

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ในอนาคตของสารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกาย
ของคนออกกำลังกายเวทเทรนนิ่งในประเทศไทย

Factors Influencing Future Use Intention of Performance-Enhancing
Substances among Weight Training Exercisers in Thailand

คนพศ มุลทองจาด^{1*} และศิริรัตน์ รัตนพิทักษ์²

Kanapot Moonthongjad¹ and Sirirat Rattanapitak²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้ในอนาคตของสารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกาย (PES) ในกลุ่มผู้ฝึกเวทเทรนนิ่งในประเทศไทย ภายใต้บริบทการเติบโตของอุตสาหกรรมฟิตเนสและแนวโน้มการให้ความสำคัญกับรูปร่างและสมรรถภาพทางกายที่ต้องการผลลัพธ์ที่รวดเร็ว ตัวแปรต้นที่ศึกษาประกอบด้วย การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (PBC) การรับรู้ถึงประสิทธิผล และความใส่ใจสุขภาพ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ฝึกเวทเทรนนิ่งอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 เดือน จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการเลือกแบบสะดวก เครื่องมือวิจัยพัฒนาขึ้นจากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) และแนวคิดด้านสุขภาพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคระหว่าง 0.760 - 0.977 ซึ่งมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับดีและเหมาะสมสำหรับการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุพบว่า การรับรู้ถึงประสิทธิผลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ในอนาคตสูงสุด รองลงมาคือการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่ความใส่ใจสุขภาพไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สะท้อนให้เห็นว่าผู้ที่ออกกำลังกายแบบเวทเทรนนิ่งให้ความสำคัญกับผลลัพธ์ที่รับรู้ได้จริงและความสามารถในการจัดการควบคุมการใช้สารมากกว่ามิติด้านสุขภาพเพียงอย่างเดียว

ผลการศึกษานี้ช่วยขยายการประยุกต์ใช้แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคในบริบทฟิตเนส และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางเชิงปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการและบุคลากรทางการกีฬาในการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารและการให้ข้อมูลที่สมดุล เพื่อส่งเสริมการตัดสินใจที่เหมาะสมและปลอดภัยของผู้บริโภคในอุตสาหกรรมฟิตเนสต่อไป

คำสำคัญ: สารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกาย, ความตั้งใจใช้ในอนาคต, การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม, การรับรู้ถึงประสิทธิผล, ความใส่ใจสุขภาพ

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

* ผู้ประสานงานนิพนธ์ E-mail: Kanapot.m@hotmail.com

Abstract

This study aims to examine the factors influencing the future use intention of performance-enhancing substances (PES) among weight training exercisers in Thailand, against the backdrop of rapid fitness industry growth and an increasing cultural emphasis on physical appearance and accelerated results. The independent variables investigated include perceived behavioral control (PBC), perceived effectiveness, and health consciousness. Utilizing a quantitative research approach, data were collected via an online questionnaire from a convenience sample of 400 respondents who had continuously engaged in weight training for at least three months. The research instrument was developed based on the Theory of Planned Behavior (TPB) and health-related behavioral concepts. The questionnaire's reliability was validated by Cronbach's alpha coefficients ranging from 0.760 to 0.977, indicating high internal consistency and suitability for the study.

The results of multiple regression analysis revealed that perceived effectiveness had the strongest positive influence on future use intention, followed by perceived behavioral control, both statistically significant at the 0.05 level. Conversely, health consciousness did not exhibit a statistically significant influence. These findings suggest that weight training exercisers tend to prioritize tangible, perceived outcomes and their ability to manage substance use over health considerations alone.

The findings theoretically extend the application of consumer behavior concepts within the fitness and wellness context. Practically, the study provides valuable guidelines for fitness entrepreneurs and sports professionals in designing balanced communication and information strategies, thereby promoting informed and safe decision-making among consumers in the fitness industry.

Keywords: Performance-enhancing substances, Future use intention, Perceived behavioral control, Perceived effectiveness, Health consciousness

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบัน กระแสการดูแลสุขภาพและการออกกำลังกายมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย โดยเฉพาะการฝึกเวทเทรนนิ่ง (Weight Training) ซึ่งได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในกลุ่มคนรุ่นใหม่และวัยทำงาน เนื่องจากสามารถช่วยเสริมสร้างความแข็งแรงของร่างกาย พัฒนารูปร่าง และเพิ่มความมั่นใจในตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเปลี่ยนแปลงของค่านิยมดังกล่าวส่งผลให้ผู้บริโภคจำนวน

มากมุ่งเน้นผลลัพธ์ด้านรูปร่างและสมรรถภาพทางกายในระยะเวลาอันสั้น ภายใต้แนวคิด “Less Time, More Results” ซึ่งสะท้อนพฤติกรรมการแสวงหาทางเลือกที่สามารถเร่งผลลัพธ์ได้อย่างรวดเร็ว

ภายใต้บริบทดังกล่าว สารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกาย (Performance-Enhancing Substances: PES) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นสารที่ช่วยเพิ่มมวลกล้ามเนื้อ เพิ่มความทนทาน หรือช่วยฟื้นฟูร่างกายหลังการออกกำลังกาย อย่างไรก็ตาม การตัดสินใจใช้สารเพิ่มประสิทธิภาพดังกล่าวไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับการรับรู้และกระบวนการตัดสินใจภายในของบุคคล ซึ่งสะท้อนผ่านมิติทางจิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่าทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ของ Ajzen (1991) เป็นกรอบแนวคิดที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในการอธิบายพฤติกรรมและความตั้งใจของบุคคล โดยเฉพาะในบริบทด้านสุขภาพและการบริโภค นอกจากนี้ แนวคิดด้านการรับรู้ถึงประสิทธิผล (Perceived Effectiveness) ยังมีบทบาทสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคมักจะประเมินผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับก่อนตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ขณะเดียวกัน ความใส่ใจสุขภาพของบุคคล ซึ่งสามารถวัดได้ผ่านมาตรวัดความใส่ใจสุขภาพ (Health Consciousness Scale: HCS) ก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจ แม้ว่าจะมีงานวิจัยจำนวนมากที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารหรือสารเพิ่มประสิทธิภาพในบริบทต่างประเทศ แต่ยังคงมีข้อจำกัดในด้านการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับ “ความตั้งใจใช้ในอนาคต” ของสารเพิ่มประสิทธิภาพในกลุ่มผู้ฝึกเวทเทรนนิ่งในประเทศไทย โดยเฉพาะการบูรณาการปัจจัยด้านการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม การรับรู้ถึงประสิทธิผล และความใส่ใจสุขภาพเข้าด้วยกันในกรอบแนวคิดเดียวกัน เพื่ออธิบายกลไกการตัดสินใจของผู้บริโภค

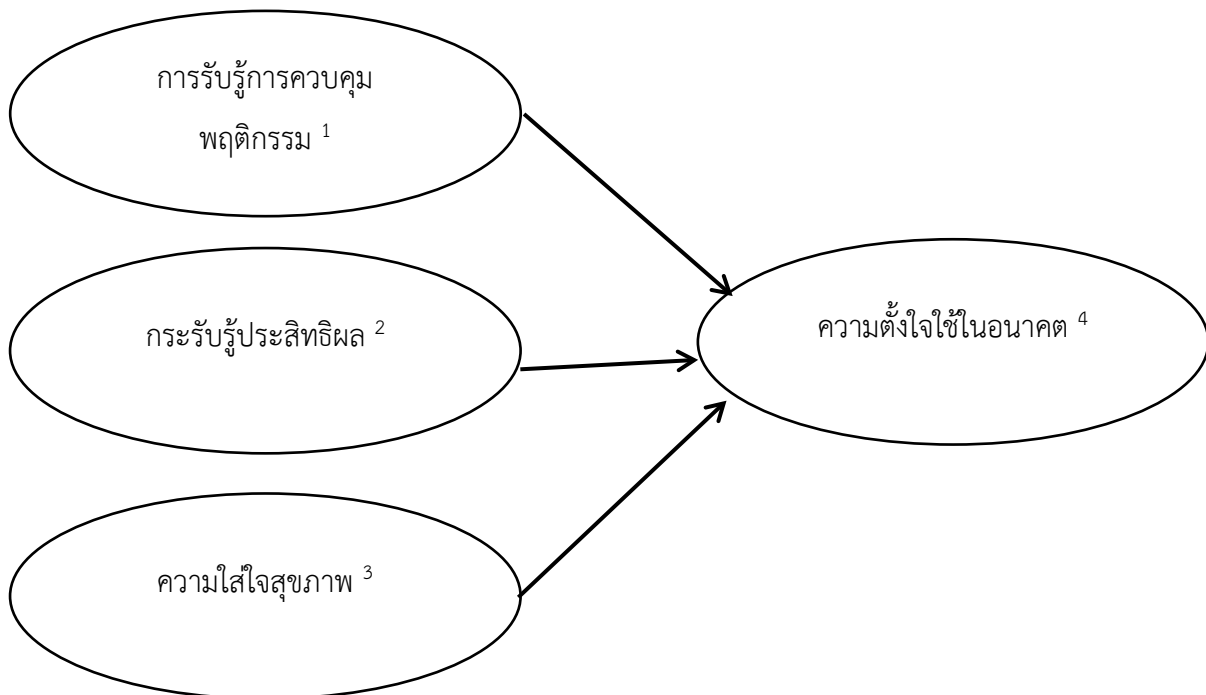
ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้ในอนาคตของสารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกายในกลุ่มผู้ฝึกเวทเทรนนิ่งในประเทศไทย โดยมุ่งเน้นปัจจัยด้านการรับรู้ของบุคคลเป็นสำคัญ เพื่อเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการ และเพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด การสื่อสาร และการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคในอุตสาหกรรมฟิตเนสได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้ในอนาคตของสารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกายของผู้ฝึกเวทเทรนนิ่งในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจใช้ในอนาคตของสารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกายของผู้ที่ออกกำลังกายเวทเทรนนิ่ง
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ถึงประสิทธิผลที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจใช้ในอนาคตของสารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกายของผู้ที่ออกกำลังกายเวทเทรนนิ่ง
3. เพื่อศึกษาความใส่ใจสุขภาพที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจใช้ในอนาคตของสารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกายของผู้ที่ออกกำลังกายเวทเทรนนิ่ง

กรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย



สมมุติฐานการศึกษาวิจัย

สมมุติฐานการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นสามารถกำหนดสมมุติฐานของการศึกษา ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 (H1): การรับรู้การควบคุมพฤติกรรมส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ในอนาคตของสารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกายของผู้ที่ออกกำลังกายเวทเทรนนิ่งในประเทศไทย

สมมุติฐานที่ 2 (H2): การรับรู้ถึงประสิทธิผลส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ในอนาคตของสารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกายของผู้ที่ออกกำลังกายเวทเทรนนิ่งในประเทศไทย

สมมุติฐานที่ 3 (H3): ความใส่ใจสุขภาพส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ในอนาคตของสารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกายของผู้ที่ออกกำลังกายเวทเทรนนิ่งในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือบุคคลที่มีประสบการณ์ในการฝึกเวทเทรนนิ่งในประเทศไทย โดยกำหนดคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ มีอายุ 20 ปีขึ้นไป และมีประสบการณ์ในการฝึกเวทเทรนนิ่งอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 เดือน ทั้งผู้ที่เคยใช้และไม่เคยใช้สารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกาย การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเลือกแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเผยแพร่แบบสอบถามผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะตรงตามเกณฑ์ที่กำหนด จำนวน 400 คน ซึ่งเหมาะสมสำหรับการศึกษากลุ่มตัวอย่างเฉพาะที่มีลักษณะเฉพาะ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 49.00 รองลงมาเป็นกลุ่ม LGBTQ+ ร้อยละ 36.75 และเพศหญิงร้อยละ 14.25 โดยส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 25-29 ปี (ร้อยละ 64.25) รองลงมาคือช่วงอายุ 30-39 ปี (ร้อยละ 15.75) และ 20-24 ปี (ร้อยละ 10.75) สำหรับอาชีพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมาคือข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 37.25 นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 10.75 และเจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ ร้อยละ 5.50

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ที่พัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและดัดแปลงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ **ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามหมวดประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ และอาชีพ และ **ส่วนที่ 2** แบบสอบถามเกี่ยวกับตัวแปรตามกรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งวัดมูลฐานคำถามด้วยมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ (ตั้งแต่ 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด ถึง 5 = เห็นด้วยมากที่สุด) มีข้อความที่ผ่านการคัดสรรหลังจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) รวมทั้งสิ้น 14 ข้อคำถาม จำแนกรายตัวแปรแฝงได้ดังนี้: 1. ตัวแปรการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (PBC) จำนวน 4 ข้อคำถาม (PBC1 - PBC4) 2. ตัวแปรการรับรู้ถึงประสิทธิผล (PE) จำนวน 3 ข้อคำถาม (PE3 - PE5) 3. ตัวแปรความใส่ใจสุขภาพ (HC) จำนวน 4 ข้อคำถาม (HSC2, HSC4 - HSC6) 4. ตัวแปรความตั้งใจใช้ในอนาคต (FUI) จำนวน 3 ข้อคำถาม (FUI1 - FUI3)

ในส่วนของการทดสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับร่างเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence: IOC) ซึ่งผลการประเมินพบว่าข้อคำถามทุกข้อมีค่า IOC เท่ากับ 1.00 แสดงว่าเครื่องมือมีความตรงเชิงเนื้อหาอย่างสมบูรณ์ จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเชื่อมั่นและความสอดคล้องภายในของเครื่องมือ (Reliability) ด้วยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) จากฐานข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 400 คน

พบว่าตัวแปรรายด้านมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.760 - 0.977 (รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 1) ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดไว้ที่ 0.70 ยืนยันได้ว่าเครื่องมือวิจัยมีความน่าเชื่อถือในระดับดีเยี่ยมและเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์สถิติในขั้นต่อไป

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจและค่าความเชื่อมั่นของตัวแปร

ตัวแปร	ข้อคำถาม	Factor Loading	Cronbach's Alpha
การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (PBC)	PBC2	0.906	0.908
	PBC4	0.864	
	PBC3	0.863	
	PBC1	0.797	
การรับรู้ประสิทธิผล (PE)	PE5	0.894	0.760
	PE3	0.723	
	PE4	0.557	
ความใส่ใจสุขภาพ (HSC)	HSC2	0.852	0.837
	HSC4	0.817	
	HSC5	0.807	
	HSC6	0.801	
ความตั้งใจใช้ในอนาคต (FUI)	FUI3	0.968	0.977
	FUI1	0.953	
	FUI2	0.918	

หมายเหตุ: ค่า Factor Loading มากกว่า 0.50 และค่า Cronbach's Alpha มากกว่า 0.70 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยจำแนกสถิติที่ใช้ออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง และค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่ออธิบายระดับความคิดเห็นต่อตัวแปรที่ศึกษา โดยกำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยของมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) ออกเป็น 5 ช่วงชั้นดังนี้: ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ระดับต่ำมาก, 1.81 - 2.60 หมายถึง ระดับต่ำ, 2.61 - 3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง, 3.41 - 4.20 หมายถึง ระดับสูง และ 4.21 - 5.00 หมายถึง ระดับสูงมาก และ 2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ผู้วิจัยเลือกใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของตัวแปร

อิสระที่มีต่อความตั้งใจใช้ในอนาคตของสารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกายของผู้ที่ออกกำลังกายเฉพาะเทรนนิ่งในประเทศไทย ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ฝึกเวทเทรนนิ่งในประเทศไทยจำนวน 400 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 49.00 และมีข้อสังเกตที่น่าสนใจคือ มีกลุ่มตัวอย่างที่เป็น LGBTQ+ ในสัดส่วนที่สูงมากอย่างมีนัยสำคัญ โดยคิดเป็นร้อยละ 36.75 ขณะที่เพศหญิงร้อยละ 14.25 ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 25-29 ปี (ร้อยละ 64.25) รองลงมาคือช่วงอายุ 30-39 ปี (ร้อยละ 15.75) และ 20-24 ปี (ร้อยละ 10.75) ตามลำดับ สำหรับข้อมูลด้านอาชีพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมาคือข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 37.25 นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 10.75 และเจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ ร้อยละ 5.50

ผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ในอนาคตของสารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกายของคนออกกำลังกายเฉพาะเทรนนิ่งในประเทศไทย มีดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของตัวแปร การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control)

การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control)	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
ฉันสามารถหลีกเลี่ยงการใช้สารเพิ่มประสิทธิภาพได้ แม้ว่าคนรอบข้างจะใช้	4.31	1.12	มากที่สุด
ฉันรู้สึกว่าคุณสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับสารเพิ่มประสิทธิภาพฯ ได้ ง่าย ๆ	4.02	1.15	มาก
ฉันรู้สึกว่าคุณมีความสามารถเพียงพอในการตัดสินใจเลือกใช้อาหารฯ ได้เหมาะสม	3.82	1.12	มาก
ฉันคิดว่าฉันสามารถควบคุมการใช้สารเพิ่มประสิทธิภาพฯ ให้เป็นไปตามที่ตั้งใจได้	3.70	1.15	มาก
ฉันคิดว่ามีทรัพยากร (เช่น เวลา เงิน หรือคำแนะนำ) เพียงพอในการควบคุมการใช้สารฯ	3.58	1.11	มาก
ภาพรวม	3.88	1.13	มาก

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของตัวแปร การรับรู้ประสิทธิผล (Perceived Effectiveness)

การรับรู้ประสิทธิผล (Perceived Effectiveness)	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
ฉันเชื่อว่าการใช้สารเพิ่มประสิทธิภาพสามารถช่วยให้บรรลุเป้าหมายการออกกำลังกายได้เร็วขึ้น	3.82	0.89	มาก
ฉันคิดว่าการใช้สารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกายให้ประโยชน์ต่อร่างกาย	3.71	1.06	มาก
ฉันมั่นใจว่าสารเพิ่มประสิทธิภาพที่ใช้ให้ผลลัพธ์ตามที่คาดหวัง	3.61	1.17	มาก
ฉันคิดว่าสารเพิ่มประสิทธิภาพที่ช่วยรักษาระดับพลังงานและความกระฉับกระเฉงระหว่างวันเป็นสิ่งจำเป็น	3.43	1.05	มาก
ฉันคิดว่าสารเพิ่มประสิทธิภาพส่วนใหญ่มีผลข้างเคียงน้อยหรือแทบไม่มีเลย	3.43	1.03	มาก
ฉันคิดว่าการใช้สารเพิ่มประสิทธิภาพเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการพัฒนาศักยภาพทางร่างกาย	3.29	1.11	ปานกลาง
ภาพรวม	3.55	1.05	มาก

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของตัวแปร มาตรการวัดความใส่ใจสุขภาพ (Health Consciousness Scale (HCS))

มาตรการวัดความใส่ใจสุขภาพ (Health Consciousness Scale (HCS))	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
ฉันรับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงร่างกายของฉัน	4.43	0.71	มากที่สุด
ฉันตรวจสอบสุขภาพของฉันอยู่เสมอ	4.35	0.56	มากที่สุด
โดยปกติแล้วฉันตระหนักถึงสุขภาพของฉัน	4.26	0.66	มากที่สุด
ฉันให้ความสำคัญต่อสุขภาพของตนเอง	4.16	1.00	มาก
ฉันใส่ใจสุขภาพของตัวเองมาก	4.11	0.81	มาก
ฉันตระหนักถึงสถานะสุขภาพของฉันบ่อยครั้ง	4.11	0.87	มาก
ฉันสังเกตว่าฉันรู้สึกอย่างไรทางร่างกายตลอดวัน	3.13	1.34	ปานกลาง
ภาพรวม	4.08	0.85	มาก

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของตัวแปร ความตั้งใจในอนาคต (Future Use Intention)

ความตั้งใจใช้ในอนาคต (Future Use Intention)	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
ฉันตั้งใจจะใช้สารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกายอย่างต่อเนื่อง	3.61	0.49	มาก
ฉันวางแผนที่จะใช้สารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกาย	3.04	1.47	มาก
ฉันมีความมุ่งมั่นที่จะใช้สารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกาย	2.95	1.38	ปานกลาง
ฉันตั้งใจจะใช้สารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกาย	2.82	1.25	ปานกลาง
ภาพรวม	3.11	1.15	ปานกลาง

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาแสดงให้เห็นถึงระดับของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับ
การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (PBC)	3.88	1.13	สูง
การรับรู้ถึงประสิทธิผล	3.55	1.05	สูง
ความใส่ใจสุขภาพ	4.08	0.85	สูง
ความตั้งใจใช้ในอนาคต	3.11	1.15	ปานกลาง

หมายเหตุ: เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 = ต่ำมาก, 1.81-2.60 = ต่ำ, 2.61-3.40 = ปานกลาง, 3.41-4.20 = สูง, 4.21-5.00 = สูงมาก

จากตารางที่ 6 พบว่า ตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษามีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกตัวแปร โดยตัวแปรความใส่ใจสุขภาพมีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุดเท่ากับ 4.08 (S.D. = 0.85) รองลงมาคือการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88 (S.D. = 1.13) และการรับรู้ถึงประสิทธิผลมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.55 (S.D. = 1.05) ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความตระหนักและใส่ใจต่อสุขภาพในระดับที่สูง ควบคู่ไปกับการมีความเชื่อมั่นในความสามารถและทรัพยากรของตนเองในการควบคุมจัดการพฤติกรรม ตลอดจนมีการรับรู้ที่ดีเกี่ยวกับประสิทธิผลของสารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกาย

โดยความตั้งใจใช้ในอนาคตของสารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกายมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.11) และเมื่อพิจารณาโดยรวม พบว่าผู้ที่ออกกำลังกายเวทเทรนนิ่งมีแนวโน้มในการใช้สารดังกล่าวในอนาคตในระดับปานกลาง

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

ตัวแปรอิสระ	β	Sig. (p-value)	ผลการทดสอบสมมติฐาน
การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม	0.203	0.000***	สนับสนุน
การรับรู้ถึงประสิทธิผล	0.376	0.000***	สนับสนุน

ความใส่ใจสุขภาพ	0.021	0.628	ไม่สนับสนุน
-----------------	-------	-------	-------------

หมายเหตุ: $R^2 = 0.258$, *** $p < 0.001$

จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) พบว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจใช้ในอนาคตของสารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกายได้ร้อยละ 25.8 ($R^2 = 0.258$)

เมื่อพิจารณารายตัวแปร พบว่าการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม ($\beta = 0.203$, $p < 0.001$) และการรับรู้ถึงประสิทธิผล ($\beta = 0.376$, $p < 0.001$) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ในอนาคตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยการรับรู้ถึงประสิทธิผลเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงที่สุด

ในขณะที่ความใส่ใจสุขภาพ ($\beta = 0.021$, $p = 0.628$) ไม่พบอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

ผลการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ของบุคคลมีบทบาทสำคัญและสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจใช้ในอนาคตของสารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกายของผู้ที่ออกกำลังกายเวทเทรนนิ่งในประเทศไทยได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลเชิงลึกตามกรอบแนวคิด ทฤษฎี และหลักฐานเชิงประจักษ์จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

การรับรู้ถึงประสิทธิผล (Perceived Effectiveness) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกสูงที่สุดต่อความตั้งใจใช้ในอนาคตของสารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($\beta = 0.376$, $p < 0.001$) ซึ่งผลลัพธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับกรอบทฤษฎีแรงจูงใจในการปกป้องตนเอง (Protection Motivation Theory: PMT) ของ Rogers (1975) และแนวคิดที่พัฒนาต่อยอดโดย Maddux และ Rogers (1983) ในมิติของการรับรู้ถึงประสิทธิผลของพฤติกรรมตอบสนอง (Response Efficacy) ที่อธิบายว่า บุคคลย่อมตัดสินใจเลือกแสดงพฤติกรรมหรือเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ใด ๆ เมื่อมีความเชื่อมั่นและรับรู้ว่ามันสามารถให้ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิผลและช่วยให้บรรลุเป้าหมายที่คาดหวังได้จริง เหตุผลเชิงพฤติกรรมศาสตร์ที่เป็นเช่นนี้ เพราะกลุ่มผู้บริโภคที่ออกกำลังกายเวทเทรนนิ่งในบริบทปัจจุบัน มักถูกขับเคลื่อนด้วยค่านิยม “Less Time, More Results” และแรงกดดันจากสื่อสังคมออนไลน์ที่กำหนดมาตรฐานรูปร่าง ส่งผลให้ผู้บริโภคมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับผลลัพธ์เชิงประจักษ์ที่ชัดเจน เช่น การเพิ่มมวลกล้ามเนื้อ การเพิ่มความแข็งแรง และศักยภาพในการฝึกซ้อม เป็นเป้าหมายหลักในการตัดสินใจ ดังนั้น เมื่อพวกเขาเชื่อว่าผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองเป้าหมายทางกายภาพได้อย่างคุ้มค่า ย่อมนำไปสู่ความตั้งใจที่จะเลือกใช้ต่อเนื่องในอนาคต

การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ในอนาคตของสารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($\beta =$

0.203, $p < 0.001$) ซึ่งเป็นไปตามกรอบทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ของ Ajzen (1991) ที่ระบุว่า ความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมของบุคคลจะเกิดขึ้นสูงขึ้นเมื่อพวกเขารู้ว่าตนเองมีความสามารถ มีทรัพยากร มีความรู้ และโอกาสเพียงพอที่จะควบคุมหรือจัดการข้อจำกัดของพฤติกรรมนั้นได้จริงในชีวิตประจำวัน ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nagar (2020) ที่ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในยิมฟิตเนสโดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน และพบว่าตัวแปรการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมเป็นปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจของผู้บริโภคอย่างมาก อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Haubenstricker และคณะ (2023) ที่นำกรอบทฤษฎี TPB มาศึกษาพฤติกรรมในกลุ่มนักกีฬาเพาะกาย และยืนยันว่าการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (PBC) เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและการดูแลร่างกาย เนื่องจากผู้ที่ออกกำลังกายแบบเวทเทรนนิ่งอย่างต่อเนื่องมักจะมีพฤติกรรมการศึกษาข้อมูลเชิงลึกและเรียนรู้วิธีการดูแลร่างกายจนเกิดความชำนาญ ส่งผลให้พวกเขามีความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเองที่จะควบคุมวิธีใช้ ปริมาณโดส ตลอดจนการจัดการข้อจำกัดหรือผลข้างเคียงจากสารเพิ่มประสิทธิภาพได้ด้วยตนเอง ความรู้สึกที่ว่าตนเองสามารถควบคุมพฤติกรรมได้นี้จึงเป็นแรงผลักดันเชิงบวกที่ทำให้เกิดความตั้งใจที่จะใช้สารเหล่านั้นอีกในอนาคต

ความใส่ใจสุขภาพ (Health Consciousness) ผลการวิจัยพบว่า ไม่มีอิทธิพล ต่อความตั้งใจใช้ในอนาคตของสารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกายของผู้ที่ออกกำลังกายเวทเทรนนิ่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.021$, $p = 0.628$) ซึ่งตามแนวคิดพื้นฐานด้านพฤติกรรมผู้บริโภคของ Gould (1988) ได้อธิบายไว้ว่า ความใส่ใจสุขภาพคือระดับความตื่นตัว ความตระหนัก และการที่บุคคลให้ความสำคัญกับการบูรณาการพฤติกรรมสุขภาพเข้าไปในวิถีชีวิตประจำวัน และสอดคล้องกับกรอบแนวคิดของ Espinosa และ Kadić-Maglajlić (2018) ที่ระบุว่าความใส่ใจสุขภาพมีบทบาทสำคัญในการทำนายและขับเคลื่อนพฤติกรรมทางสุขภาพของบุคคล ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ก็มีระดับความใส่ใจสุขภาพในภาพรวมจากการประเมินตนเองที่สูงมากเช่นกัน (Mean = 4.08) ทว่าผลลัพธ์กลับ ขัดแย้งกับงานวิจัยในอดีตของ Wathanakom (2023) หรือ วัฒนาคม (2566) ที่พบว่า ความใส่ใจสุขภาพเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุหลักที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพ วิตามิน หรืออาหารเสริมทั่วไปของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ

เหตุผลที่ผลลัพธ์ครั้งนี้ให้ผลที่แตกต่างและขัดแย้ง สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะตัวที่ซับซ้อนและย้อนแย้งของผู้บริโภคในบริบทฟิตเนสและเวทเทรนนิ่ง โดยข้อค้นพบนี้สามารถอธิบายและขยายความให้ชัดเจนยิ่งขึ้นได้ด้วยแนวคิดจากงานวิจัยของ Jowett และคณะ (2023) ที่ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสารเพิ่มประสิทธิภาพและสารต้องห้าม ซึ่งชี้ให้เห็นว่าความต้องการพัฒนาศักยภาพและความสมบูรณ์แบบของร่างกาย (Perfectionism) สามารถขับเคลื่อนความตั้งใจเชิงพฤติกรรมผ่านกลไก "การถอนตนทางจริยธรรมและการหาเหตุผลเข้าข้างตนเอง (Moral Disengagement)" กล่าวคือ เมื่อผู้ฝึกเวทเทรนนิ่งมุ่งมั่นที่จะก้าวข้ามขีดจำกัดทางสรีระ พวกเขาจะสร้างกลไกทางจิตวิทยาเพื่อลดทอนความกังวลหรือละทิ้งความตระหนักรู้ด้านผลเสียต่อสุขภาพในระยะยาวชั่วคราว เพื่อแลกกับผลลัพธ์เชิงรูปร่างและสมรรถนะ (Performance) ที่รวดเร็วตามความต้องการ ดังนั้น แม้ว่าผู้บริโภคจะมีความใส่ใจสุขภาพในเกณฑ์สูงตามกรอบของ Gould (1988) และควรจะเลือกพฤติกรรมที่เป็นไปตามกลไกสุขภาพตามที่ Espinosa และ Kadić-Maglajlić (2018) ระบุไว้ แต่เมื่อต้อง

ตัดสินใจในมิติของสารเพิ่มประสิทธิภาพ ปัจจัยความรักสุขภาพกลับถูก "บดบัง" ด้วยความต้องการความสมบูรณ์แบบทางกายภาพและการหาเหตุผลรองรับความเสี่ยง คล้ายคลึงกับกลไกที่พบในงานของ Jowett และคณะ (2023) ส่งผลให้ความใส่ใจสุขภาพไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจใช้ในอนาคตในการศึกษาครั้งนี้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

จากผลการวิจัยที่พบว่าการรับรู้ถึงประสิทธิผลและการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้ในอนาคตของสารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกาย ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้หลายภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ประการแรก ผู้ประกอบการฟิตเนส เทรนเนอร์ และผู้ให้คำปรึกษาด้านการออกกำลังกายควรให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับ “ประสิทธิผลที่แท้จริง” ของสารเพิ่มประสิทธิภาพ โดยควรสื่อสารอย่างสมดุลระหว่างประโยชน์และข้อจำกัด รวมถึงผลลัพธ์ที่เป็นจริง เพื่อป้องกันการสร้างความคาดหวังที่เกินจริง ซึ่งอาจนำไปสู่การตัดสินใจใช้สารอย่างไม่เหมาะสมในระยะยาว

ประการที่สอง จากผลที่พบว่าการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจ ผู้ประกอบการควรพัฒนาแนวทางในการให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้อย่างเหมาะสม เช่น การให้คำแนะนำด้านปริมาณ วิธีการใช้ และการติดตามผล เพื่อช่วยให้ผู้ใช้สามารถประเมินความเสี่ยงและตัดสินใจได้อย่างมีข้อมูลรองรับ

ประการที่สาม ในบริบทของการสื่อสารการตลาดและสื่อสังคมออนไลน์ ผู้ประกอบการและแบรนด์ควรหลีกเลี่ยงการนำเสนอเนื้อหาที่เน้น “ผลลัพธ์รวดเร็วเกินจริง” หรือการใช้ภาพลักษณ์ที่สร้างแรงกดดันด้านรูปร่างโดยไม่มีข้อมูลประกอบ เนื่องจากการรับรู้ถึงประสิทธิผลเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของความตั้งใจใช้ การสื่อสารที่ไม่สมดุลอาจส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูลที่ไม่ครบถ้วน

โดยสรุป ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติจากงานวิจัยนี้มุ่งเน้นการพัฒนาการสื่อสารด้านประสิทธิผลการเสริมสร้างความเข้าใจในการควบคุมการใช้ และการนำเสนอข้อมูลอย่างเหมาะสม เพื่อสนับสนุนให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจได้อย่างมีเหตุผลมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี

ผลการวิจัยครั้งนี้มีส่วนช่วยในการพัฒนาองค์ความรู้ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคเชิงสุขภาพ โดยเฉพาะในบริบทของการใช้สารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกาย ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่มีความซับซ้อนและเกี่ยวข้องกับทั้งปัจจัยด้านการรับรู้และการตัดสินใจเชิงเหตุผล ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการรับรู้ถึงประสิทธิผลและการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมมีบทบาทสำคัญในการอธิบายความตั้งใจใช้ในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับกรอบแนวคิดของทฤษฎีแรงจูงใจในการปกป้องตนเอง (PMT) และทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) ที่อธิบายพฤติกรรมผ่านมิติของความเชื่อและการรับรู้

นอกจากนี้ งานวิจัยยังช่วยยืนยันว่าการรับรู้ถึงประสิทธิผลเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลสูงที่สุดต่อความตั้งใจใช้ในบริบทของการออกกำลังกายแบบเวทเทรนนิ่ง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการตัดสินใจของผู้บริโภคในบริบทนี้ถูกขับเคลื่อนโดย “ผลลัพธ์ที่คาดหวัง” มากกว่าปัจจัยด้านสุขภาพในเชิงป้องกันเพียงอย่างเดียว

ในขณะเดียวกัน ผลการวิจัยที่พบว่าความใส่ใจสุขภาพไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้อินเทอร์เน็ต ชี้ให้เห็นถึงข้อจำกัดของการนำแนวคิดด้านพฤติกรรมสุขภาพมาอธิบายพฤติกรรมการใช้สารเพิ่มประสิทธิภาพโดยตรง กล่าวคือ แม้บุคคลจะมีระดับความใส่ใจสุขภาพสูง แต่พฤติกรรมการตัดสินใจอาจยังคงถูกขับเคลื่อนด้วยการรับรู้ถึงผลลัพธ์และความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมากกว่า

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมีส่วนในการขยายกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี โดยแสดงให้เห็นว่าการบูรณาการระหว่างทฤษฎีพฤติกรรม (TPB) และทฤษฎีแรงจูงใจในการปกป้องตนเอง (PMT) สามารถอธิบายพฤติกรรมการใช้สารเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะในบริบทของผู้บริโภคยุคปัจจุบันที่ให้ความสำคัญกับผลลัพธ์และการจัดการพฤติกรรมด้วยตนเอง

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยในอนาคตควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น ผู้ที่ออกกำลังกายรูปแบบอื่นนอกเหนือจากเวทเทรนนิ่ง หรือกลุ่มผู้ที่มีประสบการณ์การใช้สารเพิ่มประสิทธิภาพในระดับที่แตกต่างกัน เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้ในบริบทที่หลากหลาย ซึ่งจะช่วยให้ความสามารถในการอธิบายผลการวิจัยให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ งานวิจัยในอนาคตควรพิจารณาเพิ่มตัวแปรด้านสังคมและอิทธิพลภายนอก เช่น อิทธิพลจากเพื่อน เทรนเนอร์ หรืออินฟลูเอนเซอร์ในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งอาจมีบทบาทสำคัญต่อการรับรู้และการตัดสินใจใช้สารเพิ่มประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในบริบทของฟิตเนสที่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลและประสบการณ์อย่างต่อเนื่องในชุมชนออนไลน์

อีกทั้ง ควรพิจารณาการใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นสูง เช่น การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลในระดับที่ลึกยิ่งขึ้น รวมถึงสามารถวิเคราะห์บทบาทของตัวแปรแฝงและความสัมพันธ์เชิงซ้อนระหว่างตัวแปรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สุดท้าย งานวิจัยในอนาคตอาจพิจารณาศึกษาตัวแปรเพิ่มเติม เช่น ความเสี่ยงที่รับรู้ (Perceived Risk) หรือแรงจูงใจด้านรูปลักษณ์ (Appearance Motivation) ในฐานะตัวแปรสื่อกลางหรือกำกับ เพื่ออธิบายกลไกของความตั้งใจใช้อินเทอร์เน็ตได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

ภาษาต่างประเทศ

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Espinosa, A., & Kadić-Maglajlić, S. (2018). The mediating role of health consciousness in the relation between emotional intelligence and health behaviors. *Frontiers in Psychology*, 9, 2161. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.02161>

- Gould, S. J. (1988). Consumer attitudes toward health and health care: A differential perspective. *Journal of Consumer Affairs*, 22(1), 96–118. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.1988.tb00215.x>.
- Haubenstricker, J. E., Lee, J. W., Segovia-Siapco, G., & Medina, E. (2023). The theory of planned behavior and dietary behaviors in competitive women bodybuilders. *BMC Public Health*, 23, 1716. <https://doi.org/10.1186/s12889-023-16568-w>
- Jowett, G. E., Stanger, N., Madigan, D. J., Patterson, L. B., & Backhouse, S. H. (2023). Perfectionism and doping willingness in athletes: The mediating role of moral disengagement. *Psychology of Sport and Exercise*, 66, 102402. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2023.102402>
- Maddux, J. E., & Rogers, R. W. (1983). Protection motivation and self-efficacy: A revised theory of fear appeals and attitude change. *Journal of Experimental Social Psychology*, 19(5), 469-479. [https://doi.org/10.1016/0022-1031\(83\)90023-9](https://doi.org/10.1016/0022-1031(83)90023-9)
- Nagar, K. (2020). An examination of gym supplement choice: Using the modified theory of planned behaviour. *Journal of Food Products Marketing*, 26(7), 499-520.
- Rogers, R. W. (1975). A protection motivation theory of fear appeals and attitude change. *The Journal of Psychology*, 91(1), 93-114. <https://doi.org/10.1080/00223980.1975.9915803>
- Wathanakom, N. (2023). A causal model of health consciousness, perception of risk and benefits, social influence, and attitude on the intention to purchase vitamins and nutritional supplements by Generation Y consumers. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(7), e754