

นิพนธ์ต้นฉบับ

**การประเมินความพึงพอใจของอาสาสมัครต่อการใช้ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย
ที่มีส่วนผสมจากสารสกัดหนอนตายหยา**

สิริรัตน์ เลหาประภานนท์¹ กัญทร ยินเจริญ¹ ทิยานันท์ ปานิตยเศรษฐ์¹

รัตน์กรณ์ นาคปลัด¹ นพดล ชูเศษ² และ ศรินทร์รัตน์ จิตจำ^{1*}

¹คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

²คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

*ผู้นิพนธ์ที่ให้การติดต่อ E-mail: sarinrat.j@rmutsv.ac.th

Received date: March 16, 2024; Revised date: May 13, 2024; Accepted date: May 14, 2024

บทคัดย่อ

ปัญหาผิวของคนไทยส่วนใหญ่คือ การเกิดสิว ผิวขาดความชุ่มชื้น การเกิดฝ้าและจุดต่างดำนบนใบหน้า การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินความพึงพอใจของอาสาสมัครและสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อการใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมสารสกัดของหนอนตายหยาช่วงอายุ 20 - 60 ปี ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 200 คน เพื่อทราบถึงความต้องการส่วนใหญ่ของผู้บริโภค โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ t-test และค่าสถิติ Chi-Square test โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า อาสาสมัครส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ชอบกลิ่นของผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมจากสมุนไพรหนอนตายหยามากที่สุด รองลงมาคือ ความชุ่มชื้นต่อผิว การซึมซาบผ่านผิวหนัง สำหรับคะแนนความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์โลชั่นอยู่ในระดับพึงพอใจมาก พฤติกรรมและแนวโน้มในการใช้ผลิตภัณฑ์ พบว่าอาสาสมัครชอบผลิตภัณฑ์ที่เป็นเนื้อโลชั่น มากกว่าลักษณะอื่น ๆ รู้จักตัวสินค้าจากการรื้อฟื้นผ่านสื่อออนไลน์และส่งผ่านสื่อออนไลน์เช่นกัน ซึ่งการศึกษานี้เป็นประโยชน์ในการเพิ่มมูลค่าให้กับสมุนไพรไทยและเป็นทางเลือกในการประกอบอาชีพเสริมของคนในชุมชนได้หากสมุนไพรนี้ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายและสามารถขยายผลต่อยอดในเชิงพาณิชย์ได้ และผู้ประกอบการสามารถใช้เพื่อวางแผนการตลาดในอนาคตต่อไป

คำสำคัญ: ปัญหาผิว หนอนตายหยา โลชั่น

The Satisfaction Assessment of Volunteers by Using Body Lotion from *Stemona tuberosa* Lour. Extract

Sirirat Laohaprapanon¹, Kanyatorn Yincharoen¹, Thiyanan Panitset¹,
Rattaneekorn Nakplad¹, Noppadon Chooset² and Sarinrat Jitjum^{1*}

¹Faculty of Science and Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya
Nakhon Si Thammarat Saiyai campus

²Faculty of Business, Rajamangala University of Technology Srivijaya

*Corresponding Author E-mail: sarinrat.j@mutsv.ac.th

Abstract

The majority of skin issues include dark spots, blemishes, acne, and dehydration. The study aimed to assess satisfaction and investigate consumer behaviors regarding the usage of body lotion derived from *Stemona tuberosa* Lour. Extract of 200 volunteers in Nakhon Si Thammarat who were between the ages of 20 and 60. This study is quantitative research. The research instrument is a questionnaire, and the data is analyzed by finding percentages, means, standard deviations, t-test statistics, and Chi-Square test by determining statistical significance at the 0.05 level.

According to the finding, the majority of the volunteers in this study were women. Their top three preferences were the scent of body care products, moisture, and skin penetration. In addition, this lotion had received an excellent overall satisfaction rating. Regarding product usage patterns and behaviors, the volunteer favored using cream over alternative formulations. Furthermore, the most common reasons volunteers bought products were those that they read online reviews and ordered through online media. Altogether, this study had the potential to increase the value of Thai herbs, and farming this herb could be a viable option for Thai farmers if it is widely accepted. Furthermore, this herb might also be used in future commercial and marketing. If this herb gains widespread acceptance and has the potential to grow economically, this study could be useful in adding value to Thai herbs and serving as a substitute for other community jobs. Entrepreneurs can use this to plan future marketing.

Keywords: skin problems, *Stemona tuberosa* Lour., Lotion

บทนำ

คนไทยส่วนใหญ่จะมีสีผิวดำและสีน้ำตาล เกิดจากเมลานิน (Melanin) เป็นสารที่ทำให้เกิดสีผิวสร้างโดยเซลล์เมลานโนไซต์ (Melanocyte) ซึ่งเป็นเซลล์ในชั้นหนังกำพร้าชั้นล่างสุดติดกับชั้นหนังแท้ โดยสีผิวขึ้นอยู่กับชนิดและปริมาณของเมลานินที่ถูกสร้างขึ้น โดยยูเมลานิน (Eumelanin) เป็นเมลานินชนิดที่ให้สีดำและสีน้ำตาล พบมากในคนเอเชียและคนผิวคล้ำ ปัญหาผิวของคนไทยในปัจจุบันส่วนใหญ่จะเป็นสิว ฝ้า ความชุ่มชื้นและเกิดผื่นคัน⁽¹⁾ มลภาวะที่เจอในชีวิตประจำวันที่มีผลกระทบต่อสุขภาพผิวคือมลภาวะทางอากาศ โดยเฉพาะฝุ่นละออง และแสงแดด ทำลายผิว ทำให้คอลลาเจนและอีลาสตินมีปริมาณลดลง ผิวขาดความชุ่มชื้น ความกระชับใส และอาจทำให้เกิดริ้วรอยก่อนวัยอันควร

การรักษาปัญหาผิวในปัจจุบัน คือการให้ความชุ่มชื้น และความกระชับใส ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ จำนวนมาก เช่น Coenzyme Q10 cream และ Collagen cream รวมถึงการฉีดโบท็อกซ์ซึ่งได้รับความนิยมมาก และประชากรให้ความสนใจกับกระแสอนุรักษ์ธรรมชาติมากขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคหันมาเอาใจใส่กับสภาวะแวดล้อมและสุขภาพตนเองมากขึ้น ทำให้มีแนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์สภาวะแวดล้อมขยายตัว จึงมีการผลิตเครื่องสำอางที่ทำจากสารเคมีสังเคราะห์ออกจำหน่าย เพราะราคาถูก หาง่าย แต่ผู้ใช้เครื่องสำอาง ส่วนใหญ่มักอยากหลีกเลี่ยงสารเคมีสังเคราะห์ และเลือกใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ เพราะมีความปลอดภัยมากกว่าและช่วยบำรุงผิวพรรณ ดังนั้นเครื่องสำอางธรรมชาติจึงได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากเกิดผลข้างเคียงน้อยกว่าเครื่องสำอางจากการสังเคราะห์⁽²⁾

สมุนไพรหนอนตายอยาก (*Stemona tuberosa* Lour.) เป็นตัวยาหนึ่งในตำรับยาสมุนไพร THR 01 คือตำรับที่เกิดจากการศึกษารวบรวมภูมิปัญญาการใช้สมุนไพรจากหมอพื้นบ้านภาคใต้ และศึกษาต่อยอดถึงประสิทธิภาพในการยับยั้งแบคทีเรียสายพันธุ์ที่ดื้อต่อยาปฏิชีวนะอันก่อให้เกิดสิวและหนอง⁽³⁻⁵⁾ ผลการศึกษาพบว่า สารสกัดจากหนอนตายอยากมีฤทธิ์ยับยั้งเชื้อแบคทีเรียบางสายพันธุ์ และฤทธิ์ที่โดดเด่นที่สุดคือ มีคุณสมบัติเป็นสารต้านอนุมูลอิสระสูง จึงนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านความงามจากสมุนไพรหนอนตายอยาก⁽⁶⁾ สำหรับข้อมูล toxicity พบว่าสารสกัดจากสมุนไพรหนอนตายอยาก ไม่มีความเป็นพิษต่อตัวอ่อนของผีเสื้อ โดยพบว่าในความเข้มข้น 50 มิลลิกรัมต่อกรัม มีค่าอัตราการรอดชีวิตของหนอนผีเสื้อสูงถึงร้อยละ 86.67 อีกทั้งผ่านการทดสอบการระคายเคืองจากอาสาสมัคร จำนวน 40 คน ซึ่งไม่พบการแพ้หรือการระคายเคืองใดๆ⁽⁷⁾ งานวิจัยฉบับนี้จึงเป็นการศึกษาต่อยอดเพื่อพัฒนาสูตรเข้าสู่กระบวนการประเมินความพึงพอใจกับอาสาสมัครสุขภาพดี เพื่อเป็นตัวแทนต่อการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์ นอกจากความพึงพอใจต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยยังได้ทำการสำรวจถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่จะสะท้อนถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ภายใต้ยุคสมัยที่ก้าวสู่โลกดิจิทัลมากขึ้น ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจ สังคม ที่มีผลต่อรายได้ของประชากรในประเทศ ทำให้ข้อมูลดังกล่าวมีความสำคัญอย่างมากต่อการวิเคราะห์แผนทางการตลาดในอนาคต⁽⁸⁾

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อประเมินความพึงพอใจของอาสาสมัครและสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อการใช้ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวที่มีส่วนผสมจากสารสกัดหนอนตายอยาก

ระเบียบวิธีศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษา บุคคลทั่วไป ในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ผ่านเกณฑ์การคัดเข้า จำนวน 200 คน โดยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และคำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = ค่าสัดส่วนของประชากร กำหนด 0.5

e = ร้อยละความคลาดเคลื่อนจากกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ 0.06

Z = ระดับความเชื่อมั่นที่นักวิจัยกำหนดไว้ ณ ความเชื่อมั่น 95%

ค่า $Z = 1.96^{(9)}$

จากสูตร สามารถคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ ดังนี้

$$n = \frac{0.5 \cdot 0.5 \cdot (1.96)^2}{0.06^2} n = \frac{0.9604}{0.0036} = 266.78 \text{ คน}$$

อย่างไรก็ตามมีการสำรวจกำหนดเกณฑ์ขั้นต่ำทั่วไปอยู่ในช่วง 200-400 ตัวอย่าง ซึ่งเพียงพอต่อการคำนวณทางสถิติ⁽¹⁰⁾

เกณฑ์ในการคัดเลือก (Study criteria)⁽⁶⁾

เกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง (Inclusion criteria)

- 1) อาสาสมัครสุขภาพดีชายหรือหญิงอายุระหว่าง 20-60 ปี
- 2) อาสาสมัครจะต้องให้ความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษร ไม่เป็นโรคมุมิแพ้ และไม่เป็นโรคหรืออาการทางผิวหนังดังต่อไปนี้ Athlete's Foot (โรคน้ำกัดเท้า) Eczema (โรคผิวหนังอักเสบ) Psoriasis (โรคสะเก็ดเงิน) Acne (สิว) Irritation or Rash (การระคายเคือง)
- 3) ไม่มีการใช้ยาสเตรอยด์ขณะเข้าร่วมงานวิจัย
- 4) ไม่มีการตั้งครรภ์หรืออยู่ในช่วงให้นมบุตร

เกณฑ์การคัดออกกลุ่มตัวอย่าง (Exclusion criteria)

- 1) เกิดอาการแพ้ผลิตภัณฑ์ระหว่างการทดสอบ
- 2) ไม่สามารถติดตามอาสาสมัครจนจบ หรืออาสาสมัครขอถอนตัวออกจากการวิจัย

เกณฑ์การถอนตัวจากงานวิจัย (Withdrawal criteria)

- 1) ตั้งครรภ์
- 2) อาสาสมัครขอถอนตัวออกจากโครงการหรือเกิดอาการข้างเคียงอื่นๆ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมของสารสกัดหนอนตายหยากส่วนผสมประกอบด้วยสารสกัดจาก *Stemona tuberosa* Lour., Stearic acid, Isopropyl myristate, Glyceryl monostearate, Span-80, Methyl paraben, Tween 80, Natural fragrance, Water ลักษณะเนื้อโลชั่นมีความบางเบา ไม่เหนียว สีขาว และแต่งเติมด้วยกลิ่นธรรมชาติเล็กน้อย

2. แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมของสารสกัดหนอนตายหยาก ประกอบด้วยแบบสอบถามความพึงพอใจ 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบุคคล

ตอนที่ 2 ระดับความพึงพอใจผู้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมจากสมุนไพรหนอนตายหยาก ประกอบด้วยคำถามเลือกตอบ 7 หัวข้อ

ตอนที่ 3 พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมในการใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย ประกอบด้วยคำถาม 8 หัวข้อ

โดยตอนที่ 2 และ 3 ใช้มาตราส่วนในการประมาณค่าความพึงพอใจในรูปแบบ Rating scale คือ ระดับมากที่สุด ให้คะแนน 5 ระดับมาก ให้คะแนน 4 ระดับปานกลาง ให้คะแนน 3 ระดับน้อย ให้คะแนน 2 ระดับน้อยที่สุด ให้คะแนน 1 ค่าความพึงพอใจเฉลี่ยกำหนด คือ 4.50-5.00 หมายความว่า ระดับมากที่สุด 3.50-

4.49 หมายความว่า ระดับมาก 2.50-3.49 หมายความว่า ระดับปานกลาง 1.50-2.49 หมายความว่า ระดับน้อย 1.00-1.49 หมายความว่า ระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป เปรียบเทียบกับความพึงพอใจผู้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมจากสมุนไพรหนอนตายหยาก

โดยแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมของสารสกัดหนอนตายหยาก ได้รับการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน มีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC เท่ากับ 0.8-1.00 และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.76

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. อาสาสมัครที่ผ่านเกณฑ์คัดเลือกจะได้รับการประเมินอาการแพ้ โดยการทาผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมของสารสกัดหนอนตายหยากบริเวณท้องแขนข้างซ้าย (ระหว่างข้อศอกกับข้อศอก; forearm)

2. รับผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมของสารสกัดหนอนตายหยาก คนละ 1 หลอด กลับไปใช้ที่บ้าน โดยก่อนใช้ผลิตภัณฑ์ให้ทำความสะอาดบริเวณท้องแขนและเช็ดให้แห้ง จากนั้นบีบโลชั่น จำนวน 1 กรัม ทาบนผิวหน้าบริเวณท้องแขนระหว่างข้อศอกและข้อศอกด้านใน นวดเบา ๆ เป็นวงกลม เป็นเวลา 3 นาที วันละ 2 ครั้ง เข้าและเย็น ติดต่อกัน 28 วัน โดยในระหว่างนี้อาสาสมัครต้องไม่ทาครีมใด ๆ บนบริเวณดังกล่าว⁽²⁾ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบการใช้ผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอโดยการโทรสอบถามสัปดาห์ละ 1 ครั้ง รวมถึงผลข้างเคียงจากการใช้ผลิตภัณฑ์

3. ทำแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมของสารสกัดหนอนตายหยาก โดยได้อธิบายในความแตกต่างของข้อที่ประเมินทั้ง 7 ข้อ โดยเฉพาะข้อ 5 การกระจายตัวของเนื้อโลชั่นเข้าสู่ผิว ซึ่งต่างจากข้อ 7 การซึมซาบผ่านผิวหนัง โดยการกระจายตัวจะประเมินหลังจากที่เนื้อโลชั่นสัมผัสผิวทันที อาจสังเกตว่าเป็นก้อนหรือไม่ เกลี่ยง่ายหรือไม่ หลังจากนั้นถึงประเมินการซึมซาบผ่านผิวหนัง เช่น ซึมสู่ผิวหรือไม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบไปด้วย ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การทดสอบ t-test และการวิเคราะห์ค่า Chi-Square test โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05⁽¹¹⁾

การพิทักษ์สิทธิอาสาสมัคร

1. การวิจัยนี้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เลขที่เอกสารรับรองโครงการวิจัย WUEC-21-273-02 ลงวันที่ 23 กันยายน 2565 จากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 200 ชุด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.50 มีอายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.50 อยู่ในสถานะภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 46.50 อาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 30.00 และมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 10,000-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.00 (ตารางที่ 1)

ความพึงพอใจต่อการใช้ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมจากสารสกัดหนอนตายหยาก

ผลของระดับความพึงพอใจผู้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมจากสารสกัดหนอนตายหยาก พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านกลิ่นของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.51, SD = 0.76) และความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.13, SD = 0.87) (ตารางที่ 2) และจากการโทรสอบถามการใช้ผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ไม่พบผลข้างเคียงจากการใช้ผลิตภัณฑ์

ข้อมูลทั่วไปของบุคคลเปรียบเทียบกับความพึงพอใจผู้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมจากสมุนไพรหนอนตายหยากทดสอบด้วยสถิติ Independent t-test สามารถอธิบายได้ว่าเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อ

ความพึงพอใจผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมจากสมุนไพรหนอนตายหายากที่แตกต่างกัน โดยเพศหญิง ความพึงพอใจผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายเฉลี่ย 4.22 มากกว่าเพศชายซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.99 ($p\text{-value} = 0.01$) สรุปคือเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายมากกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ≤ 0.05 (ตารางที่ 3)

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมจากสมุนไพรหนอนตายหายาก โดยใช้วิธีทดสอบ Independent t-test พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมจากสมุนไพรหนอนตายหายากที่แตกต่างกันโดยมีค่า F เท่ากับ 2.81 ($p\text{-value} = 0.04$) ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างจำแนกตามอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมจากสมุนไพรหนอนตายหายากที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ≤ 0.05 (ตารางที่ 4)

พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการใช้ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมจากสารสกัดหนอนตายหายาก

ผลสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมในการใช้ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 33.50 ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายในราคา 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.00 เลือกใช้ขนาดบรรจุ (ปริมาณ) ของผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายปริมาณ 251-400 มล. คิดเป็นร้อยละ 56.00 เลือกใช้เนื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายแบบโลชั่น คิดเป็นร้อยละ 52.50 ซื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายจากร้านขายเครื่องสำอางตามสถานที่ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 35.50 รู้จักผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายจากการรื้อฟื้นผ่านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 48.00 ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 43.00 เสียค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายแต่ละครั้งอยู่ที่ 100-399 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.50 (ตารางที่ 5)

ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการให้ความสำคัญของผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย โดยใช้สถิติ Chi-Square พบว่า มีค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} \leq 0.001$) แสดงให้เห็นว่าอาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญในผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายแตกต่างกัน โดยอาชีพนักเรียน/นิสิตนักศึกษา และรับจ้าง ส่วนใหญ่เห็นความสำคัญของผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายในระดับมาก ในขณะที่อาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐ ธุรกิจส่วนตัว และแม่บ้าน ส่วนใหญ่เห็นความสำคัญของผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายในระดับปานกลาง (ตารางที่ 6)

อภิปรายผล

ผู้ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุระหว่าง 20-29 ปี สถานภาพสมรส ประกอบอาชีพรับจ้าง มีรายได้ 10,000-15,000 บาทต่อเดือน สอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้านี้ศึกษาพฤติกรรม การซื้อเครื่องสำอางในกลุ่มตัวอย่าง 250 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุระหว่าง 26-30 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 10,000-20,000 บาทต่อเดือน⁽¹²⁾

ความพึงพอใจต่อการใช้ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมจากสารสกัดหนอนตายหายาก

ระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมจากสมุนไพรหนอนตายหายากอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบในเรื่องกลิ่นของผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือความชุ่มชื้นต่อผิว การซึมซาบผ่านผิวหนัง การกระจายตัวของเนื้อโลชั่นเข้าสู่ผิว ความไม่เหนอะหนะของผลิตภัณฑ์ สีของผลิตภัณฑ์ และความน่าใช้ของเนื้อโลชั่นเมื่อแรกเห็น ตามลำดับ ในขณะที่การศึกษาความพึงพอใจของโลชั่นบำรุงผิวว่านางค้าในกลุ่มตัวอย่าง 30 คน พบระดับความพึงพอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งในส่วนของคุณสมบัติเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์โลชั่นที่สามารถทำให้ผิวกระจ่างใสขึ้นได้และเป็นข้อมูลสำคัญต่อการพัฒนาโลชั่นสูตรนี้ต่อไปในอนาคต สำหรับในด้านความชุ่มชื้นนั้นส่วนประกอบอื่นอาจมีผล เช่น Glycerol monostearate ที่มีคุณสมบัติเพิ่มความชุ่ม

ขึ้นให้แก่ผิวได้ และเติมกลืนธรรมชาติเล็กน้อยเพื่อเพิ่มความน่าใช้ของผลิตภัณฑ์^(7,14) ข้อมูลทั่วไป (เพศ อายุ) เปรียบเทียบกับความพึงพอใจผู้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมจากสมุนไพรหนอนตายหายาก ผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมาที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมจากสมุนไพรหนอนตายหายากต่างกัน เมื่อพิจารณาารายด้านพบว่า เพศหญิงมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์มากกว่าเพศชาย เนื่องจากเพศส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย เพศชายและเพศหญิงมีพื้นฐานความต้องการที่แตกต่างกันอยู่แล้ว สอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้านี้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กันแดดอธิบายว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อแตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีแนวโน้มที่จะซื้อผลิตภัณฑ์มากกว่าเพศชาย เนื่องจากเพศหญิงเป็นเพศที่รักสวย รักงาม และต้องการมีผิวขาวกระจ่างใส^(15,16) จากการศึกษาเปรียบเทียบหลาย ๆ งานวิจัย พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุ และระดับการศึกษา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากบุคคลที่มีเพศหรืออายุที่แตกต่างกันย่อมมีความต้องการที่แตกต่างกัน เนื่องจากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน กลุ่มอ้างอิงที่แตกต่างกันในแต่ละช่วงวัย ผู้บริโภคสามารถรับข้อมูลได้จากหลายแหล่ง ทั้งแหล่งบุคคล เช่น ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คนที่คุ้นเคยทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างกันตามกลุ่มอ้างอิงในแต่ละช่วงวัยของตนเอง และผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่ดีกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำ อาจเป็นเพราะระดับของการศึกษา ทำให้มีพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้ออย่างรอบคอบ และค้นหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ทำให้ระดับการศึกษาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ เช่นเดียวกับการศึกษาก่อนหน้าพบว่า เพศ ช่วงอายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่แตกต่างกัน⁽¹⁷⁻¹⁸⁾

พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการใช้ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมจากสารสกัดหนอนตายหายาก

พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมในการใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกายในระดับมาก เนื่องจากปัจจุบันผู้คนหันมาสนใจเกี่ยวกับการดูแลผิวกายมากขึ้นในทุกเพศทุกวัย ทำให้มีการซื้อขายและมีการพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์มากขึ้น สำหรับช่วงราคาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อยู่ที่ช่วง 101-200 บาท โดยราคาของผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกายจะขึ้นอยู่กับตราสินค้า และมีราคาที่หลากหลายในท้องตลาด สอดคล้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อครีมบำรุงผิวกายเพื่อป้องกันแสงแดดในกลุ่มตัวอย่าง 400 คน เผยปัจจัยด้านราคาโดยภาพรวมอยู่ในระดับที่มีความสำคัญมาก ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ราคาถูกหรือเป็นราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมีความสำคัญมากต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเพื่อบำรุงผิวหน้าสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครสำหรับการเลือกขนาดบรรจุ ของผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายที่ 251-400 มล. เนื่องจากเป็นปริมาณที่บรรจุขวดใหญ่ ใช้ได้ประมาณ 1 เดือน ในส่วนเนื้อผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เลือกใช้เนื้อโลชั่น มากกว่าเนื้อครีม เนื้อเซรัม เนื้อนํ้านม และเนื้อเจล อีกทั้งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายจากร้านขายเครื่องสำอางตามสถานที่ทั่วไป สอดคล้องกับการศึกษาก่อนหน้านี้ของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายจากร้านขายเครื่องสำอางและห้างสรรพสินค้า⁽⁹⁾ นอกเหนือจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายจากช่องทาง การรีวิวผ่านอินเทอร์เน็ต มากที่สุด อธิบาย สอดคล้องกับการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายของลูกค้าในจังหวัดอุบลราชธานีจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางทางระบบอินเทอร์เน็ตมากที่สุด⁽¹⁵⁾ อีกทั้งข้อมูลการสำรวจการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2563 จากสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ที่ต้องการทราบถึงจำนวนประชาชนที่ใช้โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ และพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีต่าง ๆ พบว่าเมื่อพิจารณาแนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตและคอมพิวเตอร์ ในช่วงระหว่าง ปี 2559-2563 พบว่า ในระยะเวลา 5 ปีนี้ ประเทศไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น โดยผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 47.5 (29.8 ล้านคน) ในปี 2559 เป็นร้อยละ 77.8 (49.7 ล้านคน) ในปี 2563 ในขณะที่สัดส่วนของผู้ใช้คอมพิวเตอร์มีแนวโน้มลดลงในปี 2559 ถึง 2562 แต่ในปี 2563 เพิ่มขึ้นเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 26.4 (16.8 ล้านคน)⁽⁸⁾ จากข้อมูลนี้เป็นการยืนยันให้เห็นว่าผู้ประกอบการต้องวางแผนการตลาดออนไลน์อย่างจริงจัง ควบคู่การรักษามาตรฐานสินค้าและมีราคาซื้อที่คนทั่วไปสามารถจับต้องได้ ประเด็นความถี่ของการซื้อ

ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย พบว่า มีการซื้ออยู่ที่ 1 ครั้ง/เดือน มากที่สุด คล้ายกับงานวิจัยอื่นที่มีระยะเวลาการใช้ อยู่ที่ 30 วัน จึงซื้อใหม่อีกครั้ง^(13,19) ขณะที่งานวิจัยสำรวจกำลังของผู้ซื้อสมุนไพรแปรรูป เช่น เครื่องสำอาง จาก ผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ชุด พบว่า ผู้ซื้อที่มีความถี่ของการซื้อที่น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน และมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อ ครั้งต่ำกว่า 500 บาท⁽¹⁹⁾ งานวิจัยนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย แต่ละครั้งอยู่ในช่วงราคาเฉลี่ยครั้งละ 299-400 บาท คล้ายคลึงกับงานวิจัยเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าออร์แกนิก และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ของผู้บริโภค พบว่า ค่าใช้จ่ายต่อการซื้อในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ส่วนบุคคลอยู่ที่ช่วงราคาครั้งละต่ำกว่า 1,000 บาท⁽²⁰⁻²¹⁾ ในขณะที่การศึกษากลยุทธ์การตลาดสำหรับ ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก (Organic Product Marketing) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจากกลุ่มตัวอย่าง 129 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับผิวหน้า โดยมีงบประมาณในการซื้อต่อครั้งที่อยู่ที่ 1,001-2,000 บาท จำนวน 1 ครั้งต่อเดือน⁽²²⁾ ซึ่งจัดได้ว่าค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับผลงานวิจัยชิ้นนี้ ทั้งนี้ระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ในการซื้อสินค้าต่อเดือนของผู้บริโภค อย่างไรก็ตามปัจจัยด้านราคากับคุณภาพยังคงเป็น สิ่งที่ต้องพิจารณาควบคู่กันเสมอ⁽²⁰⁾ ในส่วนความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการให้ความสำคัญของผลิตภัณฑ์บำรุงผิว กายนั้น พบว่าอาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญในผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกายแตกต่างกัน โดยอาชีพนักเรียนนิสิตนักศึกษา และรับจ้าง ส่วนใหญ่เห็นความสำคัญของผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกายในระดับมาก ในขณะที่อาชีพข้าราชการ/พนักงาน ของรัฐ ธุรกิจส่วนตัว และแม่บ้าน ส่วนใหญ่เห็นความสำคัญของผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกายในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาชีพ อาจบ่งบอกถึงค่านิยมรายได้ และวิถีการใช้ชีวิตที่แตกต่างกันอาจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อได้⁽²³⁾ ทั้งนี้หาก ผู้ประกอบการต้องการวางแผนการตลาดเพื่อจำหน่าย ควรเน้นราคาให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ซึ่งอยู่ที่ช่วง 101-200 บาท ต่อขนาด 251-400 มล. และยังคงวางจำหน่ายได้ตามร้านขายเครื่องสำอางทั่วไปแต่ต้องเน้นการประชาสัมพันธ์เชิง รุกในรูปแบบออนไลน์

ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะงานวิจัย คือ การศึกษครั้งนี้เป็นเพียงการศึกษาในจังหวัดนครศรีธรรมราช เท่านั้น ดังนั้นการศึกษารังต่อไปควรศึกษาเปรียบเทียบในแต่ละพื้นที่เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายเพื่อใช้การ วางแผนการตลาดที่ครอบคลุมมากขึ้น

ข้อสรุป

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคเห็นความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายในระดับมาก ที่ช่วงราคา 101-200 บาท ขนาดบรรจุ 251-400 มล. เนื้อผลิตภัณฑ์แบบโลชั่น รู้จักผลิตภัณฑ์จากการรื้อผ่านอินเทอร์เน็ต อัตราการซื้อใช้ 1 ครั้ง/เดือน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 100-399 บาท ซึ่งสอดคล้องกับวิถีการชีวิตของผู้บริโภคในปัจจุบันที่ ต้องการความรวดเร็ว และตอบสนองความต้องการได้ตลอดเวลา ดังนั้นผู้ประกอบการที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย ทั้งในระบบออนไลน์และร้านขายเครื่องสำอางทั่วไป ควรมีกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายหลัก ดังกล่าวโดยการขายสินค้าในราคาที่กลุ่มลูกค้าสามารถซื้อได้และให้ตรงกับความต้องการผู้บริโภค

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณอาสาสมัครทั้ง 200 ท่าน ผู้ให้ข้อมูลและความร่วมมือในการวิจัยครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงไปได้ ด้วยดี

ตาราง ภาพ และแผนภาพ

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบุคคล (n=200)

หัวข้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	83	41.50
หญิง	117	58.50
2. อายุ (ปี)		
20-29	79	39.50
30-39	39	19.50
40-49	47	23.50
50-60	35	17.50
3. สถานภาพ		
โสด	83	41.50
สมรส	93	46.50
ม่าย/หย่าร้าง	24	12.00
4. อาชีพ		
นักเรียนนิสิตนักศึกษา	55	27.50
ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	14	7.00
ธุรกิจส่วนตัว	53	26.50
รับจ้าง	60	30.00
แม่บ้าน	13	6.50
อื่น ๆ	5	2.50
5. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	73	36.50
10,000-15,000 บาท	80	40.00
15,001-20,000 บาท	38	14.00
20,001-25,000 บาท	14	7.00
25,001-30,000 บาท	5	2.50
30,000 ขึ้นไป	-	-

ตารางที่ 2 ระดับความพึงพอใจผู้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมจากสมุนไพรหนอนตายหยาก

ความพึงพอใจผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย ที่มีส่วนผสมจากสมุนไพรหนอนตายหยาก	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	เกณฑ์การ ประเมิน
1. ความน่าใช้ของเนื้อโลชั่นเมื่อแรกเห็น	3.82	0.90	มาก
2. กลิ่นของผลิตภัณฑ์	4.51	0.76	มากที่สุด
3. สีของผลิตภัณฑ์	3.85	0.98	มาก
4. ความไม่เหนอะหนะของผลิตภัณฑ์	3.98	0.78	มาก
5. การกระจายตัวของเนื้อโลชั่นเข้าสู่ผิว	4.19	0.78	มาก
6. ความชุ่มชื้นต่อผิว	4.29	0.80	มาก
7. การซึมซาบผ่านผิวหนัง	4.24	0.83	มาก
รวม	4.13	0.87	มาก

ตารางที่ 3 ความแตกต่างของความพึงพอใจผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมจากสมุนไพรหนอนตายหยาก
จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	$\bar{x}$	SD	t	p-value
หญิง	117	4.22	0.59	2.594	0.01*
ชาย	83	3.99	0.65		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p \leq 0.05$ ตารางที่ 4 ความแตกต่างของความพึงพอใจผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมจากสมุนไพรหนอนตายหยาก
จำแนกตามอายุ

อายุ	SS	df	MS	F-test	p-value
ระหว่างกลุ่ม	3.20	3	1.07	2.81	0.04*
ภายในกลุ่ม	74.35	196	0.38		
รวม	77.54	199			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p \leq 0.05$

ตารางที่ 5 พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมในการใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย (n=200)

พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมในการใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกายมีความสำคัญกับท่านมากเพียงใด		
น้อยที่สุด	17	8.50
น้อย	27	13.50
ปานกลาง	48	24.00
มาก	67	33.50
มากที่สุด	41	20.50
2. ช่วงราคาผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย ที่ท่านตัดสินใจซื้อ		
ไม่เกิน 100 บาท	79	39.50
101-200 บาท	80	40.00
201-500 บาท	37	18.50
501 บาทขึ้นไป	4	2.00
3. ขนาดบรรจุ (ปริมาณ) ของผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายที่ท่านต้องการ/เลือกใช้		
น้อยกว่า 250 มล.	112	56.00
251-400 มล.	40	20.00
401-600 มล.	9	4.50
601 มล. ขึ้นไป		
4. เนื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายที่ท่านเลือกใช้		
Cream เนื้อครีม	34	17.00
Lotion โลชั่น (เนื้อเบากว่าครีม)	105	52.50
Emulsion เนื้อนํ้านม	41	20.50
Moisturizing gel เจล	14	7.00
Serum เซรั่ม	6	3.00
5. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายจากแหล่งใด		
เคาน์เตอร์/แผนกเครื่องสำอางจากห้างสรรพสินค้า	15	7.50
ร้านขายเครื่องสำอางตามสถานที่ทั่วไป	71	35.50
สั่งซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต	57	28.50
7-Eleven	48	24.00
อื่น ๆ	9	4.50
6. ท่านรู้จักผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายจากช่องทางใด		
ร้านขายเครื่องสำอางโดยตรง	58	29.00
การรีวิวผ่านอินเทอร์เน็ต	96	48.00
การบอกต่อจากคนรู้จัก	35	17.50
โฆษณาทางโทรทัศน์	11	5.50

ตารางที่ 5 พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมในการใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย (n=200) (ต่อ)

พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมในการใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
7. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายบ่อยแค่ไหน		
1 ครั้ง/เดือน	86	43.00
2 ครั้ง/เดือน	72	36.00
3 ครั้ง/เดือน	29	14.50
4 ครั้ง/เดือน	13	6.50
8. ท่านเสียค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่าไรในการซื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายแต่ละครั้ง		
ต่ำกว่า 100 บาท	79	39.50
100-399 บาท	45	22.50
400-699 บาท	6	3.00
700-999 บาท	4	2.00
มากกว่า 1,000 บาท		

ตารางที่ 6 เปรียบเทียบการให้ความสำคัญของผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกายจำแนกตามอาชีพของผู้บริโภค

ความสำคัญ ของผลิตภัณฑ์ บำรุง ผิวกาย	อาชีพ							Asymp Sig
	นักเรียน นิสิต นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ	ธุรกิจ ส่วนตัว	รับจ้ ้ง	แม่บ้าน	อื่นๆ	รวม	
น้อยที่สุด	3	0	4	9	0	1	17	≤0.001 **
น้อย	5	1	9	11	1	0	27	
ปานกลาง	5	5	18	13	6	1	48	
มาก	22	4	16	21	4	0	67	
มากที่สุด	20	4	6	6	2	3	41	
รวม	55	14	53	60	13	5	200	

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p \leq 0.001$

เอกสารอ้างอิง

1. Chotisuwan, N. (2019). **Classification of people by skin color and natural human skin color in regions of the world**. ค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2567, จาก <https://sites.google.com/a/thk.ac.th/krufonnaka/kar-canaek-khn-tam-si-piwiw>.
2. Penprapai, P., et al. (2018). **The Development of Coconut oil with Extracted *Curcuma Xanthorrhiza* Roxb. Extracts for Face Cream**. Nakhon Si Thammarat: Rajamangala University of Technology Srivijaya.
3. Loahaprapanon, S., et al. (2018). An Investigation on the Antibacterial and Antibiofilm Efficacy of a Traditional Thai Herbal Recipe (THR 01) against Clinical Isolates of Methicillin Resistant *Staphylococcus Aureus* (MRSA) and *Staphylococcus epidermidis*. **International Journal of Agricultural Technology**, 14(3), 325-332.
4. Loahaprapanon, S., et al. (2019). Wisdom of the Southern Folk healer for Treating Wounds due to Snake Venom and Infectious Wounds. **The 7 th Academic Science and Technology Conference 2019**. 941-951. ค้นเมื่อ 24 มกราคม 2566, จาก <https://drive.google.com/file/d/1CiyUmGTqhvoYBaQmvilpqPDd8YQlpkLE/view>.
5. Thongrod, S., and Yincharoen, K. (2017). Antibacterial of a Traditional Thai Herbal Recipe (THR 01) against *Staphylococcus epidermidis*. **Journal of Agricultural Technology**, 13(1), 31-36.
6. Laohaprapanon, S., and Jitjum, S. (2021). **The development of lotion from THR 01 herbal recipe extracts**. Nakhon Si Thammarat: Rajamangala University of Technology Srivijaya.
7. Laohaprapanon, S., et al. (2024). Evaluation of In Vitro Antioxidant Activities and Toxicity Effects of a Novel Plant-Based Body Lotion from Thai Medicinal Plants. **Tropical Journal of Natural Product Research**, 8(2), 6197-6203.
8. National Statistical Office. (2020). **Summarize important results of the survey on the use of information and communication technology in the household 2020**. ค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2567, จาก <https://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/ด้านICT/เทคโนโลยีในครัวเรือน/2563/Pocketbook63.pdf>.
9. Mitpratan, N. (2011). **Factors affecting purchasing behaviors of sun protection body lotion among consumers in Bangkok**. [Master's thesis, Srinakharinwirot University]. ค้นเมื่อ 13 กุมภาพันธ์ 2567, จาก http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Mark/Nuntawal_M.pdf.
10. Hair, F. J., et al. (2014). **Overview of Multivariate Methods**. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
11. สมเกียรติ รุ่งนิรัติศัย. (2554). **การศึกษาเปรียบเทียบลักษณะผลิตภัณฑ์และความพึงพอใจการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแพทย์**. สารนิพนธ์บธ.ม. (การตลาด) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
12. Sofongthong, P. (2015). **Marketing Mix Factors, Awareness of Aesthetic Health Care and Perception of Differences, which affect Decision to purchase Facial Creams**. [Master's thesis, Bangkok University]. ค้นเมื่อ 13 กุมภาพันธ์ 2567, จาก <http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/4546/3/poonyisa.somf.pdf>.

13. Tewa, K., et al. (2017). **Satisfaction Study on Wan – Nang - Kham Lotion**. [Bachelor's thesis, Ubon Ratchathani Rajabhat University]. ค้นเมื่อ 8 กุมภาพันธ์ 2567, จาก https://drive.google.com/file/d/1ZlooTk9-3ahUcuj_7gznd4hUjL_EnZvHS/view.
14. Kabara, J. J. (2018). Chemistry and biology of monoglycerides in cosmetic formulations. In Glycerine (pp. 311-344). CRC Press.
15. Kraikangwarn, T. (2018). **Purchasing decision-making of body sunscreen cream of customers in ubonratchathani province**. [Master's thesis, Ubon Ratchathani University]. ค้นเมื่อ 6 กุมภาพันธ์ 2567, จาก http://www.esanpedia.oar.ubu.ac.th/e-research/sites/default/files/Thanisorn_Kraikangwarn.pdf.
16. Traikulnipat, N. (2016). **Factors Influencing Consumer Choice of Sun Screen products in The Bangkok metropolitan Area**. [Master's thesis, Thammasat University]. ค้นเมื่อ 13 กุมภาพันธ์ 2567, จาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5802031723_5201_3930.pdf
17. Thanacharoenkit, K., and Tilokavichai, V. (2017). Factors Affecting Consumer's Buying Decisions of Facial Cream in Bangkok Metropolis. **The National and International Graduate Research Conference 2017**. 1340-1351.
18. Diawtrakul, J., et al. (2023). Factors Actors Affecting the Trends of Facial Cream Purchasing Behaviors of Working-Age Consumers in the Bangkok. **International Journal of Social Science and Human Research**. 6(2), 1299-1304.
19. Nakornchaikun, K. (2017). Marketing Factors affecting Customer's Behavior of Processed Herbal Products in Ubon Ratchathani. **Journal of Management Science, Ubon Ratchathani University**, 6(12), 28-42.
20. Sukkam, C. (2017). **Factors affecting online shopping decision behavior of consumers in muang district, nakhonpathom**. [Master's thesis, Silpakorn University]. ค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2567, จาก <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1693/1/59602308.pdf>.
21. Thongsanit, J., et al. (2019). The Factors That Influence Purchase Decisions of Consumers In Bangkok To Organic Skin Care Products. **Humanities and Social Sciences Journal Southeast Asia University**, 3(2), 9-19.
22. Wimonchart, S. (2018). **The Marketing of Organic Product that affect the purchasing of customers in Bangkok Metropolitan Region: Studied Case of Beauty and Personal Care Product**. [Master's thesis, Bangkok University]. ค้นเมื่อ 17 กุมภาพันธ์ 2567, จาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3604/3/siriwan_wimo.pdf
23. Zhou, Z. (2019). **Factors Affecting buying decision om souvenirs of fit Chinese tourists in Muang district, Chiangmai**. [Master's thesis, Maejo University]. ค้นเมื่อ 30 เมษายน 2567, จาก <http://ir.mju.ac.th/dspace/bitstream/123456789/150/1/6006401002.pdf>.