณอายุ/ ว่างงาน	นักเรียน/ นักศึกษา	
● ลักษณะสีผิวที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุด								
1) ผิวสีน้ำผึ้ง หรือผิวสองสี	107 (48.42)	133 (48.72)	159 (45.17)	58 (36.02)	111 (49.78)	126 (46.49)	255 (43.66)	949 (45.52)
2) ผิวสีขาว	95 (42.99)	125 (45.79)	152 (43.18)	74 (45.96)	95 (42.60)	114 (42.07)	282 (48.29)	937 (44.94)
3) ผิวสีอะไรก็ได้	18 (8.14)	12 (4.40)	27 (7.67)	11 (6.83)	4 (1.79)	22 (8.12)	28 (4.79)	122 (5.85)
4) ผิวคล้ำ	1 (0.45)	3 (1.10)	14 (3.98)	18 (11.18)	13 (5.83)	9 (3.32)	19 (3.25)	77 (3.69)
รวมทั้งสิ้น	221	273	352	161	223	271	584	2,085
	(100.00)	(100.00	(100.00)	(100.00	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)
● ลักษณะรูปร่างที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุด								
1) รูปร่างสมส่วน	195 (88.24)	223 (81.68)	264 (75.00)	123 (76.40)	158 (70.85)	208 (76.75)	403 (69.01)	1574 (75.49)
2) รูปร่างผอม	9	18	34	13	32	23	128	257

ความคิดเห็นและค่านิยม	อาชีพหลัก							รวมทั้งสิ้น
	ข้าราชการ/ลูกจ้าง ของรัฐ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	เจ้าของ ธุรกิจ/ อาชีพอิสระ	เกษตรกร /ประมง	ผู้ใช้ แรงงาน/ รับจ้าง ทั่วไป	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ เกษียณอายุ/ ว่างงาน	นักเรียน/ นักศึกษา	
	(4.07)	(6.59)	(9.66)	(8.07)	(14.35)	(8.49)	(21.92)	(12.33)
3) รูปร่างอวบ	15 (6.79)	28 (10.26)	46 (13.07)	23 (14.29)	30 (13.45)	33 (12.18)	39 (6.68)	214 (10.26)

ตารางที่ 12 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามอาชีพหลัก

ความคิดเห็นและค่านิยม	อาชีพหลัก							รวมทั้งสิ้น
	ข้าราชการ/ลูกจ้าง ของรัฐ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	เจ้าของ ธุรกิจ/ อาชีพอิสระ	เกษตรกร /ประมง	ผู้ใช้ แรงงาน/ รับจ้าง ทั่วไป	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ เกษียณอายุ/ ว่างงาน	นักเรียน/ นักศึกษา	
● ลักษณะสีผิวที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุด								
4) รูปร่างอย่างไรก็ได้	2 (0.90)	2 (0.73)	4 (1.14)	1 (0.62)	1 (0.45)	6 (2.21)	8 (1.37)	24 (1.15)
5) รูปร่างอ้วน	0 (0.00)	2 (0.73)	4 (1.14)	1 (0.62)	2 (0.90)	1 (0.37)	6 (1.03)	16 (0.77)
รวมทั้งสิ้น	221	273	352	161	223	271	584	2,085
	(100.00)	(100.00	(100.00)	(100.00	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)
● สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยทำศัลยกรรมตกแต่ง หากมีโอกาสที่จะทำศัลยกรรมตกแต่งจะทำหรือไม่								

ความคิดเห็นและค่านิยม	อาชีพหลัก							รวมทั้งสิ้น
	ข้าราชการ/ลูกจ้าง ของรัฐ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	เจ้าของ ธุรกิจ/ อาชีพอิสระ	เกษตรกร /ประมง	ผู้ใช้ แรงงาน/ รับจ้าง ทั่วไป	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ เกษียณอายุ/ ว่างงาน	นักเรียน/ นักศึกษา	
1) ไม่กล้าทำแน่นอน	169 (76.47)	169 (61.90)	244 (69.32)	138 (85.71)	147 (65.92)	228 (84.13)	307 (52.57)	1,402 (67.24)
2) พร้อมที่จะทำทันที	21 (9.50)	46 (16.85)	53 (15.06)	14 (8.70)	44 (19.73)	20 (7.38)	138 (23.63)	336 (16.12)
3) ไม่แน่ใจว่าทำ	16 (7.24)	39 (14.29)	30 (8.52)	4 (2.48)	22 (9.87)	13 (4.80)	130 (22.26)	254 (12.18)
4) ไม่แสดงความคิดเห็น	15 (6.79)	19 (6.96)	25 (7.10)	5 (3.11)	10 (4.48)	10 (3.69)	9 (1.54)	93 (4.46)
รวมทั้งสิ้น	221 (100.00)	273 (100.00)	352 (100.00)	161 (100.00)	223 (100.00)	271 (100.00)	584 (100.00)	2,085 (100.00)

ตารางที่ 12 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามอาชีพหลัก

ความคิดเห็นและค่านิยม	อาชีพหลัก							รวมทั้งสิ้น
	ข้าราชการ/ลูกจ้าง ของรัฐ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	เจ้าของ ธุรกิจ/ อาชีพอิสระ	เกษตรกร /ประมง	ผู้ใช้ แรงงาน/ รับจ้าง ทั่วไป	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ เกษียณอายุ/ ว่างงาน	นักเรียน/ นักศึกษา	
● วิธีการที่ผู้หญิงคิดว่าสามารถทำให้สวยและดูดีขึ้นได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)								
1) ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ	183 (82.81)	225 (82.42)	281 (80.06)	116 (72.50)	177 (79.37)	213 (78.60)	455 (78.04)	1,650 (79.25)
2) ทานผักและผลไม้	168 (76.02)	187 (68.50)	247 (70.37)	93 (58.13)	165 (73.99)	175 (64.58)	463 (79.42)	1,498 (71.95)
3) ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	40 (18.10)	75 (27.47)	59 (16.81)	14 (8.75)	53 (23.77)	26 (9.59)	250 (42.88)	517 (24.83)
4) ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	41 (18.55)	61 (22.34)	70 (19.94)	23 (14.38)	43 (19.28)	33 (12.18)	188 (32.25)	459 (22.05)
5) ศัลยกรรมตกแต่ง	18 (8.14)	34 (12.45)	32 (9.12)	7 (4.38)	26 (11.66)	9 (3.32)	103 (17.67)	229 (11.00)
6) ฉีดผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	13 (5.88)	22 (8.06)	21 (5.98)	4 (2.50)	18 (8.07)	9 (3.32)	68 (11.66)	155 (7.44)
7) กินยาลดความอ้วน	5 (2.26)	14 (5.13)	12 (3.42)	4 (2.50)	19 (8.52)	1 (0.37)	70 (12.01)	125 (6.00)

ตารางที่ 12 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามอาชีพหลัก

ความคิดเห็นและค่านิยม	อาชีพหลัก							รวมทั้งสิ้น
	ข้าราชการ/ลูกจ้าง ของรัฐ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	เจ้าของ ธุรกิจ/ อาชีพอิสระ	เกษตรกร /ประมง	ผู้ใช้ แรงงาน/ รับจ้าง ทั่วไป	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ เกษียณอายุ/ ว่างงาน	นักเรียน/ นักศึกษา	
● วิธีการที่ผู้หญิงใช้ทำเพื่อเสริมความงามให้แก่ตัวเอง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)								
1) ทานผักและผลไม้	182	201	247	115	150	193	428	1,516
	(82.73)	(73.90)	(70.37)	(71.43)	(67.26)	(71.48)	(73.92)	(73.03)
2) ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ	170	199	260	111	157	198	348	1,443
	(77.27)	(73.16)	(74.07)	(68.94)	(70.40)	(73.33)	(60.10)	(69.51)
3) ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	66	87	82	21	46	45	220	567
	(30.00)	(31.99)	(23.36)	(13.04)	(20.63)	(16.67)	(38.00)	(27.31)
4) ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	48	72	73	18	27	39	119	396
	(21.82)	(26.47)	(20.80)	(11.18)	(12.11)	(14.44)	(20.55)	(19.08)
5) กินยาลดความอ้วน	8	18	14	3	13	12	49	117
	(3.64)	(6.62)	(3.99)	(1.86)	(5.83)	(4.44)	(8.46)	(5.64)
6) ศัลยกรรมตกแต่ง	10	17	24	4	9	6	26	96
	(4.55)	(6.25)	(6.84)	(2.48)	(4.04)	(2.22)	(4.49)	(4.62)
7) ฉีดผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	11	16	17	1	3	4	27	79
	(5.00)	(5.88)	(4.84)	(0.62)	(1.35)	(1.48)	(4.66)	(3.81)

ตารางที่ 12 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามอาชีพหลัก

ความคิดเห็นและค่านิยม	อาชีพหลัก							รวมทั้งสิ้น
	ข้าราชการ/ลูกจ้าง ของรัฐ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	เจ้าของ ธุรกิจ/อาชีพ อิสระ	เกษตรกร /ประมง	ผู้ใช้ แรงงาน/ รับจ้างทั่วไป	พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ เกษียณอายุ/ ว่างงาน	นักเรียน/ นักศึกษา	
● ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงามของผู้หญิง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)								
1) การมีเครื่องหมาย อย.	196 (90.32)	239 (87.55)	296 (85.80)	142 (89.87)	194 (87.39)	223 (84.79)	521 (89.67)	1,811 (87.96)
2) ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์	73 (33.64)	122 (44.69)	103 (29.86)	22 (13.92)	39 (17.57)	51 (19.39)	259 (44.58)	669 (32.49)
3) ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย	82 (37.79)	109 (39.93)	100 (28.99)	25 (15.82)	51 (22.97)	58 (22.05)	216 (37.18)	641 (31.13)
4) แหล่งที่มาของสินค้า	61 (28.11)	98 (35.90)	83 (24.06)	21 (13.29)	51 (22.97)	47 (17.87)	234 (40.28)	595 (28.90)
5) การมีเครื่องหมาย สคบ.	79 (36.41)	90 (32.97)	83 (24.06)	16 (10.13)	41 (18.47)	44 (16.73)	188 (32.36)	541 (26.27)
6) การบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลที่ท่าน เชื่อถือ เช่น ญาติ หรือ เพื่อน เป็นต้น	54 (24.88)	76 (27.84)	85 (24.64)	20 (12.66)	42 (18.92)	41 (15.59)	189 (32.53)	507 (24.62)
7) การบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลอื่นๆ เช่น การรีวิวสินค้า หรือ การโพสต์ของเหล่าคน ดัง	45 (20.74)	73 (26.74)	59 (17.10)	9 (5.70)	30 (13.51)	19 (7.22)	170 (29.26)	405 (19.67)
8) รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เช่น แพคเกจ สี กลิ่น เป็นต้น	48 (22.12)	63 (23.08)	51 (14.78)	16 (10.13)	25 (11.26)	22 (8.37)	112 (19.28)	337 (16.37)
9) การพบเห็นจากสื่อบ่อยๆ และสามารถหา ซื้อได้ง่าย	38 (17.51)	55 (20.15)	63 (18.26)	12 (7.59)	22 (9.91)	25 (9.51)	111 (19.10)	326 (15.83)
10) อื่น ๆ ได้แก่ ความปลอดภัย การมี ผู้เชี่ยวชาญแนะนำ การอยากลองใช้	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (0.58)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (0.17)	3 (0.15)

จากตารางที่ 12 พบว่า ตัวอย่างให้เหตุผลที่ผู้หญิงทำไมจึงอยากสวยและดูดีมากที่สุด สำหรับ ตัวอย่างในอาชีพข้าราชการ ลูกจ้างของรัฐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 78.73 รองลงมาคือ ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 14.48 ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสได้คู่ครอง ร้อยละ 4.07 และอยากให้สุขภาพดีและรูปร่างดี ร้อยละ 0.90 ตัวอย่างในอาชีพพนักงานเอกชน ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 77.29 รองลงมาคือ ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 15.02 ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสได้คู่ครอง ร้อยละ 5.13 และอยากให้สุขภาพดีและรูปร่างดี ร้อยละ 1.10 ตัวอย่างในอาชีพเจ้าของธุรกิจหรืออาชีพอิสระ ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 67.90 รองลงมาคือ ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 21.02 ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสได้คู่ครอง ร้อยละ 5.97 และอยากให้สุขภาพดีและรูปร่างดี ร้อยละ 1.99 ตัวอย่างในอาชีพเกษตรกรหรือประมง ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 63.35 รองลงมาคือ ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 27.95 ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสได้คู่ครอง ร้อยละ 6.21 และอยากให้สุขภาพดีและรูปร่างดี ร้อยละ 1.24 ตัวอย่างในอาชีพผู้ใช้แรงงานหรือรับจ้างทั่วไป ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 59.19 รองลงมาคือ ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 26.46 และดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสได้คู่ครอง ร้อยละ 12.56 ตัวอย่างในอาชีพพ่อบ้าน แม่บ้าน เกษียณอายุ ว่างาน ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 70.11 รองลงมาคือ ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 19.19 ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสได้คู่ครอง ร้อยละ 3.32 และเพื่อให้ได้เข้าสังคมที่ดี ร้อยละ 2.21 ตัวอย่างในอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 70.21 รองลงมาคือ ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสได้คู่ครอง ร้อยละ 19.01 ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 9.93 และอยากให้สุขภาพดีและรูปร่างดี ร้อยละ 0.51

ลักษณะสีผิวที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุดของตัวอย่างในอาชีพข้าราชการ ลูกจ้างของรัฐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ ผิวสีน้ำผึ้ง หรือผิวสองสี ร้อยละ 48.42 รองลงมาคือ ผิวสีขาว ร้อยละ 42.99 ผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 8.14 และผิวคล้ำ ร้อยละ 0.45 ตัวอย่างในอาชีพพนักงานเอกชน ส่วนใหญ่ ผิวสีน้ำผึ้ง หรือผิวสองสี ร้อยละ 48.72 รองลงมาคือ ผิวสีขาว ร้อยละ 45.79 ผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 4.40 และผิวคล้ำ ร้อยละ 1.10 ตัวอย่างในอาชีพเจ้าของธุรกิจหรืออาชีพอิสระ ส่วนใหญ่ ผิวสีน้ำผึ้งหรือผิวสองสี ร้อยละ 45.17 รองลงมาคือ ผิวสีขาว ร้อยละ 43.18 ผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 7.67 และผิวคล้ำ ร้อยละ 3.98 ตัวอย่างในอาชีพเกษตรกรหรือประมง ส่วนใหญ่ ผิวสีขาว ร้อยละ 45.96 รองลงมาคือ ผิวสีน้ำผึ้งหรือผิวสองสี ร้อยละ 36.02 ผิวคล้ำ ร้อยละ 11.18 และผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 6.83 ตัวอย่างในอาชีพผู้ใช้แรงงานหรือรับจ้างทั่วไป ส่วนใหญ่ ลักษณะผิวสีน้ำผึ้งหรือผิวสองสี ร้อยละ 49.78 รองลงมาคือ ผิวสีขาว ร้อยละ 42.60 ผิวคล้ำ ร้อยละ 5.83 และผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 1.79 ตัวอย่างในอาชีพพ่อบ้าน แม่บ้าน เกษียณอายุ ว่างาน ส่วนใหญ่ ผิวสีน้ำผึ้งหรือผิวสองสี ร้อยละ 46.49 รองลงมาคือ ผิวสีขาว ร้อยละ 42.07 ผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 8.12 และผิวคล้ำ ร้อยละ 3.32 ตัวอย่างในอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา

ส่วนใหญ่ ผิวสีขาว ร้อยละ 48.29 รองลงมาคือ ผิวสีน้ำผึ้งหรือผิวสองสีร้อยละ 43.66 ผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 4.79 และผิวคล้ำ ร้อยละ 3.25

ลักษณะรูปร่างที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุดของตัวอย่างในอาชีพข้าราชการ ลูกจ้างของรัฐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ รูปร่างสมส่วน ร้อยละ 88.24 รองลงมาคือ รูปร่างอวบ ร้อยละ 6.79 รูปร่างผอม ร้อยละ 4.07 และรูปร่างอย่างไรก็ได้ ร้อยละ 0.90 **ตัวอย่างในอาชีพพนักงานเอกชน** ส่วนใหญ่ รูปร่างสมส่วน ร้อยละ 81.68 รองลงมาคือ รูปร่างอวบ ร้อยละ 10.26 รูปร่างผอม ร้อยละ 6.59 และรูปร่างอ้วน, รูปร่างอย่างไรก็ได้ ร้อยละ 0.73 **ตัวอย่างในอาชีพเจ้าของธุรกิจหรืออาชีพอิสระ** ส่วนใหญ่ รูปร่างสมส่วน ร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ รูปร่างอวบ ร้อยละ 13.07 รูปร่างผอม ร้อยละ 9.66 และรูปร่างอ้วน, รูปร่างอย่างไรก็ได้ ร้อยละ 1.14 **ตัวอย่างในอาชีพเกษตรกรหรือประมง** ส่วนใหญ่ รูปร่างสมส่วน ร้อยละ 76.40 รองลงมาคือ รูปร่างอวบ ร้อยละ 14.29 รูปร่างผอม ร้อยละ 8.06 และรูปร่างอ้วน, รูปร่างอย่างไรก็ได้ ร้อยละ 0.62 **ตัวอย่างในอาชีพผู้ใช้แรงงานหรือรับจ้างทั่วไป** ส่วนใหญ่ รูปร่างสมส่วน ร้อยละ 70.85 รองลงมาคือ รูปร่างผอม ร้อยละ 14.35 รูปร่างอวบ ร้อยละ 13.45 รูปร่างอ้วน ร้อยละ 0.90 และรูปร่างอย่างไรก็ได้ ร้อยละ 0.45 **ตัวอย่างในอาชีพพ่อบ้าน แม่บ้าน เกษียณอายุ ว่างาน** ส่วนใหญ่ รูปร่างสมส่วน ร้อยละ 76.75 รองลงมาคือ รูปร่างอวบ ร้อยละ 12.18 รูปร่างผอม ร้อยละ 8.49 รูปร่างอย่างไรก็ได้ ร้อยละ 2.21 และรูปร่างอ้วน ร้อยละ 0.37 **ตัวอย่างในอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา** ส่วนใหญ่ สมส่วน ร้อยละ 69.01 รองลงมาคือ รูปร่างผอม ร้อยละ 21.92 รูปร่างอวบ ร้อยละ 6.68 รูปร่างอย่างไรก็ได้ ร้อยละ 1.37 และรูปร่างอ้วน ร้อยละ 1.03

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยทำศัลยกรรมตกแต่งหากมีโอกาสที่จะทำศัลยกรรมตกแต่งจะทำหรือไม่ของตัวอย่างในอาชีพข้าราชการ ลูกจ้างของรัฐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 76.47 รองลงมาคือ พร้อมที่จะทำทันที ร้อยละ 9.50 และไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 7.24 **ตัวอย่างในอาชีพพนักงานเอกชน** ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 61.90 รองลงมาคือ พร้อมที่จะทำทันที ร้อยละ 16.85 และไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 14.29 **ตัวอย่างในอาชีพเจ้าของธุรกิจหรืออาชีพอิสระ** ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 69.32 รองลงมาคือ พร้อมที่จะทำทันที ร้อยละ 15.06 และไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 8.52 **ตัวอย่างในอาชีพเกษตรกรหรือประมง** ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 85.71 รองลงมาคือ พร้อมที่จะทำทันที ร้อยละ 8.70 และไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 2.48 **ตัวอย่างในอาชีพผู้ใช้แรงงานหรือรับจ้างทั่วไป** ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 65.92 รองลงมาคือ พร้อมที่จะทำทันที ร้อยละ 19.73 และไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 9.87 **ตัวอย่างในอาชีพพ่อบ้าน แม่บ้าน เกษียณอายุ ว่างาน** ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 84.13 รองลงมาคือ พร้อมที่จะทำทันที ร้อยละ 7.38 และไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 4.80 **ตัวอย่างในอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา** ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 52.57 รองลงมาคือ พร้อมที่จะทำทันที ร้อยละ 23.63 และไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 22.26

วิธีการที่ผู้หญิงคิดว่าสามารถทำให้สวยและดูดีขึ้นได้ของตัวอย่างในอาชีพข้าราชการ ลูกจ้างของรัฐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 82.81 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น ร้อยละ 76.02 ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 18.55 และใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 18.10 ตัวอย่างในอาชีพพนักงานเอกชน ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 82.42 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น ร้อยละ 68.50 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 27.47 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 22.34 ตัวอย่างในอาชีพเจ้าของธุรกิจหรืออาชีพอิสระ ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 80.06 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น ร้อยละ 70.73 ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 19.94 และใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 16.81 ตัวอย่างในอาชีพเกษตรกร ประมง ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 72.50 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น ร้อยละ 58.13 ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 14.38 และใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงามร้อยละ 8.75 ตัวอย่างในอาชีพผู้ใช้แรงงานหรือรับจ้างทั่วไป ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 79.37 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น ร้อยละ 73.99 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 23.77 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 19.28 ตัวอย่างในอาชีพพ่อบ้าน แม่บ้าน เกษียณอายุ ว่างาน ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 78.60 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น ร้อยละ 64.58 ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 12.18 และใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงามร้อยละ 9.59 ตัวอย่างในอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ส่วนใหญ่ ทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น ร้อยละ 79.42 รองลงมาคือ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 78.04 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 42.88 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 32.25 ตามลำดับ

วิธีการที่ผู้หญิงใช้ทำเพื่อเสริมความงามให้แก่ตัวเองของตัวอย่างในอาชีพข้าราชการ ลูกจ้างของรัฐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ ทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น ร้อยละ 82.73 รองลงมาคือ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 77.27 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 30.00 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 21.82 ตัวอย่างในอาชีพพนักงานเอกชน ส่วนใหญ่ ทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น ร้อยละ 73.90 รองลงมาคือ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 73.16 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 31.99 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 26.47 ตัวอย่างในอาชีพเจ้าของธุรกิจหรืออาชีพอิสระ ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 74.07 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น ร้อยละ 70.73 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 23.36 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 20.80 ตัวอย่างในอาชีพเกษตรกรหรือประมง ส่วนใหญ่ ทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น ร้อยละ 71.43 รองลงมาคือ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 68.94 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 13.04 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 11.18 ตัวอย่างในอาชีพผู้ใช้แรงงานหรือรับจ้างทั่วไป ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 70.40 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น ร้อยละ 67.26 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 20.63 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 12.11 ตัวอย่างในอาชีพพ่อบ้าน แม่บ้าน เกษียณอายุ ว่างาน ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 73.33 รองลงมาคือ ทานผัก

และผลไม้ให้มากขึ้น ร้อยละ 71.48 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 16.67 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 14.44 ตัวอย่างในอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ส่วนใหญ่ ทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น ร้อยละ 73.92 รองลงมาคือ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 60.10 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 38.00 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 20.55 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงามของผู้หญิงของตัวอย่างในอาชีพข้าราชการ ลูกจ้างของรัฐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย อย. ร้อยละ 90.32 รองลงมาคือ ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย ร้อยละ 37.79 การมีเครื่องหมาย สคบ. ร้อยละ 36.41 และความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ ร้อยละ 33.64 ตัวอย่างในอาชีพพนักงานเอกชน ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย อย. ร้อยละ 87.55 รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ ร้อยละ 44.69 ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย ร้อยละ 39.93 และ แหล่งที่มาของสินค้า ร้อยละ 35.90 ตัวอย่างในอาชีพเจ้าของธุรกิจหรืออาชีพอิสระ ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย อย. ร้อยละ 85.80 รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ ร้อยละ 29.86 ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย ร้อยละ 28.99 และแหล่งที่มาของสินค้า, การมีเครื่องหมาย สคบ. ร้อยละ 24.06 ตัวอย่างในอาชีพเกษตรกรหรือประมง ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย อย. ร้อยละ 89.87 รองลงมาคือ ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย ร้อยละ 15.82 ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ ร้อยละ 13.92 และแหล่งที่มาของสินค้า ร้อยละ 13.29 ตัวอย่างในอาชีพผู้ใช้แรงงานหรือรับจ้างทั่วไป ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย อย. ร้อยละ 87.39 รองลงมาคือ ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย, แหล่งที่มาของสินค้า ร้อยละ 22.97 การบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลที่ท่านเชื่อถือ เช่นญาติ ร้อยละ 18.92 และการมีเครื่องหมาย สคบ. ร้อยละ 18.47 ตัวอย่างในอาชีพพ่อบ้าน แม่บ้าน เกษียณอายุ ว่างาน ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย อย. ร้อยละ 84.79 รองลงมาคือ ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย ร้อยละ 22.05 ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ ร้อยละ 19.39 และแหล่งที่มาของสินค้า ร้อยละ 17.87 ตัวอย่างในอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย อย. ร้อยละ 89.67 รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ ร้อยละ 44.58 แหล่งที่มาของสินค้า ร้อยละ 40.28 และส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย ร้อยละ 37.18 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความคิดเห็นและค่านิยม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวมทั้งสิ้น
	ไม่มีรายได้	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	ไม่ระบุ	
● เหตุผลที่ผู้หญิงทำไมจึงอยากสวยและดูดีมากที่สุด								
1) สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง	530 (75.61)	250 (55.80)	334 (69.73)	160 (77.29)	65 (73.86)	89 (76.72)	30 (65.22)	1,458 (69.93)
2) ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น	89 (12.70)	113 (25.22)	89 (18.58)	28 (13.53)	17 (19.32)	17 (14.66)	8 (17.39)	361 (17.31)
3) ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสดได้คู่ครอง	56 (7.99)	78 (17.41)	43 (8.98)	16 (7.73)	3 (3.41)	1 (0.86)	5 (10.87)	202 (9.69)
4) อยากให้สุขภาพดีและรูปร่างดี	7 (1.00)	2 (0.45)	3 (0.63)	3 (1.45)	1 (1.14)	4 (3.45)	2 (4.35)	22 (1.06)
5) เพื่อให้ได้เข้าสังคมที่ดี	7 (1.00)	0 (0.00)	1 (0.21)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	8 (0.38)
6) ไม่แสดงความคิดเห็น	12 (1.71)	5 (1.12)	9 (1.88)	0 (0.00)	2 (2.27)	5 (4.31)	1 (2.17)	34 (1.63)
รวมทั้งสิ้น	701 (100.00)	448 (100.00)	479 (100.00)	207 (100.00)	88 (100.00)	116 (100.00)	46 (100.00)	2,085 (100.00)

ตารางที่ 13 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความคิดเห็นและค่านิยม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวมทั้งสิ้น
	ไม่มีรายได้	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	ไม่ระบุ	
● ลักษณะสีผิวที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุด								
1) ผิวสีน้ำผึ้ง หรือผิวสองสี	322	181	228	101	40	57	20	949
	(45.93)	(40.40)	(47.60)	(48.79)	(45.45)	(49.14)	(43.48)	(45.52)
2) ผิวสีขาว	299	221	221	89	37	50	20	937
	(42.65)	(49.33)	(46.14)	(43.00)	(42.05)	(43.10)	(43.48)	(44.94)
3) ผิวสีอะไรก็ได้	49	17	23	13	8	9	3	122
	(6.99)	(3.79)	(4.80)	(6.28)	(9.09)	(7.76)	(6.52)	(5.85)
4) ผิวคล้ำ	31	29	7	4	3	0	3	77
	(4.42)	(6.47)	(1.46)	(1.93)	(3.41)	(0.00)	(6.52)	(3.69)
รวมทั้งสิ้น	701	448	479	207	88	116	46	2,085
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)
● ลักษณะรูปร่างที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุด								
1) รูปร่างสมส่วน	527	301	366	168	76	99	37	1574
	(75.18)	(67.19)	(76.41)	(81.16)	(86.36)	(85.34)	(80.43)	(75.49)
2) รูปร่างผอม	98	77	49	13	7	9	4	257
	(13.98)	(17.19)	(10.23)	(6.28)	(7.95)	(7.76)	(8.70)	(12.33)

ความคิดเห็นและค่านิยม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวม ทั้งสิ้น
	ไม่มีรายได้	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	ไม่ระบุ	
3) รูปร่างอวบ	59 (8.42)	63 (14.06)	54 (11.27)	24 (11.59)	3 (3.41)	6 (5.17)	5 (10.87)	214 (10.26)

ตารางที่ 13 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความคิดเห็นและค่านิยม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวมทั้งสิ้น
	ไม่มีรายได้	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	ไม่ระบุ	
● ลักษณะสีผิวที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุด								
4) รูปร่างอย่างไรก็ได้	11 (1.57)	3 (0.67)	4 (0.84)	2 (0.97)	2 (2.27)	2 (1.72)	0 (0.00)	24 (1.15)
5) รูปร่างอ้วน	6 (0.86)	4 (0.89)	6 (1.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	16 (0.77)
รวมทั้งสิ้น	701	448	479	207	88	116	46	2,085
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)
● สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยทำศัลยกรรมตกแต่ง หากมีโอกาที่จะทำศัลยกรรมตกแต่งจะทำหรือไม่								
1) ไม่กล้าทำแน่นอน	456 (65.05)	319 (71.21)	308 (64.30)	132 (63.77)	65 (73.86)	92 (79.31)	30 (65.22)	1,402 (67.24)
2) พร้อมที่จะทำทันที	114 (16.26)	75 (16.74)	92 (19.21)	31 (14.98)	8 (9.09)	9 (7.76)	7 (15.22)	336 (16.12)

ความคิดเห็นและค่านิยม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวมทั้งสิ้น
	ไม่มีรายได้	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	ไม่ระบุ	
3) ไม่แน่ใจว่าทำ	112 (15.98)	44 (9.82)	52 (10.86)	24 (11.59)	10 (11.36)	6 (5.17)	6 (13.04)	254 (12.18)
4) ไม่แสดงความคิดเห็น	19 (2.71)	10 (2.23)	27 (5.64)	20 (9.66)	5 (5.68)	9 (7.76)	3 (6.52)	93 (4.46)
รวมทั้งสิ้น	701 (100.00)	448 (100.00)	479 (100.00)	207 (100.00)	88 (100.00)	116 (100.00)	46 (100.00)	2,085 (100.00)

ตารางที่ 13 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความคิดเห็นและค่านิยม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวมทั้งสิ้น
	ไม่มีรายได้	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	ไม่ระบุ	
● วิธีการที่ผู้หญิงคิดว่าสามารถทำให้สวยและดูดีขึ้นได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)								
1) ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ	548	334	390	174	70	99	35	1,650
	(78.29)	(74.55)	(81.76)	(84.06)	(79.55)	(85.34)	(76.09)	(79.25)
2) ทานผักและผลไม้	504	311	342	166	66	77	32	1,498
	(72.00)	(69.42)	(71.70)	(80.19)	(75.00)	(66.38)	(69.57)	(71.95)
3) ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	178	128	117	53	16	15	10	517

ความคิดเห็นและค่านิยม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวมทั้งสิ้น
	ไม่มีรายได้	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	ไม่ระบุ	
	(25.43)	(28.57)	(24.53)	(25.60)	(18.18)	(12.93)	(21.74)	(24.83)
4) ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	155 (22.14)	91 (20.31)	111 (23.27)	46 (22.22)	14 (15.91)	31 (26.72)	11 (23.91)	459 (22.05)
5) ศัลยกรรมตกแต่ง	71 (10.14)	50 (11.16)	56 (11.74)	29 (14.01)	5 (5.68)	10 (8.62)	8 (17.39)	229 (11.00)
6) นวดผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	50 (7.14)	34 (7.59)	37 (7.76)	19 (9.18)	5 (5.68)	7 (6.03)	3 (6.52)	155 (7.44)
7) กินยาลดความอ้วน	48 (6.86)	31 (6.92)	26 (5.45)	10 (4.83)	4 (4.55)	3 (2.59)	3 (6.52)	125 (6.00)

ตารางที่ 13 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน								รวมทั้งสิ้น
ความคิดเห็นและค่านิยม	ไม่มีรายได้	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	ไม่ระบุ	
● วิธีการที่ผู้หญิงใช้ทำเพื่อเสริมความงามให้แก่ตัวเอง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)								

ความคิดเห็นและค่านิยม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวมทั้งสิ้น
	ไม่มีรายได้	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	ไม่ระบุ	
1) ทานผักและผลไม้	517 (74.18)	309 (69.28)	349 (73.17)	156 (75.73)	66 (75.00)	84 (72.41)	35 (76.09)	1,516 (73.03)
2) ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ	494 (70.88)	261 (58.52)	335 (70.23)	158 (76.70)	71 (80.68)	92 (79.31)	32 (69.57)	1443 (69.51)
3) ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	193 (27.69)	112 (25.11)	137 (28.72)	57 (27.67)	29 (32.95)	27 (23.28)	12 (26.09)	567 (27.31)
4) ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	126 (18.08)	58 (13.00)	91 (19.08)	53 (25.73)	17 (19.32)	41 (35.34)	10 (21.74)	396 (19.08)
5) กินยาลดความอ้วน	47 (6.74)	25 (5.61)	25 (5.24)	6 (2.91)	5 (5.68)	6 (5.17)	3 (6.52)	117 (5.64)
6) ศัลยกรรมตกแต่ง	25 (3.59)	6 (1.35)	29 (6.08)	19 (9.22)	5 (5.68)	8 (6.90)	4 (8.70)	96 (4.62)
7) ฉีดผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	23 (3.30)	7 (1.57)	16 (3.35)	13 (6.31)	5 (5.68)	11 (9.48)	4 (8.70)	79 (3.81)

ตารางที่ 13 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความคิดเห็นและค่านิยม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวมทั้งสิ้น
	ไม่มีรายได้	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	ไม่ระบุ	
● ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงามของผู้หญิง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)								
1) การมีเครื่องหมาย ออย.	604 (87.28)	399 (89.66)	416 (87.58)	181 (88.29)	73 (85.88)	98 (85.96)	40 (93.02)	1,811 (87.96)
2) ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์	252 (36.42)	106 (23.82)	143 (30.11)	76 (37.07)	30 (35.29)	48 (42.11)	14 (32.56)	669 (32.49)
3) ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย	215 (31.07)	98 (22.02)	165 (34.74)	80 (39.02)	26 (30.59)	45 (39.47)	12 (27.91)	641 (31.13)
4) แหล่งที่มาของสินค้า	208 (30.06)	113 (25.39)	134 (28.21)	62 (30.24)	27 (31.76)	40 (35.09)	11 (25.58)	595 (28.90)
5) การมีเครื่องหมาย สคบ.	170 (24.57)	103 (23.15)	127 (26.74)	70 (34.15)	26 (30.59)	34 (29.82)	11 (25.58)	541 (26.27)
6) การบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลที่ท่านเชื่อถือ เช่น ญาติ หรือ เพื่อน เป็นต้น	167 (24.13)	104 (23.37)	102 (21.47)	60 (29.27)	27 (31.76)	38 (33.33)	9 (20.93)	507 (24.62)
7) การบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลอื่นๆ เช่น การรีวิวสินค้า หรือ การโพสต์ของเหล่าคนดัง	144 (20.81)	65 (14.61)	94 (19.79)	52 (25.37)	19 (22.35)	24 (21.05)	7 (16.28)	405 (19.67)
8) รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เช่น แพคเกจสี กลิ่น เป็นต้น	107 (15.46)	58 (13.03)	74 (15.58)	51 (24.88)	16 (18.82)	25 (21.93)	6 (13.95)	337 (16.37)
9) การพบเห็นจากสื่อบ่อยๆ และสามารถหาซื้อได้ง่าย	108 (15.61)	46 (10.34)	78 (16.42)	52 (25.37)	17 (20.00)	20 (17.54)	5 (11.63)	326 (15.83)
10) อื่น ๆ ได้แก่ ความปลอดภัย การมีผู้เชี่ยวชาญแนะนำ การอยากลองใช้	1 (0.14)	1 (0.22)	0 (0.00)	1 (0.49)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (0.15)

จากตารางที่ 13 พบว่า ตัวอย่างให้เหตุผลที่ผู้หญิงทำไมจึงอยากสวยและดูดีมากที่สุด สำหรับ ตัวอย่างที่ไม่มีรายได้ ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 75.61 รองลงมาคือ ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 12.70 ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสได้คู่ครอง ร้อยละ 7.99 และอยากให้อารมณ์ดี, เพื่อให้ได้เข้าสังคมที่ดี ร้อยละ 1.00 ตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 55.80 รองลงมาคือ ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 25.22 ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสได้คู่ครอง ร้อยละ 17.41 และอยากให้อารมณ์ดี และรูปร่างดี, เพื่อให้ได้เข้าสังคมที่ดี ร้อยละ 0.45 ตัวอย่างในช่วงรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 69.73 รองลงมาคือ ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 18.58 ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสได้คู่ครอง ร้อยละ 8.98 และอยากให้อารมณ์ดีและรูปร่างดี 0.63 ตัวอย่างในช่วงรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 77.29 รองลงมาคือ ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 13.53 ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสได้คู่ครอง ร้อยละ 7.73 และอยากให้อารมณ์ดีและรูปร่างดี ร้อยละ 1.45 ตัวอย่างในช่วงรายได้ 30,001 – 40,000 บาท ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 73.86 รองลงมาคือ ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 19.32 ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสได้คู่ครอง ร้อยละ 3.41 และอยากให้อารมณ์ดีและรูปร่างดี ร้อยละ 1.14 ตัวอย่างที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 76.72 รองลงมาคือ ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 14.66 อยากให้อารมณ์ดีและรูปร่างดี ร้อยละ 3.45 และดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสได้คู่ครอง ร้อยละ 0.86

ลักษณะสีผิวที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุดของตัวอย่างที่ไม่มีรายได้ ส่วนใหญ่ ผิวสีน้ำตาล หรือผิวสองสี ร้อยละ 45.93 รองลงมาคือ ผิวสีขาว ร้อยละ 42.65 ผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 6.99 และผิวคล้ำ ร้อยละ 4.42 ตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่ ผิวสีขาว ร้อยละ 49.33 รองลงมาคือ ผิวสีขาว ผิวสีน้ำตาล หรือผิวสองสี ร้อยละ 40.40 ผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 3.79 และผิวคล้ำ ร้อยละ 6.47 ตัวอย่างในช่วงรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ ผิวสีน้ำตาล หรือผิวสองสี ร้อยละ 47.60 รองลงมาคือ ผิวสีขาว ร้อยละ 46.14 ผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 4.80 และผิวคล้ำ ร้อยละ 1.46 ตัวอย่างในช่วงรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่ ผิวสีน้ำตาล หรือผิวสองสี ร้อยละ 48.79 รองลงมาคือ ผิวสีขาว ร้อยละ 43.00 ผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 6.28 และผิวคล้ำ ร้อยละ 1.93 ตัวอย่างในช่วงรายได้ 30,001 – 40,000 บาท ส่วนใหญ่ ผิวสีน้ำตาล หรือผิวสองสี ร้อยละ 45.45 รองลงมาคือ ผิวสีขาว ร้อยละ 42.05 ผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 9.09 และผิวคล้ำ ร้อยละ 3.41 ตัวอย่างที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ ผิวสีน้ำตาล หรือผิวสองสี ร้อยละ 49.14 รองลงมาคือ ผิวสีขาว ร้อยละ 43.10 และผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 7.76

ลักษณะรูปร่างที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุดของตัวอย่างที่ไม่มีรายได้ ส่วนใหญ่ รูปร่างสมส่วน ร้อยละ 75.18 รองลงมาคือ รูปร่างพอม ร้อยละ 13.98 รูปร่างอวบ ร้อยละ 8.42 รูปร่างอย่างไรก็ได้ ร้อยละ 1.57 และรูปร่างอ้วน ร้อยละ 0.86 ตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่ รูปร่างสมส่วน ร้อยละ 67.19 รองลงมาคือ รูปร่างพอม ร้อยละ 17.19 รูปร่างอวบ ร้อยละ 14.06 รูปร่างอ้วน ร้อยละ 0.89 และรูปร่างอย่างไรก็ได้ ร้อยละ 0.67 ตัวอย่างในช่วงรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ รูปร่างสมส่วน ร้อยละ 76.41 รองลงมาคือ รูปร่างอวบ ร้อยละ 11.27 รูปร่างพอม ร้อยละ 10.23 รูปร่างอ้วน ร้อยละ 1.25 และรูปร่างอย่างไรก็ได้ ร้อยละ 0.84 ตัวอย่างในช่วงรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่ รูปร่างสมส่วน ร้อยละ 81.16 รองลงมาคือ รูปร่างอวบ ร้อยละ 11.59 รูปร่างพอม ร้อยละ 6.28 และรูปร่างอย่างไรก็ได้ ร้อยละ 0.97 ตัวอย่างในช่วงรายได้ 30,001 – 40,000 บาท ส่วนใหญ่ รูปร่างสมส่วน ร้อยละ 86.36 รองลงมาคือ รูปร่างพอม ร้อยละ 7.95 รูปร่างอวบ ร้อยละ 3.41 และรูปร่างอย่างไรก็ได้ ร้อยละ 2.27 ตัวอย่างที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ รูปร่างสมส่วน ร้อยละ 85.34 รองลงมาคือ รูปร่างพอม ร้อยละ 7.76 รูปร่างอวบ ร้อยละ 5.17 และรูปร่างอย่างไรก็ได้ ร้อยละ 1.72

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยทำศัลยกรรมตกแต่งหากมีโอกาสที่จะทำศัลยกรรมตกแต่งจะทำหรือไม่ของตัวอย่างที่ไม่มีรายได้ ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 65.05 รองลงมาคือ พร้อมที่จะทำทันที ร้อยละ 16.26 และไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 15.98 ตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 71.21 รองลงมาคือ พร้อมที่จะทำทันที ร้อยละ 16.74 และไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 9.82 ตัวอย่างในช่วงรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 64.30 รองลงมาคือ พร้อมที่จะทำทันที ร้อยละ 19.21 และไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 10.86 ตัวอย่างในช่วงรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 63.77 รองลงมาคือ พร้อมที่จะทำทันที ร้อยละ 14.98 และไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 11.59 ตัวอย่างในช่วงรายได้ 30,001 – 40,000 บาท ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 73.86 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 11.36 และพร้อมที่จะทำทันที ร้อยละ 9.09 ตัวอย่างที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 79.31 รองลงมาคือ พร้อมที่จะทำทันที ร้อยละ 7.76 และไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 5.17

วิธีการที่ผู้หญิงคิดว่าสามารถทำให้สวยและดูดีขึ้นได้ของตัวอย่างในช่วงไม่มีรายได้ ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 78.29 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 72.00 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 25.43 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 22.14 ตัวอย่างในช่วงรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 74.55 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 69.42 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 28.57 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 20.31 ตัวอย่างในช่วงรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 81.76 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 71.70 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 24.53 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 23.27 ตัวอย่างในช่วงรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 84.06 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 80.19 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม

ร้อยละ 25.60 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 22.22 ตัวอย่างในช่วงรายได้ 30,001 – 40,000 บาท ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 79.55 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 75.00 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 18.18 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 15.91 ตัวอย่างที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 85.34 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 66.38 ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 26.72 และใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 12.93

วิธีการที่ผู้หญิงใช้ทำเพื่อเสริมความงามให้แก่ตัวเองของตัวอย่างที่ไม่มีรายได้ ส่วนใหญ่ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 74.18 รองลงมาคือ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 70.88 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 27.69 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 18.08 ตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 69.28 รองลงมาคือ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 58.52 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 25.11 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 13.00 ตัวอย่างในช่วงรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 73.17 รองลงมาคือ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 70.23 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 28.72 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 19.08 ตัวอย่างในช่วงรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 76.70 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 75.73 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 27.67 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 25.73 ตัวอย่างในช่วงรายได้ 30,001 – 40,000 บาท ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 80.68 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 75.00 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 32.95 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 19.32 ตัวอย่างที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 79.31 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 72.41 ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 35.34 และใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 23.28 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงามของผู้หญิงของตัวอย่างที่ไม่มีรายได้ ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย ออย. ร้อยละ 87.28 รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ ร้อยละ 36.42 ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย ร้อยละ 31.07 และแหล่งที่มาของสินค้า ร้อยละ 30.06 ตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย ออย. ร้อยละ 89.66 รองลงมาคือ แหล่งที่มาของสินค้า ร้อยละ 25.39 การบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลที่ท่านเชื่อถือ เช่นญาติหรือเพื่อน เป็นต้น ร้อยละ 23.37 และการมีเครื่องหมาย สคบ. ร้อยละ 23.15 ตัวอย่างในช่วงรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย ออย. ร้อยละ 87.58 รองลงมาคือ ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย ร้อยละ 34.74 ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ ร้อยละ 30.11 และการมีเครื่องหมาย สคบ. ร้อยละ 26.74 ตัวอย่างในช่วงรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย ออย. ร้อยละ 88.29 รองลงมาคือ ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย ร้อยละ 39.02 ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ ร้อยละ 37.07 และการมีเครื่องหมาย สคบ. ร้อยละ 34.15 ตัวอย่าง

ในช่วงรายได้ 30,001 – 40,000 บาท ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย อย. ร้อยละ 85.88 รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ ร้อยละ 35.29 แหล่งที่มาของสินค้า, การบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลที่ท่านเชื่อถือ เช่น ญาติ หรือ เพื่อน เป็นต้น ร้อยละ 31.76 และส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย ร้อยละ 30.59 ตัวอย่างที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย อย. ร้อยละ 85.96รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ ร้อยละ 42.11 ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย ร้อยละ 39.47 และการบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลที่ท่านเชื่อถือ เช่น ญาติ หรือ เพื่อน เป็นต้น ร้อยละ 33.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามภูมิภาคที่พักอาศัย

ความคิดเห็นและค่านิยม	ภูมิภาคที่พักอาศัย						รวมทั้งสิ้น
	กรุงเทพ มหานคร	ปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้	ภาคเหนือ	
● เหตุผลที่ผู้หญิงทำไมจึงอยากสวยและดูดีมากที่สุด							
1) สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง	183 (69.58)	251 (76.29)	205 (71.43)	342 (60.75)	187 (73.91)	290 (74.36)	1,458 (69.93)
2) ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น	49 (18.63)	46 (13.98)	57 (19.86)	100 (17.76)	44 (17.39)	65 (16.67)	361 (17.31)
3) ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสดได้คู่ครอง	16 (6.08)	21 (6.38)	7 (2.44)	116 (20.60)	18 (7.11)	24 (6.15)	202 (9.69)
4) อยากให้สุขภาพดีและรูปร่างดี	6 (2.28)	5 (1.52)	5 (1.74)	2 (0.36)	0 (0.00)	4 (1.03)	22 (1.06)
5) เพื่อให้ได้เข้าสังคมที่ดี	4 (1.52)	1 (0.30)	1 (0.35)	0 (0.00)	1 (0.40)	1 (0.26)	8 (0.38)
6) ไม่แสดงความคิดเห็น	5 (1.90)	5 (1.52)	12 (4.18)	3 (0.53)	3 (1.19)	6 (1.54)	34 (1.63)
รวมทั้งสิ้น	263 (100.00)	329 (100.00)	287 (100.00)	563 (100.00)	253 (100.00)	390 (100.00)	2,085 (100.00)

ตารางที่ 14 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามภูมิภาคที่พักอาศัย

ความคิดเห็นและค่านิยม	ภูมิภาคที่พักอาศัย						รวม ทั้งสิ้น
	กรุงเทพ มหานคร	ปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้	ภาคเหนือ	
● ลักษณะสีผิวที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุด							
1) ผิวสีน้ำผึ้ง หรือผิวสองสี	129	159	145	230	109	177	949
	(49.05)	(48.33)	(50.52)	(40.85)	(43.08)	(45.38)	(45.52)
2) ผิวสีขาว	101	138	118	290	123	167	937
	(38.40)	(41.95)	(41.11)	(51.51)	(48.62)	(42.82)	(44.94)
3) ผิวสีอะไรก็ได้	21	27	21	15	9	29	122
	(7.98)	(8.21)	(7.32)	(2.66)	(3.56)	(7.44)	(5.85)
4) ผิวคล้ำ	12	5	3	28	12	17	77
	(4.56)	(1.52)	(1.05)	(4.97)	(4.74)	(4.36)	(3.69)
รวมทั้งสิ้น	263	329	287	563	253	390	2,085
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)
● ลักษณะรูปร่างที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุด							
1) รูปร่างสมส่วน	205	259	232	380	191	307	1574
	(77.95)	(78.72)	(80.84)	(67.50)	(75.49)	(78.72)	(75.49)
2) รูปร่างผอม	34	40	29	96	25	33	257
	(12.93)	(12.16)	(10.10)	(17.05)	(9.88)	(8.46)	(12.33)
3) รูปร่างอวบ	17	21	23	78	33	42	214
	(6.46)	(6.38)	(8.01)	(13.85)	(13.04)	(10.77)	(10.26)

ตารางที่ 14 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามภูมิภาคที่พักอาศัย

ความคิดเห็นและค่านิยม	ภูมิภาคที่พักอาศัย						รวม ทั้งสิ้น
	กรุงเทพ มหานคร	ปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้	ภาคเหนือ	
● ลักษณะสัณณพที่ผู้หญงคคคว่าสวยและคุดมคากที่สุด							
4) รูปร่างอย่างไรก็ได้	4	7	1	4	2	6	24
	(1.52)	(2.13)	(0.35)	(0.71)	(0.79)	(1.54)	(1.15)
5) รูปร่างอ้วน	3	2	2	5	2	2	16
	(1.14)	(0.61)	(0.70)	(0.89)	(0.79)	(0.51)	(0.77)
รวมทั้งสิ้น	263	329	287	563	253	390	2,085
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)
● สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยทำศลยกรรมตคต่ง หากมคโอกาสที่จะทำศลยกรรมตคต่งจะทำหรือไม่							
1) ไม่กล้าทำแน่นอน	169	229	203	344	183	274	1,402
	(64.26)	(69.60)	(70.73)	(61.10)	(72.33)	(70.26)	(67.24)
2) พร้อมที่จะทำทันที	41	39	49	110	41	56	336
	(15.59)	(11.85)	(17.07)	(19.54)	(16.21)	(14.36)	(16.12)
3) ไม่แน่ใจว่าทำ	44	47	18	82	18	45	254
	(16.73)	(14.29)	(6.27)	(14.56)	(7.11)	(11.54)	(12.18)
4) ไม่แสดงความคิดเห็น	9	14	17	27	11	15	93
	(3.42)	(4.26)	(5.92)	(4.80)	(4.35)	(3.85)	(4.46)
รวมทั้งสิ้น	263	329	287	563	253	390	2,085
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ตารางที่ 14 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามภูมิภาคที่พักอาศัย

ความคิดเห็นและค่านิยม	ภูมิภาคที่พักอาศัย						รวม ทั้งสิ้น
	กรุงเทพ มหานคร	ปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาค ตะวันออก เฉียงเหนือ	ภาคใต้	ภาคเหนือ	
● วิธีการที่ผู้หญิงคิดว่าสามารถทำให้สวยและดูดีขึ้นได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)							
1) ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ	221	263	235	418	206	307	1,650
	(84.03)	(79.94)	(82.17)	(74.25)	(81.75)	(78.92)	(79.25)
2) ทานผักและผลไม้	190	249	203	405	175	276	1,498
	(72.24)	(75.68)	(70.98)	(71.94)	(69.44)	(70.95)	(71.95)
3) ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	67	91	49	175	67	68	517
	(25.48)	(27.66)	(17.13)	(31.08)	(26.59)	(17.48)	(24.83)
4) ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	66	92	40	124	68	69	459
	(25.10)	(27.96)	(13.99)	(22.02)	(26.98)	(17.74)	(22.05)
5) ศัลยกรรมตกแต่ง	43	36	20	83	21	26	229
	(16.35)	(10.94)	(6.99)	(14.74)	(8.33)	(6.68)	(11.00)
6) ฉีดผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	40	21	17	51	9	17	155
	(15.21)	(6.38)	(5.94)	(9.06)	(3.57)	(4.37)	(7.44)
7) กินยาลดความอ้วน	32	22	6	45	7	13	125
	(12.17)	(6.69)	(2.10)	(7.99)	(2.78)	(3.34)	(6.00)

ตารางที่ 14 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามภูมิภาคที่พักอาศัย

ความคิดเห็นและค่านิยม	ภูมิภาคที่พักอาศัย						รวม ทั้งสิ้น
	กรุงเทพ มหานคร	ปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาค ตะวันออก เฉียงเหนือ	ภาคใต้	ภาคเหนือ	
● วิธีการที่ผู้หญิงใช้ทำเพื่อเสริมความงามให้แก่ตัวเอง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)							
1) ทานผักและผลไม้	181	262	232	366	171	304	1,516
	(69.35)	(80.12)	(80.84)	(65.36)	(67.59)	(78.35)	(73.03)
2) ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ	195	239	217	337	165	290	1443
	(74.71)	(73.09)	(75.61)	(60.18)	(65.22)	(74.74)	(69.51)
3) ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	84	93	83	151	73	83	567
	(32.18)	(28.44)	(28.92)	(26.96)	(28.85)	(21.39)	(27.31)
4) ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	78	66	49	77	54	72	396
	(29.89)	(20.18)	(17.07)	(13.75)	(21.34)	(18.56)	(19.08)
5) กินยาลดความอ้วน	25	15	14	27	14	22	117
	(9.58)	(4.59)	(4.88)	(4.82)	(5.53)	(5.67)	(5.64)
6) ศัลยกรรมตกแต่ง	25	9	15	28	10	9	96
	(9.58)	(2.75)	(5.23)	(5.00)	(3.95)	(2.32)	(4.62)
7) ฉีดผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	27	12	7	16	5	12	79
	(10.34)	(3.67)	(2.44)	(2.86)	(1.98)	(3.09)	(3.81)

ตารางที่ 14 (ต่อ) จำนวนและร้อยละความคิดเห็นและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามภูมิภาคที่พักอาศัย

ความคิดเห็นและค่านิยม	ภูมิภาคที่พักอาศัย						รวม ทั้งสิ้น
	กรุงเทพ มหานคร	ปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้	ภาคเหนือ	
● ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงามของผู้หญิง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)							
1) การมีเครื่องหมาย อย.	225	286	253	483	223	341	1,811
	(87.89)	(88.00)	(89.40)	(86.40)	(89.56)	(88.11)	(87.96)
2) ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์	108	133	90	132	84	122	669
	(42.19)	(40.92)	(31.80)	(23.61)	(33.73)	(31.52)	(32.49)
3) ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย	104	118	84	137	67	131	641
	(40.63)	(36.31)	(29.68)	(24.51)	(26.91)	(33.85)	(31.13)
4) แหล่งที่มาของสินค้า	94	99	71	138	71	122	595
	(36.72)	(30.46)	(25.09)	(24.69)	(28.51)	(31.52)	(28.90)
5) การมีเครื่องหมาย สคบ.	81	71	67	177	48	97	541
	(31.64)	(21.85)	(23.67)	(31.66)	(19.28)	(25.06)	(26.27)
6) การบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลที่ท่าน เชื่อถือ เช่น ญาติ หรือ เพื่อน เป็นต้น	88	76	71	117	68	87	507
	(34.38)	(23.38)	(25.09)	(20.93)	(27.31)	(22.48)	(24.62)
7) การบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลอื่นๆ เช่น การรีวิวสินค้า หรือ การโพสต์ของเหล่าคน ดัง	71	66	46	114	40	68	405
	(27.73)	(20.31)	(16.25)	(20.39)	(16.06)	(17.57)	(19.67)
8) รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เช่น แพคเกจ สี กลิ่น เป็นต้น	61	58	54	76	34	54	337
	(23.83)	(17.85)	(19.08)	(13.60)	(13.65)	(13.95)	(16.37)
	57	47	53	77	39	53	326

ความคิดเห็นและค่านิยม	ภูมิภาคที่พักอาศัย						รวม ทั้งสิ้น
	กรุงเทพมหานคร	ปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาค ตะวันออก เฉียงเหนือ	ภาคใต้	ภาคเหนือ	
9) การพบเห็นจากสื่อบ่อยๆ และสามารถ หาซื้อได้ง่าย	(22.27)	(14.46)	(18.73)	(13.77)	(15.66)	(13.70)	(15.83)

จากตารางที่ 14 พบว่า ตัวอย่างให้เหตุผลที่ผู้หญิงทำไมจึงอยากสวยและดูดีมากที่สุดสำหรับ ตัวอย่างพนักงานในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 69.58 รองลงมาคือ ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 18.63 ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสดูคู่ครอง ร้อยละ 6.08 อยากให้สุขภาพดีและรูปร่างดี ร้อยละ 2.28 และเพื่อให้ได้เข้าสังคมที่ดี ร้อยละ 1.52 ตัวอย่างพนักงานในปริมณฑล ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 76.29 รองลงมาคือ ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 13.98 ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสดูคู่ครอง ร้อยละ 6.38 อยากให้สุขภาพดีและรูปร่างดี ร้อยละ 1.52 และเพื่อให้ได้เข้าสังคมที่ดี ร้อยละ 0.30 ตัวอย่างพนักงานในภาคกลาง ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 71.43 รองลงมาคือ ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 19.86 ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสดูคู่ครอง ร้อยละ 2.44 อยากให้สุขภาพดีและรูปร่างดี ร้อยละ 1.74 และเพื่อให้ได้เข้าสังคมที่ดี ร้อยละ 0.35 ตัวอย่างพนักงานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 60.75 รองลงมาคือ ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสดูคู่ครอง ร้อยละ 20.60 ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 17.76 อยากให้สุขภาพดีและรูปร่างดี ร้อยละ 0.36 ตัวอย่างพนักงานในภาคใต้ ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 73.91 รองลงมาคือ ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 17.39 ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสดูคู่ครอง ร้อยละ 7.11 และเพื่อให้ได้เข้าสังคมที่ดี ร้อยละ 0.40 ตัวอย่างพนักงานในภาคเหนือ ส่วนใหญ่ สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ร้อยละ 74.36 รองลงมาคือ ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น ร้อยละ 16.67 ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสดูคู่ครอง ร้อยละ 6.15 อยากให้สุขภาพดีและรูปร่างดี ร้อยละ 1.03 และเพื่อให้ได้เข้าสังคมที่ดี ร้อยละ 0.26

ลักษณะสีผิวที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุดของตัวอย่างพนักงานในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ ผิวสีน้ำผึ้ง หรือผิวสองสี ร้อยละ 49.05 รองลงมาคือ ผิวสีขาว ร้อยละ 38.40 ผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 7.98 และผิวคล้ำ ร้อยละ 4.56 ตัวอย่างพนักงานในปริมณฑล ส่วนใหญ่ ผิวสีน้ำผึ้ง หรือผิวสองสี ร้อยละ 48.33 รองลงมาคือ ผิวสีขาว ร้อยละ 41.95 ผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 8.21 และผิวคล้ำ ร้อยละ 1.52 ตัวอย่างพนักงานในภาคกลาง ส่วนใหญ่ ผิวสีน้ำผึ้ง หรือผิวสองสี ร้อยละ 50.52 รองลงมาคือ ผิวสีขาว ร้อยละ 41.11 ผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 7.32 และผิวคล้ำ ร้อยละ 1.05 ตัวอย่างพนักงานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่ ผิวสีขาว ร้อยละ 51.51 รองลงมาคือ ผิวสีน้ำผึ้ง หรือผิวสองสี ร้อยละ 40.85 ผิวคล้ำ ร้อยละ 4.97 และผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 2.66 ตัวอย่างพนักงานในภาคใต้ ส่วนใหญ่ ผิวสีขาว ร้อยละ 48.62 รองลงมาคือ ผิวสีน้ำผึ้ง หรือผิวสองสี ร้อยละ 43.08 ผิวคล้ำ ร้อยละ 4.74 และผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 3.56 ตัวอย่างพนักงานในภาคเหนือ ส่วนใหญ่ ผิวสีน้ำผึ้ง หรือผิวสองสี ร้อยละ 45.38 รองลงมาคือ ผิวสีขาว ร้อยละ 42.82 ผิวสีอะไรก็ได้ ร้อยละ 7.44 และผิวคล้ำ ร้อยละ 4.36

ลักษณะรูปร่างที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุดของตัวอย่างพนักงานในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ รูปร่างสมส่วน ร้อยละ 77.95 รองลงมาคือ รูปร่างพอม ร้อยละ 12.93 รูปร่างอวบ ร้อยละ 6.46 รูปร่างอย่างไรก็ได้ ร้อยละ 1.52 และรูปร่างอ้วน ร้อยละ 1.14 ตัวอย่างพนักงานในปริมณฑล ส่วนใหญ่

รูปร่างสมส่วน ร้อยละ 78.72 รองลงมาคือ รูปร่างผอม ร้อยละ 12.16 รูปร่างอวบ ร้อยละ 6.38 รูปร่าง
อย่างไรก็ได้ ร้อยละ 2.13 และรูปร่างอ้วน ร้อยละ 0.61 ตัวอย่างพักอาศัยในภาคกลาง ส่วนใหญ่ รูปร่าง
สมส่วน ร้อยละ 80.84 รองลงมาคือ รูปร่างผอม ร้อยละ 10.10 รูปร่างอวบ ร้อยละ 8.01 รูปร่างอ้วน ร้อยละ
0.70 และรูปร่างอย่างไรก็ได้ ร้อยละ 0.35 ตัวอย่างพักอาศัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่ รูปร่าง
สมส่วน ร้อยละ 67.50 รองลงมาคือ รูปร่างผอม ร้อยละ 17.05 รูปร่างอวบ ร้อยละ 13.85 รูปร่างอ้วน
ร้อยละ 0.89 และรูปร่างอย่างไรก็ได้ ร้อยละ 0.71 ตัวอย่างพักอาศัยในภาคใต้ ส่วนใหญ่ รูปร่างสมส่วน
ร้อยละ 75.49 รองลงมาคือ รูปร่างอวบ ร้อยละ 13.04 รูปร่างผอม ร้อยละ 9.88 และรูปร่างอย่างไรก็ได้,
รูปร่างอ้วน ร้อยละ 0.79 ตัวอย่างพักอาศัยในภาคเหนือ ส่วนใหญ่ รูปร่างสมส่วน ร้อยละ 78.72 รองลงมาคือ
รูปร่างอวบ ร้อยละ 10.77 รูปร่างผอม ร้อยละ 8.46 รูปร่างอย่างไรก็ได้ ร้อยละ 1.54 และรูปร่างอ้วน ร้อยละ
0.51

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยทำศัลยกรรมตกแต่งหากมีโอกาสที่จะทำศัลยกรรมตกแต่งจะทำ
หรือไม่ของตัวอย่างพักอาศัยในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 64.26 รองลงมาคือ
ไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 16.73 และพร้อมที่จะทำทันที ร้อยละ 15.59 ตัวอย่างพักอาศัยในปริมณฑล ส่วนใหญ่
ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 69.60 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 14.29 และพร้อมที่จะทำทันที ร้อยละ
11.85 ตัวอย่างพักอาศัยในภาคกลาง ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 70.73 รองลงมาคือ พร้อมที่จะทำ
ทันที ร้อยละ 17.07 และไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 6.27 ตัวอย่างพักอาศัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่
ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 61.10 รองลงมาคือ พร้อมที่จะทำทันที ร้อยละ 19.54 และไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ
14.56 ตัวอย่างพักอาศัยในภาคใต้ ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำแน่นอน ร้อยละ 72.33 รองลงมาคือ พร้อมที่จะทำ
ทันที ร้อยละ 16.21 และไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 7.11 ตัวอย่างพักอาศัยในภาคเหนือ ส่วนใหญ่ ไม่กล้าทำ
แน่นอน ร้อยละ 70.26 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจว่าทำ ร้อยละ 14.36 และพร้อมที่จะทำทันที ร้อยละ 11.54

วิธีการที่ผู้หญิงคิดว่าสามารถทำให้สวยและดูดีขึ้นได้ของตัวอย่างพักอาศัยในกรุงเทพมหานคร
ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 84.03 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 72.24
ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 25.48 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 25.10 ตัวอย่างพักอาศัย
ในปริมณฑล ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 79.94 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ
75.68 ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 27.96 และใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 27.66 ตัวอย่าง
พักอาศัยในภาคกลาง ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 82.17 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้
ร้อยละ 70.98 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 17.13 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 13.99
ตัวอย่างพักอาศัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 74.25 รองลงมา
คือ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 71.94 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 31.08 และทานผลิตภัณฑ์อาหาร
เสริม ร้อยละ 22.02 ตัวอย่างพักอาศัยในภาคใต้ ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 81.75
รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 69.44 ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 26.98 และใช้ผลิตภัณฑ์
เสริมความงาม ร้อยละ 26.59 ตัวอย่างพักอาศัยในภาคเหนือ ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ

78.92 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 70.95 ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริมร้อยละ 17.74 และใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 17.48 ตามลำดับ

วิธีการที่ผู้หญิงใช้ทำเพื่อเสริมความงามให้แก่ตัวเองของตัวอย่างพักอาศัยในกรุงเทพมหานคร
ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 74.71 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 69.35 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงามร้อยละ 32.18 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 29.89 ตัวอย่างพักอาศัยในปริมณฑล ส่วนใหญ่ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 73.09 รองลงมาคือ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 80.12 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงามร้อยละ 28.44 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 20.18 ตัวอย่างพักอาศัยในภาคกลาง ส่วนใหญ่ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 80.84 รองลงมาคือ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 75.61 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงามร้อยละ 28.92 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 17.07 ตัวอย่างพักอาศัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 65.36 รองลงมาคือ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 60.18 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงามร้อยละ 26.96 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 13.75 ตัวอย่างพักอาศัยในภาคใต้ ส่วนใหญ่ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 67.59 รองลงมาคือ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 65.22 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงามร้อยละ 28.85 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 21.34 ตัวอย่างพักอาศัยในภาคเหนือ ส่วนใหญ่ ทานผักและผลไม้ ร้อยละ 78.35 รองลงมาคือ ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ร้อยละ 74.74 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้อยละ 21.39 และทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ร้อยละ 18.56 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงามของผู้หญิงของตัวอย่างพักอาศัยในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย ออย. ร้อยละ 87.89 รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ ร้อยละ 42.19 ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย ร้อยละ 40.63 และแหล่งที่มาของสินค้า ร้อยละ 36.72 ตัวอย่างพักอาศัยในปริมณฑล ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย ออย. ร้อยละ 88.00 รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ ร้อยละ 40.92 ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย ร้อยละ 36.31 และการบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลที่ท่านเชื่อถือ เช่น ญาติ หรือ เพื่อน เป็นต้น ร้อยละ 23.38 ตัวอย่างพักอาศัยในภาคกลาง ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย ออย. ร้อยละ 89.40 รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ ร้อยละ 31.80 ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย ร้อยละ 29.68 และแหล่งที่มาของสินค้า ร้อยละ 25.09 ตัวอย่างพักอาศัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย ออย. ร้อยละ 86.40 รองลงมาคือ แหล่งที่มาของสินค้า ร้อยละ 24.69 ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย ร้อยละ 24.51 และความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ ร้อยละ 23.61 ตัวอย่างพักอาศัยในภาคใต้ ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย ออย. ร้อยละ 89.56 รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ ร้อยละ 33.73 แหล่งที่มาของสินค้า ร้อยละ 28.51 และการบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลที่ท่านเชื่อถือ เช่น ญาติ หรือ เพื่อน เป็นต้น ร้อยละ 27.31 ตัวอย่างพักอาศัยในภาคเหนือ ส่วนใหญ่ การมีเครื่องหมาย ออย. ร้อยละ 88.11 รองลงมาคือ ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย ร้อยละ 33.85 ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์, แหล่งที่มาของสินค้า ร้อยละ 31.52 และการมีเครื่องหมาย สคบ. ร้อยละ 25.06 ตามลำดับ

ภาคผนวก



ร่วมกับ



กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
กระทรวงสาธารณสุข ถนนติวานนท์ จังหวัดนนทบุรี 11000

โทรศัพท์ ๐ ๒๕๖๒ ๗๑๐๗

“โครงการสำรวจความคิดเห็นและค่านิยมของประชาชนที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ”

เรียน บรรณาธิการบริหาร /บรรณาธิการข่าว /หัวหน้าข่าว/ หัวหน้าหน่วยงาน

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ร่วมกับ ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) เผยผลสำรวจเรื่อง “ความคิดเห็นและค่านิยมของประชาชนที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ” ทำการสำรวจความคิดเห็นดังกล่าว ระหว่างวันที่ 6 - 24 มีนาคม 2560 โดยสอบถามความคิดเห็นจากประชาชนทั่วประเทศที่เป็นเพศหญิง กระจายทุกระดับการศึกษาและอาชีพ รวมทั้งสิ้นจำนวน 2,085 หน่วยตัวอย่าง การสำรวจอาศัยการสุ่มตัวอย่างจากบัญชีรายชื่อฐานข้อมูลตัวอย่างหลัก (Master Sample) ของ “นิด้าโพล” ด้วยความน่าจะเป็นแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งภูมิภาคออกเป็น 5 ภูมิภาค จากนั้นในแต่ละภาคสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Random Sampling) เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95.0 และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error: S.E.) ไม่เกิน 1.09

จากผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้หญิง เมื่อถามถึงเหตุผลที่ผู้หญิงทำไมจึงอยากสวยและดูดีมากที่สุด พบว่า ผู้หญิงส่วนใหญ่มีเหตุผลคือเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับตนเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.93 รองลงมา คือ เพื่อทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 17.31 เพื่อดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสดำรงตำแหน่ง คิดเป็นร้อยละ 9.69 เพื่อยากให้สุขภาพดีและรูปร่างดี คิดเป็นร้อยละ 1.06 และเพื่อให้ได้เข้าสังคมที่ดี คิดเป็นร้อยละ 0.38 ตามลำดับ

ลักษณะสีผิวที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุด พบว่า ผู้หญิงที่มีผิวสีน้ำผึ้ง หรือผิวสองสีสวยและดูดีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.52 รองลงมา ผู้หญิงที่มีผิวสีขาว คิดเป็นร้อยละ 44.94 ผู้หญิงที่มีผิวสีอะไรก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 5.85 และผู้หญิงที่มีผิวสีคล้ำ คิดเป็นร้อยละ 3.69 ตามลำดับ

ลักษณะรูปร่างที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุด พบว่า ผู้หญิงที่มีรูปร่างสมส่วนจะสวยและดูดีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.49 รองลงมา ผู้หญิงที่มีรูปร่างผอมจะสวยและดูดี คิดเป็นร้อยละ 12.33 ผู้หญิง

ที่มีรูปร่างอวบจะสวยและดูดี คิดเป็นร้อยละ 10.26 ผู้หญิงที่มีรูปร่างอย่างไรก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 1.15 และผู้หญิงที่มีรูปร่างอ้วนก็สวยและดูดีได้ คิดเป็นร้อยละ 0.77 ตามลำดับ

วิธีการที่ผู้หญิงคิดว่าสามารถทำให้สวยและดูดีขึ้นได้ พบว่า ผู้หญิงส่วนใหญ่คิดว่าการออกกำลังกายให้สม่ำเสมอจะทำให้สวยและดูดีขึ้นได้ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.25 รองลงมา การทานผักและผลไม้ คิดเป็นร้อยละ 71.95 การใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม คิดเป็นร้อยละ 24.83 การทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม คิดเป็นร้อยละ 22.05 การศัลยกรรมตกแต่ง คิดเป็นร้อยละ 11.00 การฉีดผลิตภัณฑ์เสริมความงาม คิดเป็นร้อยละ 7.44 และการกินยาลดความอ้วน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

วิธีการที่ผู้หญิงใช้ทำเพื่อเสริมความงามให้แก่ตัวเอง พบว่า ผู้หญิงส่วนใหญ่ใช้วิธีการทานผักและผลไม้ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.03 รองลงมา ใช้วิธีออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ คิดเป็นร้อยละ 69.51 ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม คิดเป็นร้อยละ 27.31 ใช้วิธีการทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม คิดเป็นร้อยละ 19.08 ใช้วิธีการกินยาลดความอ้วน คิดเป็นร้อยละ 5.64 ใช้วิธีทำศัลยกรรมตกแต่ง คิดเป็นร้อยละ 4.62 และใช้วิธีการฉีดผลิตภัณฑ์เสริมความงาม คิดเป็นร้อยละ 3.81 ตามลำดับ

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยทำศัลยกรรมตกแต่ง หากมีโอกาที่จะทำศัลยกรรมตกแต่งจะทำหรือไม่ พบว่า ผู้หญิงส่วนใหญ่ไม่กล้าทำแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 67.24 โดยระบุเหตุผลอันดับแรกคือ กลัวผลกระทบข้างเคียงจากการทำศัลยกรรม อันดับที่สองคือไม่ชอบการทำศัลยกรรม และอันดับที่สามคือมั่นใจในรูปร่างของตัวเองอยู่แล้ว รองลงมา พร้อมทั้งจะทำศัลยกรรมตกแต่งทันทีหากมีโอกาส คิดเป็นร้อยละ 16.12 โดยระบุเหตุผลอันดับแรกคือ อยากแก้ไขจุดบกพร่องเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับตนเอง อันดับที่สองคือ อยากสวยเหมือนคนอื่นๆ และอันดับที่สามคือ อยากดูดีขึ้นเพื่อการเข้าสังคม และยังไม่แน่ใจว่าทำศัลยกรรมตกแต่งทันทีหากมีโอกาส คิดเป็นร้อยละ 12.18 โดยระบุเหตุผลอันดับแรกคือ ไม่แน่ใจในความปลอดภัยและผลข้างเคียงของการทำศัลยกรรมตกแต่ง อันดับที่สองคือ คิดว่าเป็นสิ่งที่ไม่มีความจำเป็นต้องทำศัลยกรรมตกแต่ง และอันดับที่สามคือ กลัวทำศัลยกรรมตกแต่งออกมาแล้วไม่สวย

ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงามของผู้หญิง พบว่า ผู้หญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการมีเครื่องหมาย อย. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.96 รองลงมา ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์ คิดเป็นร้อยละ 32.49 การมีส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย คิดเป็นร้อยละ 31.13 การมีแหล่งที่มาของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 28.90 การมีเครื่องหมาย สคบ. คิดเป็นร้อยละ 26.27 การบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลที่ท่านเชื่อถือ เช่น ญาติ หรือ เพื่อน เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 24.62 การบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลอื่นๆ เช่น การรีวิวสินค้า หรือ การโพสต์ของเหล่าคนดัง คิดเป็นร้อยละ 19.67 รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เช่น แพ็กเกจ สี กลิ่น เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 16.37 และการพบเห็นจากสื่อบ่อย ๆ และสามารถหาซื้อได้ง่าย คิดเป็นร้อยละ 15.83 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.62 รองลงมา มีอายุต่ำกว่า 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.43 มีอายุระหว่าง 18 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.19 มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.57 และมีอายุมากกว่า 45 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 19.18 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.71 รองลงมา มีสถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 42.11 สถานภาพคบหาอยู่กิน คิดเป็นร้อยละ 7.67 และสถานภาพหม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 4.51 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.38 รองลงมา ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 32.04 ระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 16.16 ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 7.15 และสูงกว่าระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 5.28 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.01 รองลงมา เป็นเจ้าของธุรกิจหรืออาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 16.88 พนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 13.09 พ่อบ้าน แม่บ้าน เกษียณอายุ และว่างงาน คิดเป็นร้อยละ 13.00 ผู้ใช้แรงงานหรือรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 10.70 ข้าราชการ ลูกจ้างของรัฐ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 10.60 และเกษตรกรหรือปริมัง คิดเป็นร้อยละ 7.72 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.97 รองลงมา มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.49 มีรายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.93 มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5.56 และมีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.22 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 27.00 รองลงมา อาศัยอยู่ในภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 18.71 อาศัยอยู่ในปริมณฑล คิดเป็นร้อยละ 15.78 อาศัยอยู่ในภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 13.76 อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 12.61 และอาศัยอยู่ในภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 12.13 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่ผู้หญิงทำไมจึงอยากสวยและดูดีมากที่สุด

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
1. สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง	1,458	69.93
2. ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น	361	17.31
3. ดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจหรือมีโอกาสดูคู่ครอง	202	9.69
4. อยากให้สุขภาพดีและรูปร่างดี	22	1.06

ตารางที่ 1 (ต่อ) จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่ผู้หญิงทำไมจึงอยากสวยและดูดีมากที่สุด

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
5. เพื่อให้ได้เข้าสังคมที่ดี	8	0.38
6. ไม่แสดงความคิดเห็น	34	1.63
รวมทั้งสิ้น	2,085	100.00

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะสีผิวที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุด

ลักษณะสีผิว	จำนวน	ร้อยละ
1. ผิวสีน้ำผึ้ง หรือผิวสองสี	949	45.52
2. ผิวสีขาว	937	44.94
3. ผิวสีอะไรก็ได้	122	5.85
4. ผิวคล้ำ	77	3.69
รวมทั้งสิ้น	2,085	100.00

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะรูปร่างที่ผู้หญิงคิดว่าสวยและดูดีมากที่สุด

ลักษณะรูปร่าง	จำนวน	ร้อยละ
1. รูปร่างสมส่วน	1,574	75.49
2. รูปร่างผอม	257	12.33
3. รูปร่างอวบ	214	10.26
4. รูปร่างอย่างไรก็ได้	24	1.15
5. รูปร่างอ้วน	16	0.77
รวมทั้งสิ้น	2,085	100.00

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการที่ผู้หญิงคิดว่าสามารถทำให้สวยและดูดีขึ้นได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

วิธีการ	ร้อยละ
1. ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ	79.25
2. ทานผักและผลไม้	71.95
3. ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	24.83
4. ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	22.05
5. ศัลยกรรมตกแต่ง	11.00
6. ฉีดผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	7.44
7. กินยาลดความอ้วน	6.00

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการที่ผู้หญิงใช้ทำเพื่อเสริมความงามให้แก่ตัวเอง
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

วิธีการ	ร้อยละ
1. ทานผักและผลไม้	73.03
2. ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ	69.51
3. ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	27.31
4. ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	19.08
5. กินยาลดความอ้วน	5.64
6. ศัลยกรรมตกแต่ง	4.62
7. ฉีดผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	3.81

ตารางที่ 6 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยทำศัลยกรรมตกแต่ง
หากมีโอกาสที่จะทำศัลยกรรมตกแต่งจะทำหรือไม่

การมีโอกาที่จะทำศัลยกรรมตกแต่ง	จำนวน	ร้อยละ
● ไม่กล้าทำแน่นอน โดยมีเหตุผลดังนี้	1,402	67.24
1) กลัวผลกระทบข้างเคียงจากการทำศัลยกรรม	ร้อยละ 42.72	
2) ไม่ชอบการทำศัลยกรรม	ร้อยละ 16.05	
3) มั่นใจในรูปร่างของตัวเองอยู่แล้ว	ร้อยละ 9.77	
4) ไม่มีความจำเป็นต้องทำกินอาหารเสริมน่าจะเพียงพอ	ร้อยละ 7.28	
5) อยากสวยแบบธรรมชาติ	ร้อยละ 7.20	
6) กลัวผลกระทบที่จะเกิดขึ้นเมื่ออายุมาก	ร้อยละ 4.99	
7) พุ่มเพื่อย เอาเงินไปทำอย่างอื่นดีกว่า	ร้อยละ 1.71	
8) เป็นข้อห้ามของอิสลาม	ร้อยละ 0.29	
9) ยังเด็กและที่บ้านไม่อนุญาต	ร้อยละ 0.21	
10) กลัวทำออกมาไม่สวย	ร้อยละ 0.07	
11) บริหารร่างกายแล้วเลยไม่อยากทำ	ร้อยละ 0.07	
12) เป็นสิ่งปลอมที่เข้าสู่ร่างกาย	ร้อยละ 0.07	
13) ไม่ระบุเหตุผล	ร้อยละ 9.56	
● พร้อมที่จะทำทันที	336	16.12
1) อยากแก้ไขจุดบกพร่องเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับตนเอง	ร้อยละ 41.37	

2) อยากสวยเหมือนคนอื่น ๆ	ร้อยละ 31.25
3) อยากดูดีขึ้นเพื่อการเข้าสังคม	ร้อยละ 13.39

ตารางที่ 6 (ต่อ) จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยทำศัลยกรรมตกแต่ง หากมีโอกาสที่จะทำศัลยกรรมตกแต่งจะทำหรือไม่

การมีโอกาสที่จะทำศัลยกรรมตกแต่ง	จำนวน	ร้อยละ
4) มีเงินพร้อมจะทำทุกอย่าง	ร้อยละ 1.79	
5) ทำให้มีโอกาสทำงานมากขึ้น	ร้อยละ 1.49	
6) รูปร่างหน้าตา เป็นสิ่งสำคัญ	ร้อยละ 0.30	
7) การมีหน้าตาที่ดีทำให้ประสบความสำเร็จได้	ร้อยละ 0.30	
8) ไม่ระบุเหตุผล	ร้อยละ 10.12	
● ไม่แน่ใจว่าทำ	254	12.18
1) ไม่แน่ใจในความปลอดภัยและผลข้างเคียง	ร้อยละ 20.87	
2) คิดว่าเป็นสิ่งที่ไม่มีความจำเป็น	ร้อยละ 13.78	
3) กลัวทำศัลยกรรมตกแต่งออกมาแล้วไม่สวย	ร้อยละ 12.99	
4) เป็นเรื่องของอนาคตไว้มีโอกาสก็จะทำให้ถึงเวลาที่เหมาะสมก่อน	ร้อยละ 12.60	
5) กลัวเจ็บจากการทำศัลยกรรม	ร้อยละ 8.66	
6) ต้องศึกษาข้อดี ข้อเสีย ดูข้อมูลหลายๆ ด้านก่อนทำ	ร้อยละ 3.54	
7) ปัจจุบันยังเรียนอยู่ อายุยังน้อย	ร้อยละ 3.54	
8) อายุเยอะแล้วต้องดูแลตนเอง	ร้อยละ 1.97	
9) ไม่จำเป็นเพราะที่มีดีอยู่แล้ว	ร้อยละ 1.18	
10) ไม่ระบุเหตุผล	ร้อยละ 20.87	
● ไม่แสดงความคิดเห็น	93	4.46
รวมทั้งสิ้น	2,085	100.00

ตารางที่ 7 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงามของผู้หญิง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญ	ร้อยละ
1. การมีเครื่องหมาย อย.	87.96
2. ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์	32.49
3. ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย	31.13

4. แหล่งที่มาของสินค้า	28.90
5. การมีเครื่องหมาย สคบ.	26.27
6. การบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลที่ท่านเชื่อถือ เช่น ญาติ หรือ เพื่อน เป็นต้น	24.62

ตารางที่ 7 (ต่อ) จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงามของผู้หญิง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญ	ร้อยละ
7. การบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลอื่นๆ เช่น การรีวิวสินค้า หรือ การโพสต์ของเหล่าคนดัง	19.67
8. รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เช่น แพคเกจ สี กลิ่น เป็นต้น	16.37
9. การพบเห็นจากสื่อบ่อยๆ และสามารถหาซื้อได้ง่าย	15.83
10. อื่น ๆ ได้แก่ ความปลอดภัย การมีผู้เชี่ยวชาญแนะนำ การอยากลองใช้	0.15

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่า 18 ปี	426	20.43
18 - 25 ปี	421	20.19
26 – 35 ปี	408	19.57
36 – 45 ปี	430	20.62
มากกว่า 45 ปีขึ้นไป	400	19.18
รวมทั้งสิ้น	2,085	100.00
สถานภาพการสมรส		
โสด	953	45.71
สมรส/อยู่ด้วยกัน	878	42.11
คบหาอยู่	160	7.67
หม้าย /หย่าร้าง /แยกกันอยู่	94	4.51
รวมทั้งสิ้น	2,085	100.00
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ประถมศึกษา/ต่ำกว่า	337	16.16
มัธยมศึกษา/เทียบเท่า	821	39.38
อนุปริญญา/เทียบเท่า	149	7.15
ปริญญาตรี /เทียบเท่า	668	32.04

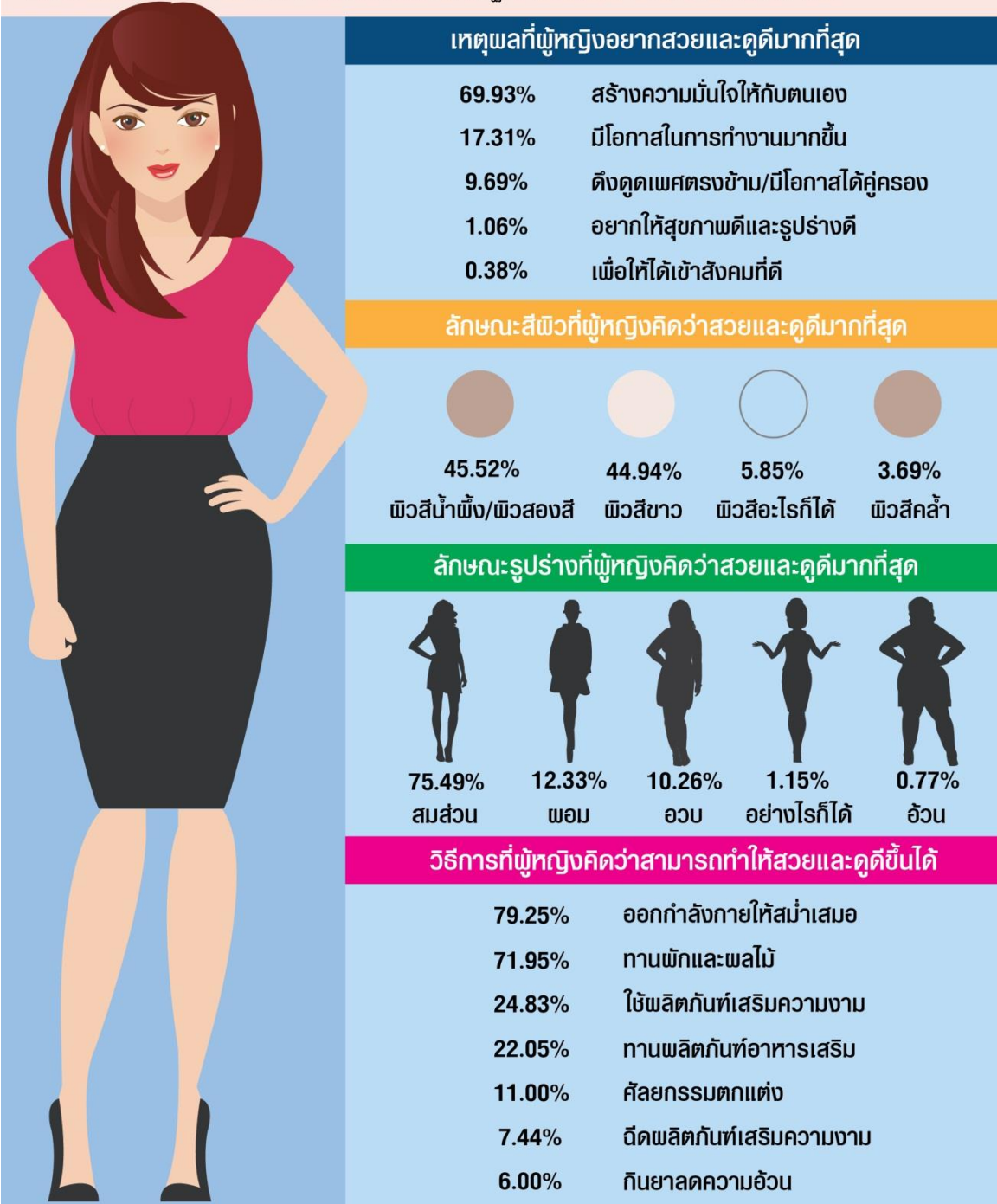
สูงกว่าปริญญาตรี/เทียบเท่า	110	5.28
รวมทั้งสิ้น	2,085	100.00

ตารางที่ 8 (ต่อ) จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพหลัก		
นักเรียน/นักศึกษา	584	28.01
เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ	352	16.88
พนักงานเอกชน	273	13.09
พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/ว่างงาน	271	13.00
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	223	10.70
ข้าราชการ/ลูกจ้างของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	221	10.60
เกษตรกร/ประมง	161	7.72
รวมทั้งสิ้น	2,085	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่มีรายได้	701	33.62
ไม่เกิน 10,000 บาท	448	21.49
10,001 – 20,000 บาท	479	22.97
20,001 – 30,000 บาท	207	9.93
30,001 – 40,000 บาท	88	4.22
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	116	5.56
ไม่ระบุ	46	2.21
รวมทั้งสิ้น	2,085	100.00
ภูมิภาคที่พักอาศัยปัจจุบัน		
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	563	27.00
ภาคเหนือ	390	18.71
ปริมลฑล	329	15.78
ภาคกลาง	287	13.76
กรุงเทพมหานคร	263	12.61
ภาคใต้	253	12.13
รวมทั้งสิ้น	2,085	100.00

ความคิดเห็นและค่านิยมของประชาชน ต่อพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ร่วมกับ ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” สำรวจความคิดเห็น เรื่อง “ความคิดเห็นและค่านิยมของประชาชนที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ” ระหว่างวันที่ 6 - 24 มีนาคม 2560 จากประชาชนทั่วประเทศ **ที่เป็นเพศหญิง** กระจายทุกระดับการศึกษาและอาชีพ จำนวน 2,085 หน่วยตัวอย่าง ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error: S.E.) ไม่เกิน 1.09



วิธีการที่ผู้หญิงใช้ทำเพื่อเสริมความงามให้แก่ตัวเอง



73.03%

ทานผักและผลไม้



69.51%

ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ



27.31%

ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม

19.08%

ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม

4.62%

ศัลยกรรมตกแต่ง

5.64%

กินยาลดความอ้วน

3.81%

ฉีดผลิตภัณฑ์เสริมความงาม

การมีโอกาที่จะทำศัลยกรรมตกแต่ง



67.24% ไม่กล้าทำแน่นอน

42.72%

กลัวผลข้างเคียง

16.05%

ไม่ชอบการทำศัลยกรรม

9.77%

มั่นใจในรูปร่างของตัวเองอยู่แล้ว



16.12% พร้อมทั้งทำทันที

41.37%

แก้ไขจุดบกพร่องเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับตนเอง

31.25%

อยากสวยเหมือนคนอื่นๆ

13.39%

อยากดูดีเพื่อการเข้าสังคม



12.18% ไม่แน่ใจว่าจะทำ

20.87%

ไม่แน่ใจในความปลอดภัยและผลข้างเคียง

13.78%

เป็นสิ่งที่ไม่มีความจำเป็น

12.99%

กลัวทำออกมาแล้วไม่สวย

ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงามของผู้หญิง

87.96%

การมีเครื่องหมาย อย.

32.49%

ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์

31.13%

ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย

28.90%

แหล่งที่มาของสินค้า

26.27%

การมีเครื่องหมาย สคบ.

24.62%

การบอกต่อผลลัพธ์จากบุคคลที่เชื่อถือ

ชื่อ

ผู้ให้ข้อมูล

Tel.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
			-						

แบบสอบถาม

การสำรวจความคิดเห็นและค่านิยมของประชาชนที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นและค่านิยมของประชาชนที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาค่านิยมของสังคมที่มีผลต่อความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อนำมาพัฒนาศักยภาพของผู้บริโภคในการเผยแพร่รณรงค์ให้ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพและพฤติกรรมการเลือกซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านตอบแบบสอบถามฉบับนี้ ซึ่งข้อมูลของท่านจะนำมาเป็นส่วนหนึ่งของผลการสำรวจในภาพรวมเท่านั้น

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. ท่านคิดว่าผู้หญิง/ตัวท่านเองทำไมจึงอยากสวยและดูดี เพราะเหตุผลใดมากที่สุด

- ☐ 1) เพื่อดึงดูดให้เพศตรงข้ามสนใจ/มีโอกาสดูคู่ครอง
☐ 2) สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง
☐ 3) ทำให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น
☐ 4) อื่นๆ โปรดระบุ.....

2. ท่านคิดว่าลักษณะสีผิวแบบใดสวยและดูดีสำหรับผู้หญิง/ตัวท่านเองมากที่สุด

- ☐ 1) ผิวสีขาว ☐ 2) ผิวสีน้ำผึ้ง หรือผิวสองสี ☐ 3) ผิวคล้ำ ☐ 4) ไม่ระบุ/ไม่แน่นอน

3. ท่านคิดว่าลักษณะรูปร่างแบบใดสวยและดูดีสำหรับผู้หญิง/ตัวท่านเองมากที่สุด

- ☐ 1) ผอม ☐ 2) สมส่วน ☐ 3) อวบ
☐ 4) อ้วน ☐ 5) ไม่ระบุ/ไม่แน่นอน

4. ท่านคิดว่าวิธีการใดที่จะทำให้ผู้หญิง/ตัวท่านเองสามารถสวยและดูดีขึ้นได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1) ทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น ☐ 2) ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม
☐ 3) ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ☐ 4) ฉีดผลิตภัณฑ์เสริมความงาม
☐ 5) ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ☐ 6) กินยาลดความอ้วน
☐ 7) ศัลยกรรมตกแต่ง ☐ 8) อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. ท่านเคยทำวิธีการในข้อใดบ้างเพื่อเสริมความงามให้แก่ตัวท่านเอง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1) ทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น ☐ 2) ทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริม
☐ 3) ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ☐ 4) ฉีดผลิตภัณฑ์เสริมความงาม
☐ 5) ออกกำลังกายให้สม่ำเสมอ ☐ 6) กินยาลดความอ้วน
☐ 7) ศัลยกรรมตกแต่ง ☐ 8) อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. (สำหรับท่านที่ไม่เคยทำคัลยกรรมตกแต่ง) หากท่านมีโอกาสที่จะทำคัลยกรรมตกแต่ง ท่านจะทำหรือไม่

- ☐ 1) พร้อมที่จะทำทันที เพราะ.....
- ☐ 2) ไม่แน่ใจว่าจะทำ เพราะ.....
- ☐ 3) ไม่กล้าทำแน่นอน เพราะ.....
- ☐ 4) อื่นๆ โปรดระบุ.....

7. ท่านคิดว่าปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงามมีปัจจัยอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1) การมีเครื่องหมาย ой. ☐ 2) การมีเครื่องหมาย สคบ.
- ☐ 3) ส่วนประกอบทั้งหมดพร้อมคำบรรยาย ☐ 4) ความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือแบรนด์
- ☐ 5) แหล่งที่มาของสินค้า ☐ 6) รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เช่น แพคเกจ สี กลิ่น เป็นต้น
- ☐ 7) การบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลที่ท่านเชื่อถือ เช่น ญาติ หรือ เพื่อน เป็นต้น
- ☐ 8) การบอกต่อผลลัพธ์ของบุคคลอื่นๆ เช่น การรีวิวสินค้า หรือ การโพสต์ของเหล่าคนดัง
- ☐ 9) การพบเห็นจากสื่อบ่อยๆ และสามารถหาซื้อได้ง่าย
- ☐ 10) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. อายุ ☐ 1) ต่ำกว่า 18 ปี ☐ 2) 18 - 25 ปี ☐ 3) 26 - 35 ปี
☐ 4) 36 - 45 ปี ☐ 5) มากกว่า 45 ปีขึ้นไป
2. สถานภาพการสมรส ☐ 1) โสด ☐ 2) คบหาอยู่
☐ 3) สมรส/อยู่ด้วยกัน ☐ 4) หม้าย /หย่าร้าง /แยกกันอยู่
3. ระดับการศึกษาสูงสุด ☐ 1) ประถมศึกษา/ต่ำกว่า ☐ 2) มัธยมศึกษา/เทียบเท่า ☐ 3) อนุปริญญา/เทียบเท่า
☐ 4) ปริญญาตรี /เทียบเท่า ☐ 5) สูงกว่าปริญญาตรี/เทียบเท่า
4. อาชีพหลัก ☐ 1) ข้าราชการ/ลูกจ้างของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ 2) พนักงานเอกชน
☐ 3) เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ ☐ 4) เกษตรกร/ประมง ☐ 5) ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป
☐ 6) พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/ว่างงาน ☐ 7) นักเรียน/นักศึกษา
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ☐ 1) ไม่มีรายได้ ☐ 2) ไม่เกิน 10,000 บาท ☐ 3) 10,001 - 20,000 บาท
☐ 4) 20,001 - 30,000 บาท ☐ 5) 30,001 - 40,000 บาท
☐ 6) มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป ☐ 7) ไม่ระบุ
6. พื้นที่พักอาศัยปัจจุบัน ☐ 1) กรุงเทพมหานคร เขต.....
☐ 2) จังหวัด.....
☐ 1) ในเขตเทศบาล ☐ 2) นอกเขตเทศบาล