

**ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอน
ของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัย**

**KNOWLEDGE ATTITUDE AND CONSUMER BEHAVIOR OF
GLUTATHIONE PRODUCTS AMONG UNIVERSITY STUDENTS**

อรสา ภูเจริญ อรรถพล รอดแก้ว และ จิตศิริณ ก้อนคง*

Orasa Phucharern, Atthaphol Rodkaew and Chitsirin Konkong*

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

*corresponding author e-mail: chitsirin@psru.ac.th

บทคัดย่อ

กลูตาไธโอนเป็นสารต้านอนุมูลอิสระชนิดหนึ่งที่มีอยู่ในร่างกายของมนุษย์ และพบปริมาณของกลูตาไธโอนได้สูงในผักและผลไม้ อย่างไรก็ตามมีการกล่าวอ้างถึงสรรพคุณของกลูตาไธโอนเกินจริงจนนำไปสู่การเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่มีส่วนผสมของกลูตาไธโอน การศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความรู้ ทักษะและพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอนของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัย การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาภาคตัดขวางโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยจำนวน 387 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่าง 387 คน เข้าร่วมการศึกษาด้วยความสมัครใจ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 71.8) มีอายุ 18–20 ปี (ร้อยละ 55.6) มีรายรับที่ได้จากผู้ปกครองเดือนละ 4,001–5,000 บาท (ร้อยละ 50.4) มีความรู้เรื่องกลูตาไธโอนและผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอนอยู่ในระดับปานกลาง ทักษะที่มีต่อผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอนอยู่ในระดับปานกลาง ในส่วนของพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอน กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารจากผู้แทนขายหรือสื่ออินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างที่บริโภคผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอนเลือกรับประทานผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของกลูตาไธโอนชนิดแคปซูล โดยบริโภคมากกว่า 4 ครั้ง/สัปดาห์ เป็นเวลาไม่เกิน 6 เดือน มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อครั้งไม่เกิน 1,000 บาท เหตุผลสำคัญที่ทำให้บริโภคผลิตภัณฑ์เพราะต้องการมีสีผิวที่ขาวขึ้น และกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 24.5 ให้เหตุผลที่หยุดบริโภคผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอนเพื่อต้องการให้ร่างกายได้หยุดพัก ผลจากการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการส่งเสริมความ

รอบรู้ทางด้านสุขภาพ โดยเฉพาะในประเด็นด้านผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับ
วัยรุ่น

คำสำคัญ: ความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมการบริโภค ผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอน
นักศึกษาระดับมหาวิทยาลัย

Abstract

Glutathione is an antioxidant components found in human bodies and also found in vegetables and fruits. Moreover, glutathione has been over-claimed its properties. Many products were mixed with glutathione for consuming. The objectives of this study were to investigate the knowledge, attitude, and consumer behavior of glutathione in the university students. A cross-sectional descriptive study was conducted by using the questionnaire. The participants were 387 university students by multi-stage sampling. Data were analyzed by statistical program.

Three hundred and eighty seven university students were willing to participate in this study. Most participants were females (71.8%), aged 18 – 20 year old (55.6%), income from the parents 4,001–5,000 bath per month (50.4%). The knowledge of glutathione and glutathione consumption were at the intermediate level. The attitude of glutathione consumption was at the intermediate level. The participants got the glutathione product information from sales representative or internet. The participants who consumed glutathione products chose as capsules by using 4 times/week for less than 6 months, with the cost not greater than 1,000 Thai Baht. The important reason of participants for consuming glutathione products due to skin lightening. The participants, 24.5%, stop to consume glutathione products because they want the body to rest. Findings suggested that health literacy especially supplementary products should be concerned.

Keywords: knowledge, attitude, consumer behavior, glutathione product, university student

บทนำ

กลูตาไธโอน คือ สารธรรมชาติชนิดหนึ่งที่มีอยู่เกือบทุกเซลล์ในร่างกายของมนุษย์ มีลักษณะเป็นโปรตีน ไตรเปปไทด์ (Tripeptide) ซึ่งประกอบด้วยกรดอะมิโน 3 ชนิด ได้แก่ แอล-กลูตามีน (L-Glutamine) แอล-ไกลซีน (L-Glycine) และแอล-ซิสเตอีน (L-Cysteine) ร่างกายสามารถสร้างกลูตาไธโอนขึ้นเองได้จากกรดอะมิโนดังกล่าว (Masaki, 2010) หรืออาจพบได้ตามธรรมชาติ เช่น ในพืชผักชนิดต่างๆ ที่ยังสด ผลไม้ทั่วไป เนื้อสัตว์ต่างๆ นํ้านม ปลาและเนื้อแดง เป็นต้น (Pankaew, 2008) กลูตาไธโอนถูกนำมาใช้ในการรักษาโรค เช่น โรคพาร์กินสัน (Mischley et al., 2013; Mischley, et al., 2015) ต้อกระจก (Fan, Monnier and Whitson, 2016) ต้อหิน (Park and Moon, 2012) เป็นต้น ผลข้างเคียงหนึ่งที่เกิดจากการใช้กลูตาไธโอนในการรักษาโรค คือ สิวที่อ่อนลง โดยจากการศึกษาพบว่าผลข้างเคียงดังกล่าวเกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้างเม็ดสีเมลานิน (Melanogenic pathway) ในร่างกาย (Villarama and Maibach, 2005) นอกจากนี้ผลข้างเคียงที่ไม่พึงประสงค์ คือ กลูตาไธโอนชนิดรับประทานก่อให้เกิดแก๊สในระบบทางเดินอาหารและขับถ่ายเหลว (ร้อยละ 0.1–0.2) และทำให้ระดับสังกะสี (Zinc) ในร่างกายลดลงและอาจมีความเสี่ยงต่อการเกิดโรคมะเร็งผิวหนังเพิ่มขึ้น (Kitsanapun and Issarachot, 2018)

จากผลข้างเคียงในการทำให้สิิวอ่อนลง ทำให้มีการนำกลูตาไธโอนมาผสมในผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเครื่องสำอางและอาหารเสริมชนิดต่างๆ แล้วโฆษณาชวนเชื่อว่ามีประสิทธิภาพแล้วจะทำให้สิิวขาว ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีจำหน่ายทั่วไปตามท้องตลาด และได้รับความนิยมค่อนข้างมาก (Makmangmee, 2014) โดยมีการวางจำหน่ายหลายรูปแบบ ทั้งแบบรับประทาน เช่น ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ผสมกลูตาไธโอนชนิดเม็ด ชนิดแคปซูล ชนิดผง หรือชนิดฉีดเข้าเส้นเลือด และยังมีเครื่องสำอางบำรุงผิวที่ผสมกลูตาไธโอนเพื่อหวังผลให้สิิวขาว สดใส ชะลอความเสื่อมของเซลล์และเป็นสารต้านอนุมูลอิสระ (Pankaew, 2008) ซึ่งผู้บริโภคอาจมีความเข้าใจในการบริโภคที่คลาดเคลื่อนแตกต่างกันการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารกลูตาไธโอนมารับประทาน หรือเข้ารับบริการฉีดสารกลูตาไธโอน ซึ่งเป็นสิ่งที่เกินความจำเป็นและมีความเสี่ยง อย่างไรก็ตามการจัดการต่อสิ่งที่เผยแพร่โฆษณาเกินจริงในเรื่องนี้รวมถึงผลิตภัณฑ์อื่นๆ ย่อมต้องอาศัยความร่วมมือของผู้บริโภคและมาตรการตามกฎหมายของภาครัฐ ร่วมกับการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง จึงจำเป็นที่จะต้องให้ผู้บริโภคนั้นมีความรู้ที่ถูกต้องและทราบถึงผลกระทบหรือผลข้างเคียงจากการบริโภค อันจะนำไปสู่พฤติกรรมการเลือกบริโภคที่ถูกต้องและเหมาะสมต่อไป

ค่านิยมในการมีสิิวขาว (สิิวที่อ่อนลง) โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นหญิง ซึ่งเป็นวัยที่กำลังศึกษาอยู่ ทำให้กลุ่มวัยรุ่นนี้นิยมในการบริโภคผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอนเพราะเชื่อว่าจะทำให้สิิวขาวขึ้น ทักษิณีย์และคณะ (Sripon et.al., 2016) ได้ศึกษาการใช้กลูตาไธโอนเพื่อสิิวขาวใน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นจากการศึกษาทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเนื้อหาในแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของนักศึกษา ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (check list) เลือกตอบได้เพียงข้อเดียว รวมจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับชั้นปีที่กำลังศึกษา คณะที่กำลังศึกษาและรายรับจากผู้ปกครองของนักศึกษา

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความรู้เรื่องกลูตาไธโอนของนักศึกษา ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ เลือกตอบได้เพียงข้อเดียว รวมจำนวน 30 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอนของนักศึกษา ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ เลือกตอบได้เพียงข้อเดียว รวมจำนวน 10 ข้อ มีให้เลือกตอบ 5 ระดับ ซึ่งมีทั้งคำถามที่มีความหมายทางบวกและทางลบ

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอนของนักศึกษา ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ เลือกตอบได้เพียงข้อเดียว รวมจำนวน 22 ข้อ เพื่อสอบถามข้อเท็จจริงและความถี่ในการบริโภคผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอน

จากนั้นได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) และค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (tryout) กับตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง ที่จะทำการศึกษา จำนวน 30 คน และวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach' alpha coefficient) ได้ค่าความรู้เรื่องกลูตาไธโอนและผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอน เท่ากับ 0.81 และทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอน เท่ากับ 0.71

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นลำดับดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัยและขอความร่วมมือจากนักศึกษา กลุ่มตัวอย่าง เพื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถาม
2. นำแบบสอบถามจำนวน 387 ชุด ไปทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง
3. ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามและทำการเก็บข้อมูลจนครบ 387 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลทั้งหมด แล้วนำมาลงรหัสบันทึกข้อมูลและนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติโดยการประมวลผลข้อมูลด้วย

โปรแกรมสำเร็จรูป แล้วทำการการวิเคราะห์ข้อมูลคือการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (descriptive analysis) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ ข้อมูลส่วนบุคคล ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์กัญชาไอออนของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

ข้อมูลส่วนบุคคลกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 71.8 และเพศชายคิดเป็นร้อยละ 28.2 (ตารางที่ 1) อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 18–20 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.6 กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 27.9 กำลังศึกษาอยู่คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 29.2 และมีรายรับที่ได้รับจากผู้ปกครองระหว่าง 4,001–5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.4 (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ (n=387)

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	109	28.2
หญิง	278	71.8
รวม	387	100.0

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามข้อมูลทั่วไป (n=387)

	ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
อายุ	(ปี)		
	ต่ำกว่า 18	5	1.3
	18–20	215	55.6
	21–23	165	42.6
	มากกว่า 24	2	0.5
	รวม	387	100.0
ชั้นปีที่ศึกษา	ชั้นปีที่ 1	108	27.9
	ชั้นปีที่ 2	90	23.3
	ชั้นปีที่ 3	87	22.5

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามข้อมูลทั่วไป (n=387) (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ชั้นปีที่ 4	76	19.5
ชั้นปีที่ 5	26	6.7
รวม	387	100.0
คณะ		
ครุศาสตร์	70	18.1
เทคโนโลยีการเกษตรและอาหาร	22	5.7
เทคโนโลยีอุตสาหกรรม	38	9.8
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	113	29.2
วิทยาการจัดการ	81	20.9
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	63	16.3
รายรับจากผู้ปกครองของนักศึกษา (บาท)		
ไม่เกิน 3,000 บาท	3	0.8
3,001–4,000 บาท	95	24.5
4,001–5,000 บาท	195	50.4
5,001 บาทขึ้นไป	94	24.3
รวม	387	100.0

ความรู้เรื่องกลูตาไธโอนและผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอน จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ว่ากลูตาไธโอนเป็นสารต้านอนุมูลอิสระที่ช่วยลดการสร้างเม็ดสีที่ผิวหนังได้ สูงที่สุดคิดเป็นร้อยละ 62.3 และรู้ว่ากลูตาไธโอนช่วยในการเพิ่มภูมิคุ้มกันให้กับร่างกายได้ ต่ำที่สุดคิดเป็นร้อยละ 27.4 เมื่อแปลค่าคะแนนความรู้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เรื่องกลูตาไธโอนและผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอน อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 71.6 (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของความรู้เรื่องกลูตาไธโอนและผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอน จำแนกตามรายข้อ

ความรู้เรื่องกลูตาไธโอนและผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอน	ใช่	ไม่ใช่/ไม่ทราบ
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มนุษย์สามารถสังเคราะห์กลูตาไธโอนขึ้นเองได้ตามธรรมชาติ	234 (60.5)	153 (39.5)
กลูตาไธโอนมีคุณสมบัติเป็นสารต้านอนุมูลอิสระ ช่วยสังเคราะห์โปรตีนในร่างกาย และช่วยให้เม็ดเลือดแดงแข็งแรง	206 (53.2)	181 (46.8)

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของความรู้เรื่องกลูตาไธโอนและผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอน จำแนกตามรายชื่อ (ต่อ)

ความรู้เรื่องกลูตาไธโอนและผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอน	ใช่	ไม่ใช่/ไม่ทราบ
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
กลูตาไธโอนเป็นโปรตีนชนิดหนึ่งที่ทำหน้าที่ในการปกป้องเนื้อเยื่อไม่ให้ถูกทำลาย	141 (36.4)	246 (63.6)
กลูตาไธโอนช่วยสร้างเสริมภูมิคุ้มกันให้แก่ร่างกาย	106(27.4)	281(72.6)
กลูตาไธโอนทำหน้าที่กำจัดสารพิษที่ผ่านเข้ามาในร่างกาย	107 (27.6)	280 (72.4)
กลูตาไธโอนช่วยกระตุ้นการสร้างและซ่อมแซมเซลล์และดีเอ็นเอที่สึกหรอ	155(40.0)	232 (59.9)
กลูตาไธโอนคือสารต้านอนุมูลอิสระที่ช่วยปกป้องสายตา	123 (31.8)	264 (68.2)
การรับประทานผักใบเขียว ผลไม้ และเนื้อสัตว์สามารถสร้างสารกลูตาไธโอนได้	228 (58.9)	159 (41.1)
นักกีฬาและคนที่สุขภาพดี ที่ออกกำลังกายเป็นประจำ จะพบว่ามีปริมาณกลูตาไธโอนค่อนข้างสูงอย่างสม่ำเสมอ	174 (45.0)	213 (55.0)
กลูตาไธโอนสามารถยับยั้งการสร้างเม็ดสีเมลานินซึ่งส่งผลให้เม็ดสีของผิวหนังเปลี่ยนจากเม็ดสีน้ำตาลดำเป็นสีชมพูขาว	241 (62.3)	146 (37.7)

ตารางที่ 4 ระดับของความรู้เรื่องกลูตาไธโอนและผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอน

ความรู้เรื่องกลูตาไธโอนผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอน	จำนวน	ร้อยละ
ระดับน้อย	84	21.7
ระดับปานกลาง	277	71.6
ระดับมาก	26	6.7
รวม	387	100.0

ทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอน ของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัย ตอบเห็นด้วยอย่างยิ่งมากที่สุดคือ ผู้บริโภคควรได้รับคำแนะนำจากแพทย์ก่อนบริโภคกลูตาไธโอน คิดเป็นร้อยละ 33.6 ค่อนข้างเห็นด้วยมากที่สุดคือ การบริโภคกลูตาไธโอน เป็นสิ่งที่ฟุ่มเฟือยและเกินความจำเป็น คิดเป็นร้อยละ 46.5 เห็นด้วยปานกลางมากที่สุดคือ การบริโภคกลูตาไธโอนไม่มีประโยชน์ เนื่องจากสารกลูตาไธโอนจะถูกทำลายในกระเพาะอาหาร คิดเป็นร้อยละ 41.9 ค่อนข้างไม่เห็นด้วยมากที่สุดคือ ท่านคิดว่าสารกลูตาไธโอนเป็นสารที่ปลอดภัย และได้รับการ

รับรองจาก อย. คิดเป็นร้อยละ 31.3 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งมากที่สุดคือ กลุ่มตาโธอินที่จำหน่ายทาง อินเทอร์เน็ตมีความน่าเชื่อถือสูง คิดเป็นร้อยละ 23 (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์กลุ่มตาโธอิน

ความคิดเห็น	เห็นด้วย	ค่อนข้าง	เห็นด้วย	ค่อนข้าง	ไม่เห็น
	อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ปานกลาง	ไม่เห็น	ด้วยอย่าง
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)
ท่านคิดว่าการบริโภค กลุ่มตาโธอินเป็น สิ่งที่ฟุ่มเฟือยและเกินความจำเป็น	113 (29.2)	180 (46.5)	84 (21.7)	10 (2.6)	0 (0)
ท่านคิดว่ากลุ่มตาโธอินมีส่วนช่วยในการ กำจัดสารพิษในร่างกาย	47 (12.1)	143 (37.0)	131 (33.9)	63 (16.3)	3 (0.8)
ท่านคิดว่ากลุ่มตาโธอินที่จำหน่ายทาง อินเทอร์เน็ตมีความน่าเชื่อถือสูง	13 (3.4)	112 (28.9)	102 (26.4)	71 (18.3)	89 (23.0)
ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ กลุ่มตาโธอินมีการ กล่าวอ้างสรรพคุณเกินจริง	86 (22.2)	127 (32.8)	92 (23.8)	68 (17.6)	14 (3.6)
ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ กลุ่มตาโธอินเป็น ผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงในการบริโภค อาจมีผลข้างเคียงตามมาได้	107 (27.6)	172 (44.4)	90 (23.3)	16 (4.1)	2 (0.5)
ท่านคิดว่าควรได้รับคำแนะนำจากแพทย์ ก่อนบริโภคกลุ่มตาโธอิน	130 (33.6)	171 (44.2)	67 (17.3)	16 (4.1)	3 (0.8)
ท่านคิดว่าสารกลุ่มตาโธอินเป็นสารที่ออก ฤทธิ์ทำให้ผิวขาวโดยตรง	34 (8.8)	129 (33.3)	162 (41.9)	55 (14.2)	7 (1.8)
ท่านคิดว่าการบริโภค กลุ่มตาโธอินไม่มี ประโยชน์ เนื่องจากสารกลุ่มตาโธอิน จะถูกทำลายในกระเพาะอาหาร	28 (7.2)	105 (27.1)	162 (41.9)	95 (24.5)	24 (6.2)
ท่านคิดว่าสารกลุ่มตาโธอินเป็นสาร ที่ปลอดภัย และได้รับการรับรองจาก อย.	29 (7.5)	76 (19.6)	117 (30.2)	121 (31.3)	44 (11.4)

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์กลุ่มตาโธอิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มี ทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์กลุ่มตาโธอินอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2

และมีทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์กัญญาไอออนอยู่ในระดับสูง จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ระดับทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์กัญญาไอออน

ทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์กัญญาไอออน	จำนวน	ร้อยละ
ระดับน้อย	0	0
ระดับปานกลาง	198	51.2
ระดับมาก	189	48.8
รวม	387	100.0

ในด้านพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์กัญญาไอออน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์กัญญาไอออนจากผู้แทนขายหรือจากสื่ออินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 52.2 มีการรับประทานผักและผลไม้แทนการบริโภคผลิตภัณฑ์กัญญาไอออนเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.6 ไม่เคยมีประสบการณ์การบริโภคกัญญาไอออน คิดเป็นร้อยละ 35.6 สำหรับผู้ที่เคยบริโภคกัญญาไอออนให้เหตุผลที่เลือกบริโภคกัญญาไอออน นอกเหนือจากทำให้ผิวขาวกระจ่างใสขึ้น คือ ได้รับคำแนะนำจากผู้อื่น คิดเป็นร้อยละ 17.8 เลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 21.4 ให้ความสนใจคำเตือนของผลิตภัณฑ์เป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 29.5 ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ร่วมกับครีมทาผิวเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.9 ยังไม่เคยได้รับผลข้างเคียงจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 50.9 ไม่เคยใช้บริการคลินิกเสริมความงามเพื่อฉีดกัญญาไอออน คิดเป็นร้อยละ 43.9 ส่วนใหญ่เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ในช่วงเวลาก่อนนอน คิดเป็นร้อยละ 42.6 โดยเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ชนิดแคปซูล คิดเป็นร้อยละ 20.2 ส่วนใหญ่บริโภคมากกว่า 4 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 28.4 ซึ่งบริโภคผลิตภัณฑ์กัญญาไอออนมาแล้วเป็นเวลาไม่เกิน 6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 24.8 มีค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์กัญญาไอออนบริโภค/ครั้งไม่เกิน 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.7 ทำการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 28.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์กัญญาไอออนคือ ปัจจัยด้านค่านิยม คิดเป็นร้อยละ 27.9 ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านค่านิยมเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดี ทำให้ผิวขาวขึ้นอย่างชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 32.8 บุคคลที่แนะนำให้บริโภคผลิตภัณฑ์กัญญาไอออนคือ สื่อต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 31.5 เหตุผลสำคัญที่สุดที่บริโภคผลิตภัณฑ์กัญญาไอออน เนื่องจากต้องการมีสีผิวที่ขาวขึ้น คิดเป็นร้อยละ 41.6 จะยังคงบริโภคผลิตภัณฑ์กัญญาไอออน คิดเป็นร้อยละ 37.5 แต่หากต้องหยุดบริโภคส่วนใหญ่หยุดบริโภคผลิตภัณฑ์กัญญาไอออน เพราะต้องการให้ร่างกายได้หยุดพัก คิดเป็นร้อยละ 24.5 และส่วนใหญ่เลือกร้านประจำที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 37.2

อภิปรายผล

ในประเทศไทยกลูตาไธโอนชนิด แอล-กลูตาไธโอน (L-glutathione) ได้รับการรับรองโดยประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง ข้อกำหนดการใช้ส่วนประกอบที่สำคัญของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดกรดอะมิโน ให้สามารถใช้เป็นส่วนประกอบในผลิตภัณฑ์เสริมอาหารได้ โดยปริมาณสูงสุดที่ได้รับอนุญาตในผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนั้น ไม่เกิน 250 มิลลิกรัมต่อการบริโภคใน 1 วัน จากประกาศนี้ส่งผลให้มีผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่มีส่วนผสมของกลูตาไธโอนกว่า 135 รายการ ที่ได้รับการอนุญาต (Amonsmanluk, 2012) อย่างไรก็ตามการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบดังกล่าวอาจเกิดอาการข้างเคียงที่ไม่พึงประสงค์ เช่น อาหารผิดปกติในระบบทางเดินอาหาร หรือ การเพิ่มความเสี่ยงต่อการเกิดมะเร็งผิวหนัง เป็นต้น (Kitsanapun and Issarachot, 2018)

จากผลการวิจัย พบว่า นักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยมีความรู้เรื่องกลูตาไธโอนและผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอนในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 71.6) อาจเนื่องจากนักศึกษายังไม่ได้รับความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอนที่เพียงพอซึ่งส่วนมากนักศึกษายังได้รับความรู้จากผู้แทนขายและสื่ออินเทอร์เน็ต สื่อเหล่านี้ให้ความรู้เรื่องกลูตาไธโอนและผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอนที่อาจยังไม่ถูกต้องหรือให้ความรู้ไม่ครบรอบด้าน จึงทำให้นักศึกษาได้รับความรู้ที่บิดเบือน หรือรับรู้ข้อเท็จจริงเป็นบางส่วน นำไปสู่พฤติกรรมบริโภคที่ไม่เหมาะสม ทั้งนี้หากมีการเสริมสร้างความรอบรู้ทางสุขภาพที่ประกอบด้วยการเสริมสร้างทักษะความรู้ความเข้าใจ ทักษะการเข้าถึงข้อมูล ทักษะการสื่อสารข้อมูล ทักษะการตัดสินใจ ทักษะการจัดการตนเอง และทักษะการรู้เท่าทันสื่อ (Nutbeam, 2008) ก็น่าจะนำไปสู่การมีความรู้และก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เหมาะสมในใช้ผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอน ในผลการศึกษาของชลดดา และคณะ (Anee, Boonchuy thanasit and Kainakha, 2017) พบว่าโปรแกรมสร้างเสริมความรู้ทางสุขภาพโดยการจัดการเรียนรู้แบบใช้คำถามเพื่อการสร้างเสริมพฤติกรรมการป้องกันการมีเพศสัมพันธ์ในนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ที่ประกอบด้วยชุดกิจกรรมที่เสริมสร้างทักษะการเรียนรู้และประสบการณ์ตามแนวคิดของ Nutbeam (2008) ทำให้นักเรียนมีคะแนนเฉลี่ยของความรู้ทางสุขภาพสูงกว่าก่อนการใช้โปรแกรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอน พบว่า นักศึกษาระดับมหาวิทยาลัย อยู่ในระดับปานกลาง อันเนื่องมาจากกลูตาไธโอนได้รับความนิยมในปัจจุบัน ผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้รู้จักและรับรู้ถึงผลรับของกลูตาไธโอนจากสื่อต่างๆ ทั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่ออินเทอร์เน็ต มักมีการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับกลูตาไธโอนและผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอน ว่ามีผลช่วยให้ผิวขาวขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีการรับรู้และทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอน คือ สามารถช่วยให้ผิวขาวขึ้น สอดคล้องกับกรอบแนวคิดความรู้ด้านสุขภาพในวัยรุ่นเพื่อการวิจัยในอนาคต

ของ Manganello (Intarakamhang, 2018) ที่ชี้ให้เห็นว่าสื่อสารมวลชนเป็นระบบหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสุขภาพ ต้นทุนทางสุขภาพ และการใช้บริการทางสุขภาพ นอกจากนี้ วารุณี จิรารัตนกุลชัย (Chirarattanakulchai, 2011) ได้ศึกษาค่านิยมการมีผิวขาว ความพึงพอใจในสีผิว ทศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคเสริมอาหารประเภทบำรุงผิวของผู้หญิงในกรุงเทพมหานคร พบว่า ค่านิยมของการมีผิวขาวของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ในด้านพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอน ของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในภาพรวมพบว่า กว่าสองในสามของกลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์ในการบริโภคผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอน โดยให้เหตุผลที่เลือกบริโภคเนื่องจากต้องการทำให้ผิวขาวกระจ่างใสขึ้นชี้ให้เห็นถึงค่านิยมในการมีผิวขาวของกลุ่มนักศึกษา สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณีรนุช ทรัพย์ทวี (Subthawee, 2007) ที่พบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารเสริมบำรุงผิวพรรณของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร คือ ความต้องการให้ผิวพรรณขาวหรือสดใส นอกจากนี้กลูตาไธโอนจัดเป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ทำให้มีช่องทางในการจัดจำหน่ายหลายช่องทาง สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายและรวดเร็ว จึงทำให้ตัดสินใจได้ง่ายในการบริโภค

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยได้แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมการบริโภคกลูตาไธโอนของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีความรู้เรื่องกลูตาไธโอนและผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอนอยู่ในระดับปานกลาง มีทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอนอยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอนจากผู้แทนขายหรือจากสื่ออินเทอร์เน็ต มีการรับประทานผักและผลไม้แทนการบริโภคผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอนเป็นบางครั้ง กลุ่มตัวอย่างสองในสามเป็นผู้ที่เคยบริโภคกลูตาไธโอนโดยเพื่อทำให้ผิวขาวกระจ่างใสขึ้น กลุ่มตัวอย่างมักเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้า โดยให้ความสนใจค่าเตือนของผลิตภัณฑ์เป็นบางครั้ง และครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคยังไม่เคยได้รับผลข้างเคียงจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างเลือกบริโภคกลูตาไธโอนในรูปแบบที่หลากหลาย โดยมีความถี่ในการบริโภคระหว่าง 1 – 4 ครั้ง/สัปดาห์ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอนบริโภคไม่เกิน 1,000 บาท ต่อครั้ง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอนคือ ค่านิยมในการมีผิวขาว โดยมีสื่อต่างๆ ที่โฆษณาหรือประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการ

จากการศึกษาในครั้งนี้ ชี้ให้เห็นว่าระดับความรู้และทัศนคติ ตลอดจนพฤติกรรมการบริโภคกลูตาไธโอนของนักศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง ในการจัดการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัยควรมีการส่งเสริมการให้ความรู้ที่รอบด้านเกี่ยวกับกลูตาไธโอน และผลิตภัณฑ์

กลูตาไธโอนให้กับกลุ่มนักศึกษาให้มากยิ่งขึ้นและควรมีปรับปรุงเนื้อหาสาระในเรื่องของกลูตาไธโอนที่มีความเป็นปัจจุบัน ส่งเสริมทักษะความรู้ทางสุขภาพเพื่อให้นักศึกษาได้รู้เท่าทันสื่อ ส่งเสริมทักษะการสืบค้นความรู้ที่ถูกต้องรอบด้านให้กับนักศึกษา โดยการสื่อสารในช่องทางที่กลุ่มนักศึกษามีความนิยมใช้งาน เช่น สื่อสังคมออนไลน์หรือสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น ซึ่งจะทำให้กลุ่มนักศึกษามีแนวทางในการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเรื่องกลูตาไธโอนและผลิตภัณฑ์กลูตาไธโอน นอกจากนี้ หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการคุ้มครองผู้บริโภคต้องทำหน้าที่ในการตรวจสอบและมีมาตรการในการจัดการสื่อที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดของผู้บริโภค

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ต้นสังกัดของคณะผู้วิจัยในการสนับสนุนการทำวิจัย ขอคุณนางสาวกาญจนา มหาเสนา นางสาวสาลินี เมืองทอง และนางสาวสุภาวดี โตจรงี นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาที่อำนวยความสะดวกและช่วยเหลือผู้วิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นอย่างดี

เอกสารอ้างอิง

- Amonsmanluk, S., (2012). Glutathione supplementary food products Retrieved. October 1, 2018. From http://kbs.fda.moph.go.th/kbs2/upload_file/reading/20121023-013636-20121023013636.pdf
- Anee, C., Boonchuay Thanasit, K. and Kainakha, P. (2017). Effectiveness of Health Education Program on Health Literacy Development by Questioning Method for Sexual Relations Prevention Behaviors among junior High school Students, Nonthaburi Province. **Kasetsart Educational Review**. 32(2), 137–143.
- Areekul, W. (2010). **Adolescent health care and supervision**. Bangkok: Phramongkutklao College of Medicine.
- Chirarattanukulchai, W. (2011). **Whitening value, skin color satisfaction, attitude and consumption behaviors to the skin nourishing dietary supplement products of female in Bangkok**. Dissertation of Master degree in Marketing communication, Burapha University.
- Fan, X., Monnier, V. M. and Whitson, J. (2017). Lens glutathione homeostasis: discrepancies and gaps in knowledge standing in the way of novel therapeutic approaches. **Experimental eye research**. 156, 103–111.
- Intarakamhang, U. (2018). **Health Literacy: Measurement and Development**. Bangkok: Sukhumvit Printing.

- Kitsanapun, A. and Issarachot, U. (2018). Knowledge of Glutathione Substances among Female Students at Sirindhorn College of Public Health Suphanburi Province. **Journal of safety and health**, 11(1), 49–58.
- Makmangmee, K. (2014). **Attitude of woman's knowledge towards the use of glutathione product in Bangkok metropolis and its vicinity**. Independent study of Master degree in Marketing, Rajamangala University of Technology Thanyaburi.
- Masaki, H. (2010). Role of anti-oxidants in the skin: anti-aging effects. **Journal of dermatological science**, 58(2), 85–90.
- Mischley, L. K., Leverenz, J. B., Lau, R. C., Polissar, N. L., Neradilek, M. B., Samii, A., et al. (2015). A randomized, double-blind phase I/IIa study of intranasal glutathione in Parkinson's disease.
- Mischley, L. K., Vespignani, M. F. and Finnell, J. S. (2013). Safety survey of intranasal glutathione. **The journal of alternative and complementary medicine**, 19(5), 459–463.
- Nutbeam, D. (2008). The evolving concept of health literacy. **Social Science and Medicine**. 67(12), 2072–2078.
- Pankaew, C. (2008). **Food Supplements for Health and Efficiency**. Bangkok: TonDhamma.
- Park, M. H. and Moon, J. (2012). Circulating total glutathione in normal tension glaucoma patients: comparison with normal control subjects. **Korean journal of ophthalmology**, 26(2), 84–91.
- Sripon, T., Kesama, B., Suwannakul, S., Chaksupa, N. and Phattarabenjapol, S. (2016). The use of glutathione for whitening skin among Ubon Ratchathani University students according to the theory of planned behavior. **Isan Journal of Pharmaceutical Sciences**, 11(Supplement), 171–178.
- Subthawee, N. (2007). **Factors essential for purchasing and consuming behavior of skin nourishing food in Bangkok**. Dissertation of Master degree in Marketing, Srinakharinwirot University.
- Villarama, C. D. and Maibach, H. I. (2005). Glutathione as a depigmenting agent: an overview. **International journal of cosmetic science**, 27(3), 147–153.