

# การศึกษาความรู้ และพฤติกรรมของผู้บริโภคน้ำมันปลา ในเขตกรุงเทพมหานคร

กนกพร บุญอนันตบุตร\*  
นพ. ไกรสร อัมมวรรณ\*\*

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้ และพฤติกรรมของผู้บริโภคน้ำมันปลาในเขตกรุงเทพฯ โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่บริโภคน้ำมันปลา ในเขตกรุงเทพฯ จำนวน 161 คน เมื่อวิเคราะห์ด้วยสถิติ ค่าความถี่ และร้อยละ ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคน้ำมันปลาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 30 – 39 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ผลการวิจัยเกี่ยวกับความรู้ของผู้บริโภคน้ำมันปลา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ในระดับมาก แต่ยังคงมีผู้บริโภคบางส่วนที่มีความรู้เกี่ยวกับน้ำมันปลาอยู่ในระดับน้อย และยังมีความรู้เกี่ยวกับคุณประโยชน์ และข้อควรระวังในการรับประทานในทางที่ผิด จากผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่ผู้บริโภคบริโภคน้ำมันปลามาแล้ว 7 – 12 เดือน ส่วนใหญ่ซื้อน้ำมันปลาเพื่อบริโภคเอง และคาดหวังว่าการบริโภคน้ำมันปลาจะช่วยบำรุงสมอง ลดไขมัน และคอเลสเตอรอลตามลำดับ ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้รับความรู้เกี่ยวกับน้ำมันปลาจากอินเทอร์เน็ต และเลือกซื้อน้ำมันปลาเนื่องจากเชื่อมั่นในสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคเลือกซื้อน้ำมันปลาจากร้านขายยา ส่วนใหญ่บริโภคน้ำมันปลาหลังอาหาร จากงานวิจัยในครั้งนี้ทางผู้ผลิต รวมถึงหน่วยงานราชการ หรือองค์การอาหารและยา ควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมันปลา เพื่อสื่อสารให้ผู้บริโภคทราบถึงประโยชน์และข้อควรระวังในการใช้น้ำมันปลาอย่างแท้จริง โดยข้อมูลดังกล่าวต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง และเป็นปัจจุบัน

## Abstract

This research aims to study the knowledge, and behavior of fish oil consumer in Bangkok. The sample was 161 people who live in Bangkok and consumed fish oil products. The obtained results were analyzed by statistics, frequency and percentage. The results showed that most responders were female, aged between 30 to 39 years old, single. The highest education was a bachelor degree, work in private company with a monthly income of 20,001 to 30,000 baht. The results about knowledge on fish oil consumers showed that the responders had high level of knowledge but some consumers still have less knowledge about fish oil products, benefits and consuming cautions. The research on

consumer behavior found that the most consumers consume fish oil products for 7-12 months, mostly bought fish oil products for their own consumption, and expect that the consumption of fish oil products is for nourish the brain, reduce fat and cholesterol respectively, mostly received knowledge about fish oil products from the internet, purchase fish oil because of the confidence in the properties of the product and purchase fish oil from the pharmacy. The most consumers consume fish oil after a meal. According to the research of the manufacturers, Government agencies and the FDA should focus on the means to communicate the information of fish oil consumption, usage and side effect. Most important thing, those information should be accurate and up to date.

## บทนำ

น้ำมันปลาเป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจอย่างกว้างขวางมาเป็นช่วงระยะเวลา นาน ผู้บริโภคสามารถซื้อได้จากร้านค้า ร้านขายยา ร้านขายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ห้างสรรพสินค้า ใน บางครั้งผู้บริโภคสามารถซื้อได้จากการขายตรง ซึ่งล้วนมีส่วนทำให้ผู้บริโภคเกิดการสับสน และตกเป็นเหยื่อ ของการโฆษณาที่เกินจริงในบางผลิตภัณฑ์ จากเหตุผลดังกล่าวในการอ้างถึงสรรพคุณต่าง ๆ ที่มีในน้ำมันปลา มากมาย ทำให้เกิดการขยายตัวของผู้ที่บริโภคน้ำมันปลา แต่มีผู้บริโภคไม่มากนักที่จะมีความรู้ ความเข้าใจ ใน เรื่องคุณสมบัติของน้ำมันปลาอย่างแท้จริง เนื่องจากผู้บริโภคจะรู้จักน้ำมันปลาจากการโฆษณาผลิตภัณฑ์จาก สื่อประเภทต่าง ๆ ถึงแม้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมน้ำมันปลาจะมีงานวิจัยออกมาสสนับสนุน แต่ก็ไม่มีใครสามารถ ยืนยันได้ทั้งหมดว่า การบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมน้ำมันปลาสามารถช่วยให้ร่างกายแข็งแรง ปลอดภัยจาก โรคภัยไข้เจ็บต่าง ๆ ได้ ด้วยสาเหตุดังกล่าว จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษา “ความรู้และพฤติกรรมของ ผู้บริโภคน้ำมันปลาในเขตกรุงเทพมหานคร” เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้บริโภคที่สนใจในน้ำมันปลาจะได้รู้ถึง ประโยชน์ของน้ำมันปลา ตระหนักถึงข้อควรระวังในการใช้น้ำมันปลา และเพื่อให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจที่ ถูกต้องว่าการเลือกซื้อน้ำมันปลาชนิดไหนจึงจะเหมาะสมตามความต้องการของตนเอง รวมไปถึงรู้เท่าทัน โฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา นอกจากนี้ยังสามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผน และกำหนดกล ยุทธ์ทางด้านการตลาด โดยเฉพาะการทำโฆษณาของผู้ประกอบการ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจ และเพื่อ ผลิตสื่อโฆษณาให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์อย่างแท้จริงต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการศึกษางานวิจัย

1. เพื่อศึกษาความรู้ และพฤติกรรมของผู้บริโภคน้ำมันปลา
2. เพื่อศึกษาความคาดหวังของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำมันปลา

## สมมุติฐานของการศึกษาวิจัย

ผู้บริโภคน้ำมันปลามีความรู้เกี่ยวกับน้ำมันปลาในระดับมาก แต่ยังมีผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยที่ขาดความรู้ในผลข้างเคียงและข้อควรระวังในการใช้น้ำมันปลา

## แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### น้ำมันปลา

น้ำมันปลา (fish oil) หมายถึง น้ำมัน ที่สกัดได้จากส่วนของเนื้อปลา หัวปลา หนัง และ หางปลา ปลาที่นำมาสกัดน้ำมันปลาเป็นปลาทะเลธรรมชาติจากแหล่งน้ำลึกและน้ำเย็น เป็นปลาที่มีไขมันสูง เช่น ปลา คอด ปลาแซลมอน ปลาแมคเคอเรล ปลาทูน่า และปลาซาร์ดีน เป็นต้น (โภชนาการ, 2012: ออนไลน์)

ปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสนใจบริโภคน้ำมันปลาเป็นสารโภชนะเภสัช (nutraceutical) เพื่อ ประโยชน์ต่อสุขภาพ มุ่งเน้นไปที่ สารออกฤทธิ์คือ กรดกลุ่มโอเมก้า-3 ( $\omega$ -3, omega-3 fatty acid) และโอ เมก้า-6 ( $\omega$ -6, omega-6 fatty acid) เช่น DHA, EPA ซึ่งน้ำมันปลาที่มีคุณภาพดีควรมีสัดส่วนปริมาณของ DHA : EPA เป็น 1 : 2 หรือ 2 : 3 (โภชนาการ, 2012: ออนไลน์)

น้ำมันปลาสามารถช่วยลดอาการหลอดเลือดตีบได้ โดยการช่วยทำให้ระดับคอเลสเตอรอลและไตร กลีเซอไรด์ในเลือดต่ำลง และนอกจากนี้ น้ำมันปลาที่มีโอเมก้า-3 และโอเมก้า-6 สามารถช่วยรักษาสิวได้ เนื่องจากซึ่ง EPA และกรดไขมัน DHA มีประโยชน์แลจำเป็นต่อการผลิตสารพรอสตาแกลนดิน (prostaglandins) ซึ่งมีหน้าที่หลักคือช่วยในการรักษาระดับฮอร์โมนแอนโดรเจนให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ซึ่งฮอร์โมนแอนโดรเจนนี้มีผลกับการผลิตน้ำมันจากต่อมไขมัน (sebum) ในช่วงวัยรุ่น ซึ่งเป็นสาเหตุให้วัยรุ่น เป็นสิ่ว น้ำมันปลาจะช่วยยับยั้งกระบวนการผลิตที่มากเกินไป จึงช่วยป้องกันการอุดตันที่ทำให้เกิดสิ่ว และยัง บรรเทาการอักเสบที่เป็นสาเหตุของสิ่วซึ่งเกิดจากsebum ร่วมกับแบคทีเรียหากต้องการควบคุมการอักเสบของ สิว ควรเสริมน้ำมันปลาที่มีโอเมก้า-3 และโอเมก้า-6 (โภชนาการ, 2012: ออนไลน์)

การใช้น้ำมันปลาโดยการกินเป็นปกติทุกวันนั้นอยู่ที่ 3-5 กรัมต่อวัน และการเลือกซื้อควรดูที่ฉลาก ด้วยว่าได้ระบุค่าของ EPA/DHA เอาไว้ด้วย การรับประทานที่ดีที่สุดคือกินพร้อมหรือหลังอาหาร สำหรับผู้ที่มี ความดันโลหิตสูงควรกิน 3 กรัมต่อวัน ขนาดการใช้ 3 กรัมต่อวันยังเหมาะสำหรับผู้เป็นโรครูมาตอยด์ แผล เปื่อย (โภชนาการ, 2012: ออนไลน์)

การใช้อาหารเสริมน้ำมันปลาในปริมาณที่มากเกินไปจะมีผลข้างเคียง เช่น คลื่นไส้ ท้องเสีย เรอ บ่อย และผาดในปาก และยังมีผลทำให้ระบบภูมิคุ้มกันไม่ทำงาน เลือดออกไม่หยุด และทำให้การควบคุม กลูโคสลดลงในคนที่เบาหวาน นอกจากนี้มีรายงานว่าบางคนเกิดอาการแพ้ โดยส่วนใหญ่จะเป็นอาการขึ้น ผื่นคัน อาการหลักคืออาหารไม่ย่อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นคนอ้วน บางกรณีมีรายงานว่า เมื่อเธอจะมีกลิ่น คาวปลา และเมื่อใช้ไปนานมาก ๆ จะมีกลิ่นคาวออกมาจากผิวหนัง ผลข้างเคียงเกี่ยวกับเรื่องกลิ่นเท่าที่พบมีแค่

เรอเหม็นคาว และอาหารไม่ย่อยแบบไม่รุนแรง และยังมีอาการท้องร่วงที่เกิดขึ้นได้ ระดับน้ำตาลในเลือดและระดับคอเลสเตอรอลอาจสูงขึ้นได้ในบางรายที่รับประทานน้ำมันปลา และไม่แนะนำให้ผู้ป่วยโรคไตรับประทานโดยไม่ปรึกษาแพทย์ (โภชนาการ, 2012: ออนไลน์)

ข้อควรระวังในการรับประทานน้ำมันปลาคควรรับประทานน้ำมันปลาในช่วงก่อนผ่าตัดอย่างน้อย 1 เดือนไปจนถึงช่วงที่แผลสมานดีแล้วเนื่องจากน้ำมันปลามีคุณสมบัติในการลดการเกาะตัวของเกร็ดเลือด อาจทำให้เลือดหยุดไหลได้ช้าลง ไม่ควรทานน้ำมันปลา เมื่อมีอายุครรภ์ 5 - 6 เดือนขึ้นไป เพราะการทานน้ำมันปลาเป็นเวลานานหรือทานในปริมาณที่มากจะมีผลทำให้มีเลือดออกหรือเลือดหยุดไหลช้ากว่าปกติ และอาจทำให้ปากมดลูกเปิดในบางกรณี (โภชนาการ, 2012: ออนไลน์)

#### **แนวความคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ความ**

บลูม (Bloom, 1980 อ้างถึงใน ศิพล รื่นใจชน, 2549: 10) ได้จำแนกความหมายระหว่างความรู้ ความเข้าใจ เพื่อประโยชน์ในการสื่อความหมายไว้ ดังนี้

ความรู้ หมายถึง พฤติกรรมและสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งเน้นการจำ ไม่ว่าจะเป็นการระลึกถึงหรือระลึกได้ก็ตาม เป็นสภาพการณ์ที่เกิดขึ้นสืบเนื่องมาจากการเรียนรู้ โดยเริ่มต้นจากการรวบรวมสาระต่าง ๆ จนกระทั่งพัฒนาไปสู่ขั้นที่มีความสลับซับซ้อนยิ่งขึ้น โดยความรู้นี้อาจแยกออกเป็นความรู้เฉพาะสิ่ง และความรู้เรื่องสากลเป็นต้น

ความเข้าใจ เป็นขั้นตอนที่สำคัญของการสื่อความหมายโดยอาศัยความสามารถทางสมองและทักษะ ซึ่งอาจจะกระทำได้โดยการใช้ปากเปล่า ข้อเขียน ภาษา หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ โดยการทำความเข้าใจนั้น อาจไม่มีผลสมบูรณ์เสมอไป สำหรับพฤติกรรมความเข้าใจแบ่งได้เป็น 3 รูปแบบ คือการแปลความ การตีความ และการสรุปอ้างอิง

#### **แนวความคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค**

ศิริวรรณ และคณะ (2546: 128) กล่าวว่า รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึง เหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision)

### **วิธีการวิจัย**

#### **ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชาชนที่บริโภคน้ำมันปลา ที่อยู่บริเวณร้านขายยา และเวชภัณฑ์ บริเวณโรงพยาบาลศิริราช เนื่องจากบริเวณดังกล่าว ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นบริเวณที่มีร้าน

ชายชา และเวชภัณฑ์ โดยรอบ และนอกจากนี้ยังมีกลุ่มพนักงานของทางผู้วิจัยช่วยเหลือในด้านการสอบถาม ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) หรือ การเลือก หน่วยตัวอย่างแบบใช้วิจารณญาณ (Judgment Sampling) ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภคผลิตภัณฑ์น้ำมันปลาบริเวณร้านขายยาบริเวณโรงพยาบาลศิริราช จำนวน 161 ตัวอย่าง ซึ่งใช้ระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถามเป็นเวลา 2 สัปดาห์คือ วันที่ 23 มีนาคม ถึง 6 เมษายน 2560

#### **เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล**

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม แบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ระดับความรู้ ของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำมันปลา

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำมันปลา

#### **สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล**

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาด้วยการหา ความถี่ และร้อยละ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำมันปลา โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาด้วยการ หาความถี่ และร้อยละ

ตอนที่ 3 ความรู้ ของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำมันปลา โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ด้วยการหาความถี่ และร้อยละ

และใช้สถิติทดสอบความเป็นอิสระต่อกันของสองประชากร (Chi-square test) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล กับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำมันปลา

#### **บทสรุปและข้อเสนอแนะ**

##### **สรุปผลการศึกษา**

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับ การศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ผลการวิจัยเกี่ยวกับระดับความรู้เกี่ยวกับน้ำมันปลา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ในระดับมาก มี ค่าเฉลี่ยรวมร้อยละ 74.85 จากการวิจัยในครั้งนี้มีผู้บริโภคบางส่วนที่มีความรู้เกี่ยวกับน้ำมันปลาอยู่ในระดับ น้อย และยังมีความรู้เกี่ยวกับคุณประโยชน์ และข้อควรระวังในการรับประทานในทางที่ผิด และจากการจาก การวิเคราะห์หา ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล กับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อ น้ำมันปลา พบว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการบริโภคผลิตภัณฑ์น้ำมันปลา ของผู้บริโภคที่มีต่อ น้ำมันปลา และ

สถานที่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์น้ำมันปลา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05, อายุ มีความสัมพันธ์กับสื่อที่ได้รับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้ำมันปลา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05, สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่จะได้รับการบริโภคผลิตภัณฑ์น้ำมันปลา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05, ระดับการศึกษาสูงสุด มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการบริโภคผลิตภัณฑ์น้ำมันปลา ของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำมันปลา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการบริโภคผลิตภัณฑ์น้ำมันปลาของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำมันปลา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

### **ข้อเสนอแนะ**

#### **ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยในครั้งนี้**

1. จากการศึกษา พบว่า มีผู้บริโภคบางส่วนที่ยังคงมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้ำมันปลาอยู่ในระดับน้อย อาจเนื่องมาจาก ผู้ผลิตไม่ใส่ข้อมูลด้านประโยชน์ หรือสรรพคุณลงในโฆษณาได้ ดังนั้นผู้ผลิตควรหาวิธี หรือกลยุทธ์ต่าง ๆ เช่น ผลการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้ำมันปลา บทความหรือข้อมูลทางวิชาการ จัดประชุมวิชาการ หรือเสนอผลงาน เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้ำมันปลา

นอกจากนี้จากผลการวิจัยยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ผ่านทางช่องทางอินเทอร์เน็ต ดังนั้นผู้ผลิตจึงควรให้ความสำคัญกับช่องทางในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้ำมันปลาผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุดเพื่อสื่อสารให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์น้ำมันปลา มีผลดีอย่างไร แต่ต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง เป็นจริง และปัจจุบัน อยู่บนพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ที่เชื่อถือได้ ดังนั้นเมื่อผู้บริโภคทราบ หรือมีความรู้มากขึ้นแล้วผู้บริโภคก็จะมีข้อมูลในการตัดสินใจซื้อมากขึ้น

2. จากการศึกษาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคผลิตภัณฑ์น้ำมันปลา เนื่องจากได้รับข้อมูลส่วนใหญ่จากทางอินเทอร์เน็ต และส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำมันปลาเนื่องจากเชื่อมั่นในสรรพคุณของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ แต่สื่อโฆษณามีข้อจำกัดไม่ให้โฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณ ดังนั้นการที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ หรือผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงผู้บริโภคควรมีพื้นฐาน มีการค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ บทความ งานวิจัย เป็นต้น เพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อ เมื่อผู้บริโภคมีพื้นฐานก็จะส่งผลให้ได้บริโภคในสิ่งที่ดี และมีประโยชน์

3. ควรรักษามาตรฐานการผลิต ผลิตภัณฑ์น้ำมันปลาอย่างมีคุณภาพได้มาตรฐานสากลไว้ และปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นต่อไปเรื่อยๆ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือและมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำมันปลาซึ่งจะทำให้ความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์น้ำมันปลามีมากยิ่งขึ้นโดยควรให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการผลิตผลิตภัณฑ์ให้มีเพียงพอไม่ขาดตลาด เพื่อที่จะได้ไม่สูญเสียยอดขายเนื่องจากผู้บริโภคมีความต้องการแต่ไม่สามารถหาผลิตภัณฑ์ได้

4. หน่วยงานราชการ หรือองค์การอาหารและยา ควรมีการควบคุมสื่อต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์น้ำมันปลา และควรสื่อสารเพิ่มในส่วนข้อควรระวังในการรับประทาน

### ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์น้ำมันปลา โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์ ทั้งผู้บริโภค และผู้ผลิต หรือผู้จำหน่าย เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น
2. ควรศึกษาเกี่ยวกับความรู้ และพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์น้ำมันปลาในเขตอื่นๆ ที่นอกเหนือจากกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลอื่นๆ มาเปรียบเทียบกับการศึกษาในครั้งนี้
3. ควรทำการศึกษาความสัมพันธ์เรื่องระดับความรู้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำมันปลา

### บรรณานุกรม

- โภชนาการ. (2012). น้ำมันปลา (Fish Oil). (ออนไลน์). แหล่งข้อมูล: <http://bewty-drink.blogspot.com/2012/02/fish-oil.html> (17 มีนาคม 2560).
- ทิพล รื่นใจชน. (2549). ความรู้ความเข้าใจในสิทธิของประชาชนเกี่ยวกับธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์และรถจักรยานยนต์ ศึกษากรณีประชาชนหมู่ 1 ตำบลท่ามะขาม อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ รัฐศาสตรมหาบัณฑิต. วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. (พิมพ์ครั้งที่ 2). 655 หน้า. กรุงเทพฯ: อีระฟิล์มและโซเทกซ์.