



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

พฤติกรรมของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ในเขตกรุงเทพมหานคร

CONSUMER BEHAVIOR OF ALOE VERA SHAMPOO IN BANGKOK

ของ

นางสาวนงนุช สถาพรชัยสิทธิ์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน พ.ศ. 2536



T097993

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

ว.นงนุช สถาพรชัยสิทธิ์

, 16/11/36

(อาจารย์บรรเลง ศรีพัฒนทัต)

กรรมการปัญหาพิเศษ

ส.วิจิตร ตรีวิจิตร

, 16/11/36

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์)

หัวหน้าภาควิชา

น.นงนุช สถาพรชัยสิทธิ์

, 16/11/36

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตยา สิทธิโชค)

ปพ.

ช 139 พ

2536

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน 97993
วันเดือนปี 16 JUN 1993

ปพ.

ช 139 พ

2536

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

พฤติกรรมของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ในเขตกรุงเทพมหานคร

CONSUMER BEHAVIOR OF ALOE VERA SHAMPOO IN BANGKOK

โดย

นางสาวนงนุช สถาพรชัยสิทธิ์

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2536

คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยด้วยความกรุณาจากอาจารย์บรรเลง ศรีพัฒนัย ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ และอาจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ กรรมการปัญหาพิเศษ ที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำ ตลอดจนแก้ไขและตรวจทาน จนเสร็จสมบูรณ์ ขอขอบคุณ คุณสุภาภรณ์ สุขตลอดชีพ และคุณพุ่มมาศ สุขตลอดชีพ จากบริษัทสมุนไพรสุภาภรณ์ ที่ได้อนุเคราะห์ด้านข้อมูล และขอขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกคน แจ๋ จื่อ ยู่ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการเก็บข้อมูล

สุดท้ายนี้ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ที่คอยเป็นกำลังใจให้ คอยเป็นห่วง เป็นใยตลอดมาไม่ว่าจะเป็นงานชิ้นใดก็ตาม ขอขอบคุณค่ะ

นนุช สถาพรชัยสิทธิ์

พฤศจิกายน 2536

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : พฤติกรรมของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้
ในเขตกรุงเทพมหานคร
โดย : นางสาวนงนุช สถาพรชัยสิทธิ์
ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจ เกษตร)
สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจ เกษตร
อาจารย์ที่ปรึกษาบัณฑิตพิเศษ : วทันย นริศกุล, 16/พ.ศ. 2536
(บรรเลง ศรีพัฒนชัย)

ปัจจุบันอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคในประเทศไทย เริ่มมีการพัฒนามากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าประเภทแชมพูนับว่าเป็นสินค้าประเภทหนึ่งที่มีการแข่งขันกันสูงในตลาด มีการปรับปรุงคุณภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และสารสกัดบางชนิดของผลิตภัณฑ์แชมพูเหล่านี้ไม่สามารถช่วยบำรุงรักษาเส้นผมได้ในระยะยาว เช่นเดียวกับสารสกัดจากสมุนไพร โดยเฉพาะสมุนไพรว่านหางจระเข้ ซึ่งเป็นสมุนไพรที่สามารถบำรุงรักษาเส้นผมให้มีสุขภาพดีขึ้นในระยะยาวได้ อีกทั้งว่านหางจระเข้ยังเป็นพืชเศรษฐกิจชนิดใหม่ที่เป็นที่สนใจปลูกเพื่อส่งโรงงานอุตสาหกรรมเป็นอาชีพเสริมอาชีพหนึ่งของเกษตรกร นอกจากนี้สมุนไพรว่านหางจระเข้ที่นำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ นั้น ในตลาดปัจจุบันเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ น้อยมากหากเปรียบเทียบกับแชมพูทั่ว ๆ ไป อาจเนื่องจากผู้บริโภคที่ใช้ผลิตภัณฑ์มักจะทราบถึงสรรพคุณของสมุนไพรว่านหางจระเข้แล้ว อย่างไรก็ตามราคาของผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ในตลาดระดับกลางถึงตลาดระดับบนนับว่าสูงมาก รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ยังไม่สวยงาม ซึ่งส่วนนี้น่าสนใจที่จะทำการศึกษาเพื่อทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ ตลอดจนทัศนคติของผู้บริโภค

การศึกษาในครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 120 ตัวอย่าง โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 6 กลุ่มรายได้รายได้เป็นเกณฑ์ ในกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวแบ่งสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง 80% ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และเป็นเพศชาย 20% ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีอายุอยู่

ในช่วง 18-23 ปี สถานภาพเป็นโรค มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้จากซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป ขนาดบรรจุที่เลือกซื้อคือขนาดกลาง (220 ซี.ซี.) และจะซื้อประมาณ 1-2 ขวด ในแต่ละครั้ง ยี่ห้อที่ซื้อประจำคือ ชันสมายด์ สาเหตุที่ซื้อยี่ห้อนี้เป็นประจำเนื่องจากเชื่อในคุณภาพ ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะรู้สึกเฉย ๆ ต่อผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ผู้บริโภคไม่ใช้ผลิตภัณฑ์เป็นประจำ ส่วนผู้ที่ใช้เป็นประจำใช้ระยะเวลา มากกว่า 1 ปีขึ้นไป ยี่ห้อที่ใช้เป็นประจำ คือ ชันสมายด์ ประเภทผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้และไบเมทรูต ผู้ใช้ส่วนใหญ่จะใช้นาน ๆ ครั้ง สาเหตุที่ใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อต้องการบำรุงสุขภาพของเส้นผม และจะมีบุคคลอื่นในครอบครัวที่ใช้ผลิตภัณฑ์ด้วย ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์จากเพื่อนและญาติแนะนำ หากหาซื้อยี่ห้อที่ใช้ประจำไม่ได้มักเปลี่ยนไปซื้อยี่ห้ออื่นแทน เมื่อมีการลดราคา และแจกแถม ของยี่ห้ออื่นผู้บริโภคยังคงใช้ยี่ห้อเดิม แต่เมื่อยี่ห้อที่ใช้ประจำมีการลดราคา และแจกแถม ผู้บริโภคจะซื้อเพิ่มขึ้นหากผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีกว่าแชมพูทั่ว ๆ ไป ผู้บริโภคจะไม่ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นเลย ประสิทธิภาพในการรักษาเส้นผมเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคมุ่งถึงในการเลือกใช้ ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้มีประสิทธิภาพในการช่วยป้องกันผมร่วง สภาพผมที่เหมาะสมที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ คือ สภาพผมที่ร่วงเป็นประจำ และผู้บริโภคไม่ทราบว่าผลิตภัณฑ์มีสรรพคุณตามคำโฆษณาหรือไม่ ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับคุณภาพ ขนาดบรรจุที่มีความเหมาะสม แต่รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ควรมีการปรับปรุง และผู้บริโภคมีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้มีผลต่อสภาพของเส้นผมในการบำรุงรักษาเส้นผมให้มีสภาพดีขึ้น

จากการศึกษา ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ผลิตคือ ด้านผลิตภัณฑ์ควรมีการแจ้งให้ ผู้บริโภคได้ทราบและระมัดระวังถึงอาการแพ้ที่อาจเกิดขึ้นกับผู้บริโภคบางราย นอกจากนี้ควรมีการ าสักกลิ่นที่สกัดจากธรรมชาติ ตลอดจนการพัฒนาประเภทของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับสภาพเส้นผม ต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ส่วนทางด้านหีบห่อควรมีการปรับปรุงให้สวยงามและเป็นที่ดึงดูดใจมากขึ้น ด้านราคาควรมีการส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกว่านหางจระเข้มากขึ้น เพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบที่ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีราคาแพง หรือควรผลิตผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะ ครอบงำจริง คือใช้วัตถุดิบที่เหลือจากการผลิตว่านหางจระเข้ไปทำผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้เป็นการใช้วัตถุดิบอย่างคุ้มค่า ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ผลิตบาง รายควรมีการเพิ่มการจัดจำหน่ายในระบบขายตรงเพราะสามารถทำให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงสรรพคุณ

ของผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น ด้านการส่งเสริมการขาย ควรมีการวางแผนการและดำเนินการ เกี่ยว
กับการส่งเสริมการขายให้มากขึ้น เพื่อจะทำให้สามารถได้รับส่วนแบ่งในตลาดเพิ่มขึ้น ส่วนข้อ
เสนอแนะสำหรับผู้บริโภคนั้น ผู้บริโภคควรจะต้องลองใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่าน-
หางจระเข้ในปริมาณน้อยก่อนหากไม่ทราบว่ามีอาการแพ้สมุนไพรชนิดนี้หรือไม่ และควรระวังและ
อย่างหลงเชื่อการโฆษณาชวนเชื่อถึงสรรพคุณลักษณะที่เกินความจริง เพื่อไม่ให้ถูกเอาัดเอา
เปรียบจากผู้ผลิตที่หวังผลประโยชน์ส่วนตัวเพียงอย่างเดียว

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตการศึกษา	4
นิยามศัพท์	4
การตรวจเอกสาร	5
วิธีการศึกษา	8
บทที่ 2 ความรู้ทั่วไป	10
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับแชมป์	10
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับว่านหางจระเข้	11
การปลูกว่านหางจระเข้	14
ขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้	17
การดำเนินงานด้านการตลาด	18
ด้านผลิตภัณฑ์	18
ด้านราคา	19
ด้านการจัดจำหน่าย	19
ด้านการส่งเสริมการตลาด	21
บทที่ 3 ผลการศึกษา	22
ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค	22
พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้	26
ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้	37

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้	42
บทที่ 4 สรุปและข้อเสนอแนะ	49
สรุป	49
ข้อเสนอแนะ	51
เอกสารอ้างอิง	54
ภาคผนวก	55

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 อายุ	23
2 สถานภาพ	24
3 ระดับการศึกษา	24
4 อาชีพ	25
5 การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้	26
6 สถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้	27
7 ขนาดผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ที่ซื้อเป็นประจำ	28
8 จำนวนผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ที่ซื้อในแต่ละครั้ง	28
9 ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ที่ซื้อเป็นประจำ	29
10 สาเหตุที่ซื้อยี่ห้อที่ซื้อเป็นประจำ	30
11 ความชอบในผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้	31
12 ความสม่ำเสมอในการใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้	31
13 ระยะเวลาที่ใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้	32
14 ยี่ห้อของผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ที่ซื้อเป็นประจำ	33
15 ประเภทของผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ที่ซื้อเป็นประจำ	34
16 ความถี่โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้	35
17 สาเหตุของการใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้	36
18 บุคคลอื่นในครอบครัวที่ใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้	37
19 สื่อที่พาให้ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้เป็นครั้งแรก	38
20 การตัดสินใจของผู้บริโภคเมื่อหาซื้อยี่ห้อที่ซื้อเป็นประจำไม่ได้	38
21 การตัดสินใจของผู้บริโภคเมื่อยี่ห้ออื่นลดราคาหรือมีการแจกแถม	39
22 การตัดสินใจของผู้บริโภคเมื่อยี่ห้อที่ซื้อเป็นประจำลดราคาหรือมีการแจกแถม	40

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
23	การตัดสินใจของผู้บริโภคถ้าผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ มีคุณภาพน้อยกว่ายาสระผมทั่วไป	41
24	ปัจจัยที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้	42
25	ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการรักษาเส้นผม	43
26	ความคิดเห็นเกี่ยวกับประเภทของสภาพผมที่เหมาะสม	44
27	ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ตามการใช้งาน	45
28	ความคิดเห็นในด้านราคาเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ	46
29	ความคิดเห็นเกี่ยวกับขนาดบรรจุ	47
30	ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์	47
31	ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ ที่มีต่อสุขภาพของเส้นผม	48

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1	20

การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

อุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคในประเทศไทย เริ่มมีการพัฒนามาแล้วประมาณ 60 ปี ทำให้อุตสาหกรรมประเภทนี้เจริญก้าวหน้ามากกว่าธุรกิจอุตสาหกรรมประเภทอื่น และยังคงพัฒนาอุตสาหกรรมต่อไปอย่างต่อเนื่อง ขนาดของตลาดก็ขยายขอบเขตกว้างขวาง เช่นเดียวกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง ปัจจุบันนี้แทบจะไม่พบสินค้าที่สามารถใช้ได้ครอบจักรวาล แต่จะเป็นสินค้าที่มีคุณสมบัติโดยเฉพาะซึ่งตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้เลือกใช้มากมาย เช่น ผลิตภัณฑ์แชมพูในตลาดนับเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคประเภทหนึ่งที่มีจำนวนของยี่ห้อผลิตภัณฑ์มากมายเข้ามาแข่งขัน ซึ่งแต่ละยี่ห้อพยายามที่จะสร้าง และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค ที่มีลักษณะของเส้นผมที่แตกต่างกันออกไป จึงมีประเภทของแชมพูให้เลือกใช้ตามชนิดของเส้นผม เช่น แชมพูผสมครีมเนวดผม แชมพูสำหรับเปลี่ยนสีผม แชมพูป้องกันรังแคอย่างเดียว แชมพูป้องกันรังแคที่ผสมครีมเนวดผมด้วย รวมทั้งแชมพูสำหรับเส้นผมชนิดต่าง ๆ เช่น แชมพูสำหรับคนผมมัน แชมพูสำหรับคนเส้นผมเล็กละเอียด แชมพูสำหรับคนผมเส้นใหญ่ แชมพูสำหรับคนผมแห้ง เป็นต้น ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตต่างพยายามสร้างสรรค์ขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งสิ้น อย่างไรก็ตามในตลาดแชมพูที่นอกจากจะมีแชมพูทั่วไปที่รู้จักกันตามสื่อต่าง ๆ ที่แสดงต่อสาธารณชนแล้ว ผลิตภัณฑ์แชมพูเหล่านี้ บางชนิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ บางผลิตภัณฑ์ก็เป็นตราผลิตภัณฑ์ของคนไทยเอง แต่สารสกัดต่าง ๆ ที่เป็นส่วนผสมของแชมพูนั้น บางชนิดก็นำเข้าจากต่างประเทศ ที่เป็นตัวยาที่สามารถบำรุงเส้นผมได้เพียงในระยะเวลาดสั้น ๆ คือหลังจากสระแล้วรู้สึกได้ทันทีว่าผมนุ่มขึ้น แต่ไม่สามารถดูแลรักษาเส้นผมในระยะยาวได้ ซึ่งความจริงแล้ว แชมพูที่มีสารสกัดจากสมุนไพร สามารถปลูกได้ในเมืองไทย และสารจากสมุนไพรเป็นตัวยาที่สามารถดูแลและรักษาเส้นผมได้ในระยะยาว หากมีการใช้สมุนไพรนั้นเป็นประจำ โดยเฉพาะว่านหางจระเข้ ซึ่งเป็นสมุนไพรที่มีส่วนช่วยบำรุงหนังศีรษะลดการเกิดรังแค ป้องกันผมร่วงทำให้ผมสีดำนขึ้น ทำให้ผมไม่หงอกก่อนวัย และสำหรับผมมันยังสามารถช่วยลดความมันของเส้นผมได้ (ทักษิณ, 2535) อีกทั้งว่านหางจระเข้เป็นพืชเศรษฐกิจชนิดใหม่ที่มีความสำคัญ เนื่องจากมีเกษตรกรให้ความสนใจปลูกเพื่อส่งโรงงานอุตสาหกรรมเป็น

อาชีพเสริม ทำให้ฐานะความเป็นอยู่ของเกษตรกรมีเสถียรภาพ ดังนั้นแชมป์ที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ นับว่าเป็นสินค้าเกษตรอุตสาหกรรม การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชนิดนี้จึงเป็นการสนับสนุนเกษตรกรไทยผู้เป็นประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศไทย ย่อมเป็นการช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศอีกทางหนึ่ง

นอกจากนี้หากจะเปรียบเทียบแนวทางการโฆษณาระหว่างแชมป์ทั่วไป กับแชมป์ที่ผสมสมุนไพรแล้ว การโฆษณา หรือการประชาสัมพันธ์ของแต่ละยี่ห้อจะแสดงถึงส่วนผสมที่จะสามารถบำรุงรักษาผมให้เงางามแข็งแรง ซึ่งอาจเป็นสารแปลก ๆ ใหม ๆ ที่ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมไม่รู้จักรู้จัก ต้องใช้งบประมาณในการเผยแพร่โดยใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ใช้ทราบถึงสรรพคุณ แต่ในแชมป์ที่ผสมสมุนไพรที่ผู้ใช้รู้จักดี การโฆษณาถึงสรรพคุณจึงไม่จำเป็นต้องอาศัยการโฆษณา เพราะคุณค่าและประโยชน์ของมันมีอยู่ในตัวเองเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายลง เพราะการโฆษณาแต่ละครั้งต้องใช้งบประมาณมาก ดังนั้นรูปแบบ

ของธุรกิจนี้จะมีทั้งที่เป็นระบบขายโดยตรง (DIRECT SALES) เช่น ผลิตภัณฑ์ วี เอ็กซ์เซล เป็นผลิตภัณฑ์จากว่านหางจระเข้ทั้งสิ้น ซึ่งมีทั้งผลิตภัณฑ์ว่านหางจระเข้กระป๋อง หรือผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องสำอางค์ต่าง ๆ โดยคุณวิรัตน์ ศรีอภิรักษ์ ผู้ก่อตั้งบริษัทที่ผลิตผลิตภัณฑ์ วี เอ็กซ์เซล ได้กล่าวถึงผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากว่านหางจระเข้ว่า ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับคนไทย จำเป็นต้องอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจ จนเกิดการทดลองใช้ขึ้น ทำให้ทราบถึงสรรพคุณจากนั้นก็มีการบอกต่อ ๆ กันไป เป็นระบบที่นำสินค้าเข้าสู่ตลาด และเพิ่มยอดขายได้ทางหนึ่ง (ปานทิพย์, 2536) และระบบที่ขายตามห้างสรรพสินค้า หรือร้านค้าทั่วไป เช่น ผลิตภัณฑ์กันแดด, ใบบัว เป็นต้น หากจะเปรียบเทียบความถี่ในการโฆษณา นับว่ามีน้อยกว่าแชมป์ทั่วไปอย่างเช่น แพนทีน, ซันซิล ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีส่วนที่เป็นผลิตภัณฑ์ในระดับครัวเรือนที่เกิดจากการรวมกลุ่มของประชาชน ที่ต้องการเพิ่มรายได้จนเจือครอบครัว ส่วนมากจะจำหน่ายในตลาดระดับล่างลงไป ซึ่งการแย่งชิงส่วนแบ่งในตลาดแชมป์นั้นมากมาย ผลิตภัณฑ์แต่ละยี่ห้อต้องพยายามสรรหากลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อให้เห็นความแตกต่าง และมีจุดเด่นกว่าผลิตภัณฑ์ตัวอื่น สามารถคงอยู่ในตลาดได้ โดยเฉพาะตลาดแชมป์ ซึ่งเป็นสินค้าที่ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมส่วนมากมักไม่ยึดติดอยู่กับตราหรือยี่ห้อ โดยจะเปลี่ยนและทดลองใช้ไปเรื่อย ๆ ถ้าหากสังเกตเห็นด้านราคาแล้ว แชมป์ที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ นี้ มักจะมีราคาแพงกว่าแชมป์ทั่วไป เมื่อเปรียบเทียบในปริมาณที่เท่ากัน อีกทั้งในด้านของบรรจุภัณฑ์

นั้น รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ก็ไม่สวยงาม ไม่เป็นที่ดึงดูดใจเท่าที่ควร ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้ปริมาณของยอดขายไม่สามารถแย่งชิงส่วนแบ่งในตลาดได้มากเท่าที่ควร อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ ยังคงสามารถยืนหยัดในตลาดอยู่ได้ตลอดเวลา ซึ่งส่วนนี้น่าสนใจและน่าศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่อาจเกิดจากความเชื่อ ความเชื่อถือในสรรพคุณของตัวสมุนไพรชนิดนี้ว่ามีประโยชน์อันเป็นพืชที่มีคุณค่าทางสารอาหารสูงมากจนบางคนพากันเรียกว่า พืชมหัศจรรย์

สำหรับในประเทศไทย ยังมีผู้ใช้ไม่ยอมน้อยคนที่จะรู้ถึงคุณค่าของพืชชนิดนี้ เพราะฉะนั้นผลิตภัณฑ์จากว่านหางจระเข้ จึงไม่แพร่หลายเท่าที่ควรจะเป็น แต่เมื่อใดก็ตามที่สามารถกระตุ้นให้คนไทยรู้ถึงคุณค่ามหาศาลในว่านหางจระเข้ได้ โอกาสจะได้เพิ่มส่วนแบ่งในตลาดของธุรกิจด้านนี้ก็จะยิ่งเป็นไปได้อย่างแน่นอน ซึ่งในส่วนของชุมชนที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ นี้ ถือว่าเป็นสินค้าเกษตรอุตสาหกรรมอย่างหนึ่ง ดังนั้นการศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภค จะทำให้ทราบถึงปัญหาที่เกิดจากความต้องการของผู้บริโภคในด้านปัจจัยต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิต อันอาจเป็นผลผลักดันให้อาชีพทางการเกษตรได้รับความนิยมนจากนักธุรกิจ เช่นเดียวกับการลงทุนในด้านอื่น ๆ จนสามารถทำให้การเกษตรของไทยพัฒนาขึ้นมาอีกขั้นหนึ่ง เป็นการสนับสนุนการพัฒนาอาชีพทางการเกษตรให้เจริญรุดหน้าได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้
ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบ ต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสม
ของว่านหางจระเข้ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นและทัศนคติของผู้ใช้ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสม
ของว่านหางจระเข้ในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึง พฤติกรรมของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ทำให้ทราบถึง ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ทำให้ผู้ผลิตทราบถึงความต้องการของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผม เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้น
4. ทำให้ทราบถึง ความคิดเห็นของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ โดยศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร โดยออกแบบสอบถามเฉพาะผู้ใช้ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้เท่านั้น และเพื่อให้การศึกษานี้มีความถูกต้องและมีการกระจายของกลุ่มตัวอย่างมากขึ้น จึงสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างโดยผู้ใช้รายได้ของผู้เลือกใช้ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้เป็นเกณฑ์

นิยามศัพท์

ว่านหางจระเข้ หมายถึง พืชล้มลุกลำต้นสั้น ใบออกเป็นกระจุกที่ปลายลำต้น ใบเดี่ยว รูปยาวปลายแหลมหนาและฉ่ำน้ำ ขอบใบมีหนามแหลม ผิวใบมีจุดด่างขาว ภายในมีรูน้ำใส ช่อดอกออกตรงกลางระหว่างใบ กลีบดอกสีส้มกึ่งแดง ขอบขึ้นในดินปนทราย มีสรรพคุณรักษาโรคได้มากมาย เช่น แผลไฟไหม้ น้ำร้อนลวก บำรุงผม และหนังศีรษะ เป็นต้น (ทัศนีย์, 2535)

ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ หมายถึง น้ำยาที่ใช้ทำความสะอาดเส้นผม ช่วยชะล้างสิ่งสกปรกออกจากเส้นผม ซึ่งเป็นน้ำยาที่มีว่านหางจระเข้ เป็นส่วนผสมโดยผ่านกรรมวิธีทางการผลิตต่าง ๆ จนกลายเป็นผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

พฤติกรรมผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ยาสระผม หมายถึง การกระทำของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อน และเป็นตัวกำหนดให้เกิดการกระทำ

ประชากรตัวอย่าง หมายถึง ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

การตรวจเอกสาร

ปริญญา ทองสุทธิ (2533) ได้ศึกษาสภาวะการปลูกว่านหางจระเข้ของเกษตรกรในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ปีการเพาะปลูก 2533 ได้กล่าวว่า เนื่องจากว่านหางจระเข้มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนไปเป็นพืชเศรษฐกิจตัวใหม่ สามารถนำมาปลูกเพื่อลดความเสี่ยงจากราคาที่ผันผวนของสับปะรด เกษตรกรบางส่วนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จึงได้ปลูกว่านหางจระเข้ เนื่องจากปลูกได้ง่าย ทนต่อสภาพแห้งแล้ง โรคและแมลงศัตรูพืช สามารถปลูกเป็นพืชแซมในสวนผลไม้ได้ และประการที่สำคัญว่านหางจระเข้ ยังมีอนาคตต่อการแปรรูปเข้าสู่ระบบอุตสาหกรรม โดยที่ผลผลิตจากว่านหางจระเข้สามารถนำไปเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ยารักษาโรค เป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเครื่องสำอางค์ ได้แก่ โกลชั่นบำรุงผิว แชมพู สบู่ ครีมนวดผม ครีมกันแดด เป็นต้น และยังใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูปอีกด้วย จากผลการศึกษาศึกษาสามารถสรุปว่า เกษตรกรในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ปลูกว่านหางจระเข้เป็นอาชีพรอง พันธุ์ที่นิยมปลูกคือพันธุ์บาร์บาเดนซิส ส่วนปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการปลูก ได้แก่ ปัญหาการขาดความรู้ในการปลูกว่านหางจระเข้ ปัญหาการขาดแคลนน้ำ และแรงงาน เป็นต้น ปริมาณผลผลิตของว่านหางจระเข้มีแนวโน้มสูงขึ้น เมื่อระยะเวลาในการปลูกเพิ่มขึ้น

นิรนาม (2534) กล่าวว่าไว้ในคู่มือว่านหางจระเข้สมุนไพรมหัศจรรย์จากธรรมชาติ มีใจความถึงการใช้น้ำว่านหางจระเข้รักษาโรคต่าง ๆ ได้มากมาย เช่น แผลไฟไหม้ และน้ำร้อน

ลวก ตลอดจนช่วยบำรุงผมและหนังศีรษะว่ามีสรรพคุณที่ดีจริงจากตัวอย่างที่มีคนหลายเชื้อชาติทดลองใช้มาแล้ว เช่น คนอินเดียแดงในประเทศเม็กซิโกใช้น้ำเมือกว่านหางจระเข้ชโลมผมทั้งหัวจนแห้ง รุ่งเช้าจึงใช้น้ำล้างออก ซึ่งจะทาให้เกิดฟองเล็กน้อย วิธีนี้ทำให้ผมเงางาม ดำขึ้น และหวีง่าย นอกจากนี้เจ้าของร้านเสริมสวยแห่งหนึ่ง ใช้น้ำว่านหางจระเข้ตัดผมให้ลูกค้า โดยเริ่มใช้ตั้งแต่ปี 1973 เธอเรียกว่า "ตัวมหารศค" แต่มีบางคนใช้น้ำว่านหางจระเข้ใส่ผมแล้วเกิดผมร่วง ดังนั้นก่อนใช้จึงควรทดลองดูก่อนว่าตนเองแพ้หรือไม่ และควรใช้แต่บ่อยดูก่อน ที่สำคัญที่สุด ระวังอย่าให้ห่างจากว่านถูกผม เพราะยางว่านจะกัดหนังศีรษะ ว่านหางจระเข้อาจช่วยทำให้ผมดำขึ้น ทำให้ผมงอกช้า แต่ไม่ทำให้ผมตกขึ้น คือ คนที่ผมร่วงจากกรรมพันธุ์ หรือร่วงตามธรรมชาติ เพราะอายุเริ่มมากขึ้นว่านหางจระเข้ไม่มีทางช่วยได้ ดังนั้นจึงอย่าหลงเชื่อคำโฆษณาอวดอ้างจากผู้ผลิตแชมพูว่านหางจระเข้ว่าช่วยแก้หัวล้านได้ ในเมืองไทยจะใช้น้ำเมือกจากใบสดมาใส่ผมแทนน้ำมันใส่ผมเพื่อช่วยบำรุงผมดำขึ้น แต่ชาวฟิลิปปินส์ เขาจะเอาน้ำเมือกจากใบสดไปผสมกับเหล้าก่อน จึงนำมาบำรุงผม ส่วนในมาเลเซียและอินโดนีเซียจะใช้น้ำเมือกจากใบสดไปออกแล้วเติมน้ำพอท่วมยาแห้งทิ้งไว้ 1 คืน แล้วเอาน้ำที่ได้นี้ใส่ผมถือว่าเป็นยาบำรุงผมที่ดีมาก

ทัศนีย์ เมฆอริยะ (2535) กล่าวว่า ใวนคู่มือว่านหางจระเข้ตำรับแพทย์จีน ว่านชีวิตประจำวัน มีสาเหตุ และปัจจัยหลายอย่างส่งผลกระทบกระเทือนต่อสุขภาพของเส้นผม อาทิ เช่น แสงแดด ลมฝุ่นละออง เครื่องเป่าผม การสระผมที่ไม่ถูกวิธีและแม้กระทั่งผู้ที่ทำงานในห้องปรับอากาศ เส้นผมและหนังศีรษะจะแห้งง่าย เป็นต้น การใช้น้ำว่านหางจระเข้ จะช่วยบำรุงหนังศีรษะ ลดการเกิดรังแค ป้องกันผมร่วง และสำหรับผมมันยังสามารถช่วยลดความมันของเส้นผมได้ อดวิธีใช้คือ เทน้ำยาสระผมใส่อุ้งมือ เติมน้ำว่านหางจระเข้ที่ผ่านการกรองด้วยผ้า 2-3 หยด แล้วชะโลมผมจนทั่ว ขยี้เบา ๆ ทิ้งไว้สักครู่แล้วล้างออกให้สะอาด ยืนหยัดทาเช่นนี้ประจำก็จะได้เห็นผล และสำหรับผู้ที่มีการคันศีรษะ รังแคมากหรือกังวลว่าจะมีผมงอก อาจใช้สาลีจุ่มน้ำว่านหางจระเข้แล้วทาลงบนหนังศีรษะ ส่วนผู้ที่มีการแพ้ตามผิวหนังได้ง่าย ก่อนใช้ต้องทดสอบดูก่อน และควรเติมน้ำให้ลดความเข้มข้นลง

นิรนาม (2535) กล่าวว่า นาย อานนท์ เศรษฐเกียรติกร หัวหน้าศูนย์เศรษฐกิจอุตสาหกรรม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กล่าวถึงสู่ทางการผลิตผลิตภัณฑ์ว่านหางจระเข้ ว่า ในปัจจุบันประชาชนได้บริโภคอาหารเสริมบำรุงสุขภาพมากขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์ว่านหางจระเข้ได้รับความนิยม

มากขึ้นด้วย มีการตั้งโรงงานอุตสาหกรรมทั้งในระดับครอบครัว และในระดับโรงงานระดับกลาง ซึ่งส่วนมากอยู่ใน เขตจังหวัดสุพรรณบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งในโรงงานเหล่านี้ จะทำการผลิตผลิตภัณฑ์ว่านหางจระเข้ในรูปแบบของวุ้นหางจระเข้ในน้ำเชื่อม และน้ำว่านหางจระเข้บรรจุกระป๋องจำหน่าย นอกจากนี้ ยังได้นำไปผลิตสบู่ และแชมพู ซึ่งผู้บริโภคเชื่อว่ามีสรรพคุณในการบำรุงผิวและทำให้ผมดกดำ ถ้าพิจารณาในด้านการผลิตแล้วพบว่าโรงงานบางแห่งยังใช้การผลิตไม่เต็มทีวัน 1 เดือนสามารถผลิตได้เพียง 7-10 วัน เท่านั้น เนื่องจากวัตถุดิบไม่เพียงพอ ทำให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยสูง และราคาอยู่ในระดับสูงด้วยทำให้ผู้บริโภคในระดับกลางขึ้นไปเท่านั้น ตลาดภายในประเทศจึงค่อนข้างแคบ ผู้ผลิตจึงมุ่งเน้นไปตลาดต่างประเทศ ซึ่งคาดว่าจะขยายตลาดได้อีกมาก แต่ต้องมีการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ถูกรสนิยมของผู้บริโภคด้วย

นิรนาม (2535) กล่าวไว้ในบทความ "แนวโน้มสินค้า อุปโภค-บริโภคในปี2000" ว่าในปัจจุบันนี้ด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าสินค้าที่เข้าได้ครอบจักรวาลแทบจะไม่มีให้เห็นแล้ว แต่มีสินค้าที่มีคุณสมบัติโดยเฉพาะที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้เลือกใช้มากมาย เช่น ประเภทแชมพู ก็มีแชมพูให้เลือกใช้หลายอย่าง ตลาดเริ่มขยายตัวจากระดับท้องถิ่นมาเป็นตลาดระดับภูมิภาค การแข่งขันมีมากขึ้น ระหว่างบริษัทต่างประเทศที่เข้ามาในธุรกิจไทย ด้วยกัน โดยต่างก็มีเป้าหมายเพื่อต้องการส่วนแบ่งตลาดมากขึ้น การแข่งขันจึงมีให้เห็นอย่างชัดเจน โดยผ่านสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อทางโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ ฯลฯ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันในตลาดท้องถิ่นบางแห่ง ผลิตภัณฑ์ที่ได้ชื่อว่าจะมีส่วนแบ่งตลาดในระดับประเทศน้อยมาก แต่ในระดับท้องถิ่นผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีส่วนแบ่งในตลาดท้องถิ่นสูงกว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนแบ่งสูงสุดในระดับประเทศ จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ในระดับท้องถิ่นยังอยู่ในตลาดได้ เพราะตลาดจะยังมีช่องว่างสำหรับตลาดเล็กตลาดน้อยที่ยังสามารถแทรกตัวอยู่ได้

ปานทิพย์ เปลี่ยนรัมย์ (2536) กล่าวว่า นายวิรัตน์ ศรีอภิรักษ์ ผู้ก่อตั้งโรงงานวี เอ็กซ์เซล โปรดักส์ ผลิตว่านหางจระเข้บรรจุกระป๋องขึ้นที่จังหวัดจันทบุรี ต่อมากิจการขยายจากโรงงานวุ้นกระป๋อง มาเป็นโรงงานผลิตเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้สามารถผลิตสบู่ แชมพู โลชั่นทาหน้า แป้งฝุ่น ฯลฯ ขายควบคู่ไปกับวุ้นกระป๋อง ปรากฏว่าสามารถขายออกขายได้มากเช่นกัน ในการบุกเบิกตลาดสินค้าประเภทนี้ นายวิรัตน์นำผลิตภัณฑ์ วี เอ็กซ์เซล โปรดักส์ เข้าสู่ตลาดโดยระบบไคเร็กซ์เซล คือ การใช้พนักงานขายโดยตรงกับผู้บริโภค ดำเนินกิจการได้

โดยไม่ต้องพึ่งพาห้างสรรพสินค้า และยังไม่จำเป็นต้องมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์มากมายอีกด้วย เป็นธุรกิจที่ขายในลักษณะของการบอกต่อ ๆ กันไป ถึงสรรคุดผู้ที่เลือกซื้อส่วนใหญ่เข้าใจถึงสรรพคุณของสมุนไพรชนิดนี้ดี แต่สำหรับในประเทศไทย จำนวนของผู้บริโภคที่เข้าใจถึงสรรพคุณของว่านหางจระเข้ยังมีอยู่น้อยมาก ทำให้ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ยังไม่เป็นที่แพร่หลายในกลุ่มผู้บริโภคมากเท่าใดนัก

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการออกแบบสอบถามโดย

1.1 การสร้างแบบสอบถาม ทำการสร้างแบบสอบถาม เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบบสอบถามที่จัดทำสำหรับการศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

ซึ่งนำไปทำการทดสอบแบบสอบถาม จำนวน 10 ชุด แล้วนำข้อมูลที่ได้กลับคืนมาปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ และถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

1.2 การกำหนดขนาดของการเลือกตัวอย่างในที่นี้ ผู้ศึกษาจะใช้การเลือกตัวอย่างแบบโควตา (QUOTA SAMPLING) จำนวน 120 ตัวอย่าง โดยใช้ระดับรายได้เป็นเกณฑ์ และกำหนดตัวอย่างที่จะสอบถามดังนี้

ระดับรายได้ (บาท)	จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง (ตัวอย่าง)
ต่ำกว่า 2,501	20
2,501 - 4,500	20
4,501 - 6,500	20
6,501 - 8,500	20
8,501 - 10,500	20
มากกว่า 10,500	20
รวม	120

ในการสุ่มตัวอย่าง เพื่อให้มีความกระจายในกลุ่มตัวอย่างมากขึ้น จึงเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง 80% ของจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และเพศชาย 20% ของจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากจำนวนผู้ขายสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ดังนั้นจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงจึงเท่ากับ 96 ตัวอย่าง และเพศชาย 24 ตัวอย่าง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ บทความ เอกสารต่าง ๆ ผลงานวิจัย และจากหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจะวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และนำเอาข้อมูลต่าง ๆ ที่เก็บรวบรวมได้นั้นมาศึกษา และวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยนำข้อมูลเหล่านั้นมาจัดหมวดหมู่ ทำตารางวิเคราะห์ และหาค่าร้อยละ

บทที่ 2

ความรู้ทั่วไป

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับแชมพู

ประวัติความเป็นมาของแชมพู (ก่อเกียรติ , 2527 : 7)

ตามประวัติคำว่า "แชมพู" มาจากคำในภาษาฮินดู แปลว่า "คั้นหรือบีบรัด" ซึ่งไม่มีหลักฐานปรากฏว่ามนุษย์เริ่มรู้จักการใช้น้ำแชมพูมาตั้งแต่เมื่อใด จากการค้นคว้าพบว่าสิ่งที่ใช้ทำความสะอาดเส้นผม คือ สบู่ก้อนธรรมดาที่ใช้ทำความสะอาดร่างกาย (cake of soap) ต่อมาได้มีการดัดแปลงรูปแบบของสบู่ที่ใช้ฟอกหรือสระผมให้เป็นวัตถุเหลว โดยทำจากสบู่ชนิดอ่อนที่ละลายน้ำได้ (water soluble soap) เรียกกันว่า "แชมพูสบู่" ซึ่งข้อเสียของการใช้น้ำแชมพูสบู่ก็คือโคลสบู่ (soap acum) จะเกาะเส้นผม ทำให้ผมเหนียวหยาบกระด้าง ไม่มีเงา ต่อมาในปี 2475 นักเคมีได้ค้นพบว่าสารซักฟอก (detergent) ใช้ทำความสะอาดเส้นผมได้ดีกว่า สารนี้จึงได้รับความนิยมอย่างสูง มีการนำมาใช้น้ำแชมพูแทนแชมพูสบู่ และมีการวิวัฒนาการก้าวหน้าเป็นลำดับ มีการเพิ่มเติมส่วนผสมอื่นๆ (additive) และเพิ่มชนิดหรือประเภทของแชมพู เพื่อสนองความต้องการของผู้ใช้มากขึ้น

ความรู้เกี่ยวกับเส้นผม

เส้นผม คือ สิ่งมีชีวิตที่เจริญเติบโตบนศีรษะของเรา ประกอบด้วยอนุของ เคอราติน (Keratin) ถึง 97% ปกติแล้วคนทั่วไปจะมีเส้นผมประมาณ 1 แสนเส้น ผมจะหลุดร่วงในอัตรา 80-100 เส้นต่อวัน และจะขึ้นมาแทนที่ตลอดเวลา ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอายุ สุขภาพ อาหารการกินและการใช้น้ำแชมพู ทั้งนี้ลักษณะของเส้นผมของแต่ละคนจะแตกต่างกันไป โดยขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ เช่น เพศ วัย สิ่งแวดล้อม อาหารการกินและกรรมพันธุ์ ลักษณะของเส้นผมถ้าแบ่งตามเนื้อเยื่อได้ 3 แบบ คือ ผมหยาบ ผมธรรมดา และผมละเอียด หากแบ่งตามความหนาแน่นได้ 2 แบบ คือ ผมบางและผมหนา

ลักษณะของแชมป์

ในตลาดปัจจุบันจะพบว่า มีแชมป์มากมายหลายชนิดหลายยี่ห้อที่พยายามคิดค้นด้วยยาหรือสารเคมีต่าง ๆ ที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งต่างก็ประสงค์ปรารถนาให้ผู้บริโภคทราบถึงสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ของตนกันอย่างเต็มที่ เพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาด (market share) อย่างไรก็ตาม สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้กำหนดว่าแชมป์ที่ดีควรจะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. ง่ายต่อการใช้ สามารถกระจายบนเส้นผมได้ทั่วศีรษะและให้พองมาก
2. พองต้องกระจายได้ทั่วถึง มีความหนืดและอยู่ตัวในเวลาสระพอสมควร
3. ชาร์จล้างได้ง่ายและล้างออกได้รวดเร็ว
4. ขณะที่ผมยังเปียกอยู่ก็สามารถหวีได้ง่าย
5. ทำให้ผมเป็นประกายเงางามหลังสระเสร็จแล้ว
6. ทำให้ผมแห้งได้เร็ว
7. ง่ายต่อการหวีและตกแต่งเมื่อผมแห้ง
8. ปลอดภัยต่อเส้นผมและหนังศีรษะ

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับว่านหางจระเข้

ประวัติและความเป็นมา (ทัศนีย์ , 2535)

ว่านหางจระเข้เป็นต้นพืชที่มีเนื้ออุ่มอวบ จัดอยู่ในตระกูลลิเลียม (LILIUM) แผลงกำเนิดดั้งเดิมอยู่ในแถบชายฝั่งทะเลเมดิเตอร์เรเนียนและบริเวณตอนใต้ของทวีปอาฟริกา พันธุ์ของว่านหางจระเข้มีมากมายกว่า 300 ชนิด ซึ่งมีทั้งพันธุ์ที่มีขนาดใหญ่มากไปจนถึงพันธุ์ที่มีขนาดเล็กกว่า 10 เซนติเมตร ลักษณะพิเศษของว่านหางจระเข้คือ มีใบแหลมคล้ายกับเข็ม เนื้อหนาและเนื้อใบมีเมือกเหนียว ว่านหางจระเข้ออกดอกในช่วงฤดูหนาว ดอกจะมีสีต่าง ๆ กัน เช่น เหลือง ขาว และแดง เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพันธุ์ แต่เดิมว่านหางจระเข้เดิมเป็นพืชที่ขึ้นในเขตร้อนต่อมาได้ถูกนำไปแพร่พันธุ์ในยุโรป และเอเชีย และในปัจจุบันว่านหางจระเข้ได้เป็นที่นิยมไปทั่วโลก

นับเป็นเวลานาน ที่ว่านหางจระเข้เป็นที่รู้จักในด้านของสมุนไพรที่สามารถรักษาโรคต่าง ๆ มากมาย จากเอกสารทางประวัติศาสตร์ของชาวอียิปต์ โรมัน กรีก แอลจีเรีย ตูนิเซีย อาหรับ อินเดีย และจีน รายงานการใช้พืชนี้เป็นทั้งยาและเครื่องสำอางค์ แม้แต่พระนางคลีโอพัตราที่รักษาความงาม และความมีเสน่ห์ของพระองค์ด้วยว่านหางจระเข้ ในตำราสมุนไพรที่มีชื่อของกรีก เมื่อคริสต์ศตวรรษที่ 1 รายงานถึงวิธีการใช้ว่านหางจระเข้ในการรักษาโรคต่าง ๆ อย่าง ละเอียด พิศดาร ตั้งแต่รักษาบาดแผล ไรคนอนไม่หลับ ภาวะแพ้อาหาร ท้องผูก ท้องผูก ริดสีดวงทวาร อากาการคันที่ผิวหนัง ปวดหัว ผม่วง โรคเหงือกและฟัน โรคไต ผิวหนังพอง ผิวถูกแดดเผา ผิวต่างด่า ช่วยบำรุงผิวหนัง ระวังอาการ ปวดและอื่น ๆ

สารในว่านหางจระเข้

ในการวิเคราะห์ว่านหางจระเข้ที่ใช้เวลานานกว่า 30 ปี แต่ผลของการทดลองสามารถอธิบายได้เพียงบางส่วนว่าว่านหางจระเข้เป็นพืชที่ไม่มีพิษเท่านั้น และส่วนของว่านหาง-จระเข้เป็นส่วนผสมของตัวยาที่มีประโยชน์มากที่สุด ในวันประกอบด้วยยาฆ่าเชื้อ ยาฆ่าพยาธิ ยาห้ามเลือด ในขณะที่เดียวกันก็มีตัวยาระงับความปวดและช่วยป้องกันการเกิดแผลเป็น นอกจากนี้ยังช่วยเนื้อเยื่อผิวหนังเจริญเติบโตได้เร็วขึ้น นักวิทยาศาสตร์เรียกคุณลักษณะข้อหลังนี้ว่า "ตัวกระตุ้นจีวีดี"

นอกจากนี้ยังมีหลักฐานการบันทึกเกี่ยวกับสรรพคุณว่านหางจระเข้ไว้ดังนี้ "ว่านหาง-จระเข้ใช้เป็นยาระบายเหมาะสำหรับผู้ที่มีอาการท้องผูกเรื้อรัง อีกทั้งยังใช้เป็นยาประจำบ้านได้ด้วย" ในว่านหางจระเข้มีสารอะโลอีนิน ซึ่งเป็นสารที่มีรสขม มีสรรพคุณใช้เป็นยารักษาโรคทางเดินอาหาร และโรคอวัยวะภายในอื่น ๆ จากการวิจัยของ ดร.โรฮิตายังพบอีกว่า "ว่านหางจระ-เข้ นอกจากมีสารอะโลอีนินและสารอะโลอีนินแล้ว ยังมีสารอื่น ๆ อีกหลายอย่าง ได้แก่ สารอะโล-คูตินและสารอะลอคูตินเอ มีฤทธิ์ในการฆ่าเชื้อและสลายพิษของเชื้อโรค สารอะโลมิซินและสารอะโลคูติน สามารถระงับการขยายตัวของเชื้อไวรัสโรคมะเร็งได้ สารโพลีแซคคาไรด์ สามารถกระตุ้นการสมานแผลได้"

เนื่องจากว่านหางจระเข้มีผลในการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ร่างกาย ดังนั้นในการ

รักษาโรคไข้หวัดใหญ่ โรคคางทูม ตุ่มพุงตามริมฝีปาก และโรคอื่น ๆ ที่มีสาเหตุจากการติดเชื้อไวรัส หากใช้ว่านหางจระเข้รักษาเมื่อเริ่มมีอาการ ก็จะได้ผลดีมาก

สรรพคุณของว่านหางจระเข้ในการรักษาโรคต่าง ๆ ดังนี้

ในปัจจุบันได้มีการใช้ว่านหางจระเข้รักษาโรคต่าง ๆ คือ แผลไฟไหม้ และน้ำร้อนลวก รักษาแผลจากของมีคมและแผลอื่น ๆ บำรุงผมและหนังศีรษะ ช่วยรักษาผื่นคันที่เกิดจากการแพ้สารต่าง ๆ ลบรอยแผลเป็น รักษาอาการเส้นเลือดตาขดที่ขา แผลครูดและแผลถลอก รักษาแผลเรื้อรัง ลบจุดด่างดำ หรือฝ้าบนผิวหนัง ช่วยบำรุงรักษาผิวพรรณ รักษาโรคตับ โรคไต ช่วยปฐมพยาบาลสัตว์ รักษาอาการผิวไหม้เพราะถูกแดดเผา รักษาโรคกระเพาะลำไส้อักเสบ ช่วยป้องกันการติดเชื้อ รักษาโรคไข้เรื้อนกวางและผื่นปวดแสบ ปวดร้อน ลบรอยท้องลายหลังคลอด รักษา มะเร็งที่ผิวหนัง รักษา พิษแมลง แมงกะพรุน และใบต๋ามแย โรคปวดตามข้อ รักษาสิว ช่วยลดกรดในกระเพาะอาหาร ท้องอืด ท้องผูก รักษาโรคเบาหวาน และช่วยบำรุงร่างกาย

ข้อควรระมัดระวังบางประการในการใช้ว่านหางจระเข้

1. ผู้บริโภคว่านหางจระเข้ครั้งแรก ควรเริ่มจากปริมาณที่น้อยก่อน
2. ในการบริโภคว่านหางจระเข้ในช่วงไม่สบาย ควรบริโภคหลังอาหาร
3. สตรีระยะตั้งครรภ์หรือมีประจำเดือน ไม่ควรบริโภคว่านหางจระเข้

สำหรับบางคนที่ร่างกายไม่คุ้นกับว่านหางจระเข้ เมื่อบริโภคว่านหางจระเข้แล้วมีอาการท้องเสียหรือคลื่นไส้อาเจียน ถ้ามีอาการดังกล่าว ต้องหยุดบริโภคว่านหางจระเข้เป็นการชั่วคราว รอสักช่วงระยะหนึ่งแล้วค่อยลองรับประทานใหม่

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่านหางจระเข้จะมีสรรพคุณมากมายหลายอย่างก็ตามแต่มันก็ไม่ใช่วิทยาวิเศษที่ใช้รักษาได้สารพัดโรค ฉะนั้นจึงควรต้องทำความเข้าใจให้ทั่วทุกด้านในสรรพคุณของว่านหางจระเข้เสียก่อนแล้วจึงค่อยนำมาใช้ อย่าใช้อย่างพร่าเพรีอ มิฉะนั้นอาจเป็นอันตราย

และเกิดโทษได้ ในการใช้ว่านหางจระเข้ หากได้ขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญหรือนายแพทย์ บ้างในบางครั้งก็ช่วยให้การรักษาโรคได้ผลดียิ่งขึ้น

สรรพคุณในการบำรุงรักษาเส้นผมของสมุนไพรว่านหางจระเข้

จากสรรพคุณในการรักษาโรคต่าง ๆ ของว่านหางจระเข้ นั้น ในส่วนของการบำรุงรักษาเส้นผม ว่านหางจระเข้ช่วยบำรุงเส้นผมให้ดำเป็นเงางามขึ้น ทำให้ผมงอกช้าและหิวง่าย ป้องกันผมร่วงช่วยจัดเรียงแค บำรุงรักษาหนังศีรษะ สำหรับผมมัน ช่วยลดความมันของเส้นผมได้ในสรรพคุณดังกล่าว แม้ว่านหางจระเข้จะช่วยป้องกันผมร่วง แต่ไม่ได้ช่วยให้ผมตกขึ้น และในบางคนที่ใช้แล้วเกิดอาการแพ้ ทำให้ผมร่วงมากขึ้น ดังนั้นก่อนใช้จึงควรทดลองใช้ในปริมาณน้อยก่อนว่ามีอาการแพ้หรือไม่

การปลูกว่านหางจระเข้

ว่านหางจระเข้ เป็นพืชที่สามารถปลูกได้กับดินทุกชนิดโดยจะเจริญงอกงามได้ดีกับดินตามชายทะเล ซึ่งมีลักษณะเป็นดินปนทรายที่สามารถระบายน้ำได้ดี การปลูกว่านหางจระเข้ให้เตรียมดินก่อนการปลูกด้วยวิธีการยกแปลงคือขุดดินแล้วนำดินมาพูนยกให้เป็นแปลงสูงจากพื้นดินประมาณ 20-30 เซนติเมตร กว้างประมาณ 1.0-1.5 เมตร ส่วนความยาวของแปลงนั้นสุดแต่เนื้อที่ที่จะใช้ปลูกว่านหางจระเข้ว่าจะยาวเท่าไร ควรเว้นช่องว่างเป็นทางเดินระหว่างแปลงกว้างประมาณ 0.5-1.0 เมตร เพื่อความสะดวกในการปฏิบัติงาน

สำหรับระยะปลูกว่านหางจระเข้ที่เหมาะสม คือ 7x70 เซนติเมตร เพราะจะสะดวกแก่การดูแลรักษาและการเก็บเกี่ยว วิธีการปลูกนั้น เกษตรกรจะขุดหลุมปลูกเอียงไปทางด้านข้างของแปลง โดยแปลงหนึ่งจะปลูกเป็นแถวคู่แบบสลับฟันปลา เพื่อไม่ให้ว่านหางจระเข้ชนกัน และสะดวกในการปฏิบัติงาน ดินที่ขุดขึ้นมาจากหลุมปลูกให้นำไปส่อยทิ้งตากแดดไว้จนแห้งสนิท เป็นการทำลายเชื้อโรคที่ตกค้างอยู่ในดิน แล้วทยอยเอาใส่เหยียดผสมกับปุ๋ยหมักหรือปุ๋ยคอกมูลสัตว์ คลุกเคล้าให้ทั่วจากนั้นจึงกลบดินที่คลุกเคล้าแล้วนั้นลงไปบนหลุม รดน้ำหรือส่อยทิ้งไว้จนดินยุบตัวดีแล้วจึงลงมือปลูก

สำหรับหนองหานทางจระเข้ที่นำมาปลูกใหม่นั้น เมื่อปลูกเสร็จแล้วถ้าเป็นที่ล่งแฉ่งให้ใช้วัสดุปกคลุมเพื่อพรางแสงแดด เช่น ทางมะพร้าว เพราะหน่อที่เริ่มปลูกใหม่นั้นต้องใช้ระยะเวลาประมาณ 2-3 สัปดาห์ในการตั้งตัว หากถูกแสงแดดจัด จะทำให้ชะงักการเจริญเติบโต แครกและอาจเฉาตายได้ การให้น้ำจะต้องรดทุกวัน วันละ 2 ครั้ง เช้าและเย็น แต่อย่าให้แฉ่งเกินไปจนกว่าต้นว่านทางจระเข้จะแข็งแรงดีแล้วจึงสามารถให้น้ำเพียงวันละครั้ง ถ้าหากดินแฉ่งหรือฝนตกก็ให้ วันระยะเวลาการให้น้ำออกไปอีกเพื่อป้องกันการเกิดโรคโคนเน่า

การดูแลรักษา

การให้น้ำ หลังจากปลูกว่านทางจระเข้ลงบนแปลงปลูกเสร็จเรียบร้อยแล้ว การดูแลทั่วไปที่สำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ การให้น้ำแก่ต้นว่านทางจระเข้อย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากน้ำเป็นปัจจัยที่สำคัญ ในการที่จะช่วยให้ต้นว่านทางจระเข้ที่ปลูกใหม่ สามารถตั้งตัวได้รวดเร็ว และเจริญเติบโตได้อย่างเต็มที่ หากว่านทางจระเข้ขาดน้ำจะชะงักการเจริญเติบโต แครกแกรน ตามปกติการให้น้ำจะให้ทุกวันหรือวันเว้นวัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพพื้นดินที่ปลูก ที่สำคัญอย่าให้น้ำมากจนแฉ่งเกินไปหรือมีน้ำกักขัง เพราะจะทำให้ว่านทางจระเข้เน่าได้

การกำจัดวัชพืช วัชพืชเป็นอุปสรรคในการเจริญเติบโตของว่านทางจระเข้ เนื่องจากวัชพืชจะคอยแย่งอาหารจากต้นว่านทางจระเข้ จึงควรหมั่นดูแลและกำจัดวัชพืชเพื่อไม่ให้วัชพืชมารบกวน วิธีที่ดีที่สุด ได้แก่ การตากถางและดาย ซึ่งทำได้ง่าย ประหยัด หรือจะใช้วิธีกำจัดวัชพืช โดยใช้เครื่องตัดหญ้าเป็นวิธีที่สะดวก รวดเร็ว แต่ต้องใช้ความชำนาญ และเสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม แต่ไม่ควรใช้สารเคมีในการกำจัดวัชพืช เนื่องจากจะทำให้เกิดสารพิษตกค้างในว่านทางจระเข้ และในดิน ส่วนระยะเวลาในการกำจัดนั้นขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในแต่ละสถานที่

การใส่ปุ๋ย การเจริญเติบโตของว่านทางจระเข้ ขึ้นอยู่กับความอุดมสมบูรณ์ของดิน เป็นสำคัญ หากดินขาดความอุดมสมบูรณ์ ก็จำเป็นต้องมีการใส่ปุ๋ยเพิ่มลงไปซึ่งปุ๋ยที่เกษตรกรส่วนใหญ่นิยมใช้ ได้แก่ ปุ๋ยคอกที่ได้จากมูลสัตว์ต่าง ๆ หรือปุ๋ยหมักที่สามารถหาได้จากในพื้นที่ และมีราคาถูกส่วนปุ๋ยเคมีที่นิยมใช้นั้น ได้แก่ ปุ๋ยเคมีสูตรเสมอ สูตร 15-15-15 และปุ๋ยยูเรียสูตร 46-0-0 ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสะดวกในการจัดหาน้ำมาใส่ให้แก่ต้นว่านทางจระเข้ ระยะเวลาใน

การใส่ปุ๋ยประมาณ 2-3 เดือนต่อครั้ง วิธีการใส่ปุ๋ยชั้นแรกรดน้ำต้นว่านหางจระเข้ก่อนแล้วพรวนดินรอบ ๆ โคนต้น จากนั้นจึงโรยปุ๋ยตามลงไปให้รอบโคนต้น กะปริมาณปุ๋ยให้พอเหมาะกับขนาดของต้นว่านหางจระเข้ การรดน้ำก่อนช่วยให้ประหยัดปุ๋ยที่ใส่ได้ เพราะการรดน้ำหลังใส่ปุ๋ย หากน้ำที่รดแรงเกินไปนั้นอาจจะไปชะล้างปุ๋ย ทำให้ไม่ได้รับประโยชน์จากปุ๋ยได้อย่างเต็มที่ เป็นการสิ้นเปลืองเวลา และค่าใช้จ่าย

ลักษณะอาการต้นว่านหางจระเข้ที่ไม่สมบูรณ์ และวิธีการป้องกัน

1. ลักษณะอาการใบนอนราบแทนที่จะตั้งขึ้นปกติ จะมีสาเหตุมาจากการที่ได้รับแสงแดดไม่เพียงพอ ถึงแม้ว่าต้นว่านหางจระเข้ถูกแดดจัดแล้วใบจะเหลืองก็ตาม แต่ต้นว่านหางจระเข้ก็ต้องการแสงแดดอย่างเพียงพอ
2. อาการใบลีบ และม้วน เป็นเพราะรดน้ำน้อยเกินไปไม่เพียงพอ หรือพื้นดินไม่อุ้มน้ำจนเป็นที่จะต้องรดน้ำให้มากขึ้นกว่าเดิม
3. ใบเป็นสีน้ำตาลเป็นเพราะถูกแสงแดดจัดโดยตรงควรใช้วัสดุพรางแสงแดด หรือปลูกพืชยืนต้น เช่น มะละกอ เพื่อพรางแสง
4. ต้นว่านหางจระเข้เจริญเติบโตช้ามาก อาจเป็นเพราะน้ำที่ใช้รด หรือดินที่ใช้ปลูกมีสภาพเป็นด่างมากเกินไป ชื้นแฉะ หรือมีปริมาณน้อยเกินไป มีวัชพืชรบกวน หรือมีหน่อเกิดขึ้นมากแต่ไม่แตก
5. โรคพืช พบน้อยมากแต่พบในปัจจุบัน ได้แก่ โรคโคนเน่าเนื่องจากเชื้อราที่อยู่ในดินเมื่อเกิดสภาวะที่เหมาะสมในการเจริญเติบโต โรคเน่าชนิดนี้ก็จะปรากฏให้เห็น แต่จะไม่มีการระบาดไปยังต้นอื่น หากพบให้กำจัดโดยทำลายต้นที่เป็นโรคโคนเน่านั้นทันที ส่วนวิธีป้องกันให้ต้นพรวนตากแปลงก่อนการปลูกเพื่อเป็นการทำลายเชื้อราที่อยู่ในดินให้หมดไป หรือใช้สารเคมีผสมน้ำยาฉีดพ่น ได้แก่ กัมมะถันผง และแคปแทน
6. แมลงศัตรูและสัตว์รบกวน ไม่ค่อยมีปรากฏ เพราะเป็นพืชชนิดใหม่ที่เริ่มนำเข้ามาปลูกในประเทศไทย (ปริญญา , 2532 : 10)

ขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

ส่วนผสม

REWOTERICAM 20/NM 30 มิลลิกรัม

LAMEPOMS หรือ TEGOTAIN 25 มิลลิกรัม

REVODERMLI 420 , HARQUAT 5 มิลลิกรัม

NUTRLAN 30 หยด หรือ COLLAGENHY GROLYHATE 0.6 กรัม

น้ำมันหอมระเหย HOPFEN

น้ำหอม 10-20 หยด (เลือกกลิ่นตามต้องการ)

น้ำมะนาวเข้มข้น

ว่านหางจระเข้ 2-3 ก้าน น้ำหนัก 2-3 กรัม (ว่านหางจระเข้ผ่านการปอก

เปลือกล้างยางออก และคั้นเป็นน้ำเรียบร้อยแล้ว)

วิธีทำ

1. นำน้ำกลั่น ตั้งไฟ 10-15 นาที ให้ร้อนประมาณ 85 องศาเซลเซียส

2. นำส่วนผสมทั้งหมด ยกเว้นน้ำมันหอมระเหย และว่านหางจระเข้ ผสมกับน้ำให้

เป็นเนื้อเดียวกันก่อน

3. คนส่วนผสมไปทางเดียวกันให้ทั่ว เพื่อป้องกันการเกิดฟอง

4. ลดความร้อนให้เหลือ 30 องศาเซลเซียส

5. คนส่วนผสมต่อไปอีก 30 นาที จนรู้สึกส่วนผสมเข้มข้นขึ้น

6. นำว่านหางจระเข้ที่เตรียมไว้ ผ่านผ้ากรอง เพื่อกรองสิ่งสกปรกออก นำไปผสมกับส่วนผสมที่ทำไว้ คนไปทางเดียวกันให้ทั่ว 10 นาที

7. นำน้ำมันหอมระเหยใส่ลงไป และคนส่วนผสมต่อไปจนกว่าจะเป็น

8. ทดสอบค่า pH ของผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่ได้ ต้องมีค่า pH = 5 เพื่อจะได้ไม่เป็น

อันตรายต่อหนังศีรษะ

ข้อกำหนด คนส่วนผมไปทางเดียวกัน อย่าหยุดคนจนกว่าส่วนผมจะเย็น
(ปทุมมาศ , 2536)

การดำเนินงานด้านการตลาด

ตลาดของผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผมของว่านหางจระเข้ สามารถแบ่งได้ 3 ระดับ แต่ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งที่คาบเกี่ยวกับ 2 ตลาด คือ อยู่ในตลาดระดับกลางขึ้นไปจนถึงตลาดระดับบน จึงรวมตลาดบนและตลาดระดับกลางไว้ด้วยกัน ดังนี้

1.ตลาดระดับบน(Premium price Aloe vera Shampoo or class A) และตลาดระดับกลาง(Medium price Aloe vera Shampoo or class B) มีผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผมของว่านหางจระเข้ ตรายี่ห้อต่าง ๆ เช่น Aloe vera herbal Shampoo, จันสมายด์, ใบบัว, V.EXCEL, Pattana Aloe, อะควอมารีน, Aloe vera Shampoo ฯลฯ

2.ตลาดระดับล่าง(Low price Aloe vera Shampoo or class C) เช่น แชมพูสมุนไพร, บ้านท่าทราย, ปฐมโรสก, ผลิตภัณฑ์เกษตรแชมพูสมุนไพรว่านหางจระเข้ของแม่ชีแสงศรีจากวัดสวนบัว ฯลฯ

การดำเนินงานด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผมของว่านหางจระเข้ เราจะแยกพิจารณาจาก 4P's ได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผมของว่านหางจระเข้ เป็นผลิตภัณฑ์แชมพูสมุนไพรซึ่งในส่วนของตัวสมุนไพร คือว่านหางจระเข้ที่มีอยู่ประมาณ 300 พันธุ์ หากได้ศึกษาถึงคุณค่า และคุณประโยชน์ของว่านหางจระเข้จะพบว่า เป็นพืชที่มีคุณค่า และสรรพคุณในการรักษาโรค ตลอดจนสามารถช่วยบำรุงรักษาเส้นผมและหนังศีรษะให้สุขภาพดีขึ้น ที่ผู้ใช้ส่วนใหญ่ทราบถึงสรรพคุณตั้งนั้นในปัจจุบันการดำเนินงานธุรกิจด้านนี้ จึงมีการอาศัยโฆษณาเป็นเครื่องมือน้อยมากไม่เท่ากับแชมพูทั่ว ๆ ไปที่ต้องใช้งบประมาณในการโฆษณาสูง เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคให้หันมาทดลองและใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิต แต่อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผมของว่านหางจระเข้ก็ยัง

ต้องแข่งขันกับแชมป์ทั่วไปที่มีอยู่มากมายหลายยี่ห้อในตลาดโดยอาศัยความเชื่อในสรรพคุณของสมุนไพรในการดึงดูดผู้ซื้อให้ทดลองใช้ และใช้เป็นประจำ เนื่องจากทราบถึงประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์

ในด้านหีบห่อ (Packaging) นั้น ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ รูปแบบและสีสันทนของหีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์ยังไม่สวยงาม และดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคเท่าที่ควร จึงควรพัฒนารูปแบบของหีบห่อให้ทันสมัยมากขึ้น ในบางยี่ห้อมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ น้ำหนักสุทธิ ตลอดจนวิธีการใช้อย่างชัดเจน แต่ในบางยี่ห้อโดยเฉพาะตรายี่ห้อในตลาดระดับล่างยังขาดการพัฒนาในด้านหีบห่ออีกมาก และในบางยี่ห้อมีการออกแบบอย่างสรรพคุณที่เกินความจริง เช่น ช่วยยให้ผมดกขึ้น ซึ่งถือเป็นการหลอกลวงผู้บริโภค

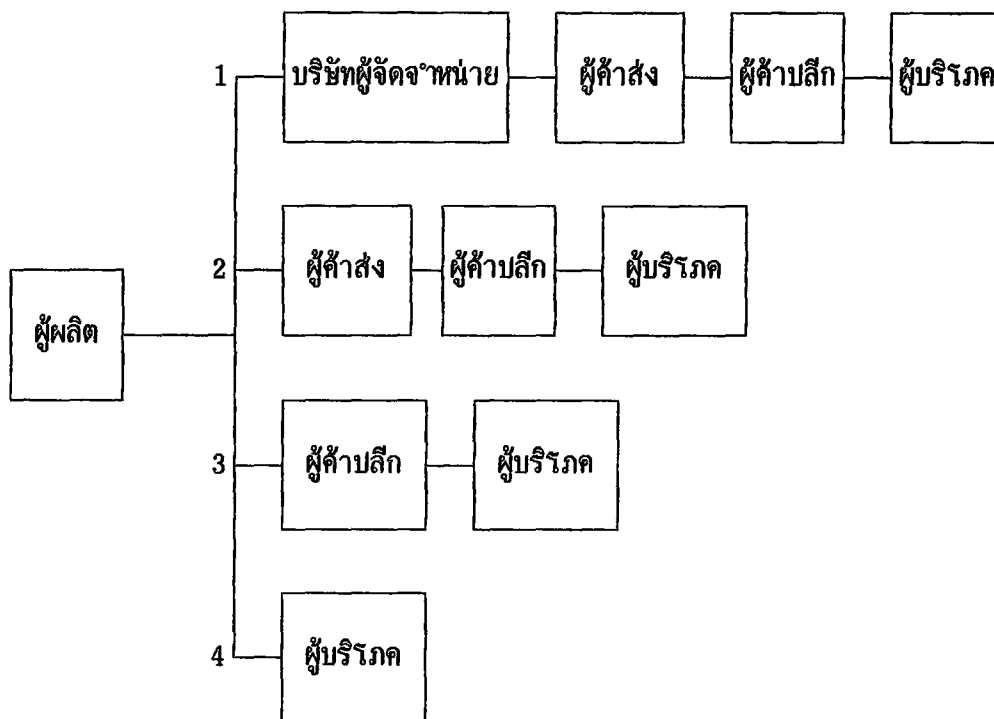
ด้านราคา (Price)

ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ในตลาดนับว่ามีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์แชมพูทั่วไปประมาณเท่าตัวซึ่งเป็นเช่นนี้เฉพาะผลิตภัณฑ์ที่วางตำแหน่งสินค้าในตลาดระดับกลางขึ้นไปเท่านั้น สาเหตุเนื่องจากโรงงานบางแห่งยังใช้กำลังการผลิตไม่เต็มที่ โดยใน 1 เดือนสามารถผลิตได้เพียง 7-10 วันเท่านั้น เนื่องจากวัตถุดิบไม่เพียงพอ ทำให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยยังสูงอยู่ และราคาจำหน่ายจึงอยู่ในระดับสูงด้วย แต่ในบางบริษัทผู้ผลิตมีการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ในลักษณะครบวงจรคือ ผลิตภัณฑ์ว่านหางจระเข้กระป๋อง น้ำว่านหางจระเข้ และเครื่องสำอางซึ่งรวมไปถึงผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่ถือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลพลอยได้ (By-product) จากโรงงานการผลิตว่านหางจระเข้กระป๋อง ดังนั้นจึงเป็นการนำวัตถุดิบอย่างคุ้มค่า และประหยัดต้นทุนได้ทางหนึ่ง แต่ในตลาดระดับล่างที่ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ ยังมีราคาถูก ซึ่งถูกกว่าผลิตภัณฑ์แชมพูทั่วไปด้วย ที่เป็นเช่นนี้เพราะเป็นการผลิตในระดับครัวเรือนไม่ได้ใช้เครื่องจักรราคาแพง และไม่ต้องใช้งบประมาณในการประชาสัมพันธ์ต่างๆ เพราะการดำเนินการผลิตแต่ละครั้งในปริมาณน้อย ซึ่งขายในกลุ่มคนรู้จักในวงแคบเท่านั้น

ด้านการจัดจำหน่าย (Place)

การจัดจำหน่ายสินค้าหรือช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กลไกที่เกี่ยวข้องกับ

การที่สินค้าถูกส่งผ่านจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ซึ่งการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ การจัดจำหน่ายสามารถแบ่งออกได้ 4 ลักษณะ (ภาพที่ 1) คือ

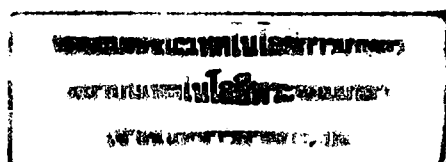


ภาพที่ 1 การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

1. ลักษณะแรกการจัดจำหน่ายในตลาดต่างประเทศที่ต้องผ่านบริษัทผู้จัดจำหน่าย ไปยังผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก แล้วจึงถึงผู้บริโภค
2. เป็นลักษณะของการจัดจำหน่ายในประเทศ ที่มีการวางจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาเก็ต ที่จากผู้ผลิตส่งผ่านไปยังผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก แล้วจึงไปยังผู้บริโภค
3. เป็นลักษณะของการจัดจำหน่ายในประเทศ ที่มีการขายแบบใดเร็กเซลไปยังร้านค้าหรือร้านทาน้ำมันที่สามารถชักชวนลูกค้าให้ทดลองใช้ในขณะที่ถูกค้ำมารับบริการ
4. เป็นลักษณะของการจัดจำหน่ายในประเทศ ที่มีการขายแบบใดเร็กเซลไปยังผู้บริโภคโดยตรง โดยผู้ขายมีโอกาสบรรยายสรรพคุณของสินค้าให้ผู้ซื้อได้ทราบอย่างละเอียดเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ และในตลาดระดับล่างที่มีการจัดจำหน่ายวิธีนี้เช่นกัน เป็นการแนะนำกันปากต่อปากในกลุ่มคนรู้จักถึงสรรพคุณให้มีการทดลองใช้

การส่งเสริมการขาย (Promotion)

ในปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ บางยี่ห้อเท่านั้นที่มีการโฆษณาทางโทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ส่วนใหญ่เป็นการบอกถึงสรรพคุณและคุณภาพของสินค้ากันโดยปากต่อปาก มีการโฆษณา ณ จุดขาย เช่น ร้านทาผม และในระบบขายตรงโดยมีพนักงานขายบรรยายสรรพคุณกับผู้ซื้อ ในบางยี่ห้อ เช่น V. EXCEL เป็นยี่ห้อที่ใช้ระบบขายโดยตรง ซึ่งเจาะกลุ่มเป้าหมายที่ค่อนข้างมีรายได้ดีและนักธุรกิจโดยมีรางวัลดึงดูดใจเป็นทองคำหนัก 1 บาท หากพนักงานขายสามารถขายได้ถึงยอด 200,000 บาท ภายใน 1 เดือน จะมีรางวัลให้ไปดูงานต่างประเทศ และนอกจากนี้ยังมีการนำระบบสมาชิกมาใช้ หากผู้ซื้อสั่งซื้อสินค้าตั้งแต่ 1,900 บาทขึ้นไปจะได้ส่วนลดพิเศษ 20-50% และมีบริการส่งให้ฟรี ส่วนยี่ห้อที่มีการวางจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้า และซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น ชันสมายด์ , โบว์วัน , Aloe vera Shampoo ฯลฯ การส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม ยังมีอยู่น้อยมาก ส่วนผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในตลาดระดับล่าง กิจกรรมด้านการส่งเสริมการขาย หรือการโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ นั้นไม่มีการดำเนินงานเลย



บทที่ 3
ผลการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ในเขต กรุงเทพมหานคร ซึ่งใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ผู้บริโภครายจำนวน 120 คน โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 6 กลุ่ม กำหนดรายได้เป็นเกณฑ์ในการแบ่ง แต่ละกลุ่มมีผู้บริโภครายจำนวน 20 คน และเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง 80 % ของจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และเพศชาย 20 % ของจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

เพศ

จากกลุ่มผู้บริโภครายที่ใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ที่ทำการศึกษาราย 120 คน เป็นเพศหญิง 80 % ของจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จึงเท่ากับ 96 ตัวอย่าง และเป็นเพศชาย 20 % ของจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จึงเท่ากับ 24 ตัวอย่าง

อายุ

จากกลุ่มผู้ใช้งานส่วนใหญ่จะมีช่วงอายุอยู่ในช่วง 18-23 ปี มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือช่วงอายุ 24-29 ปี มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 (ตารางที่ 1)

สถานภาพ

ผู้บริโภครายส่วนใหญ่เป็นโสดมีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 56.67 รองลงมาเป็นผู้ที่สมรสแล้ว มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 35.83 (ตารางที่ 2)

ระดับการศึกษา

ผู้บริโภครู้ใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้มากที่สุด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือผู้มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 10.83 (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 1 อายุ

อายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18 - 23	60	50.00
24 - 29	39	32.50
30 - 35	10	8.33
36 - 41	7	5.83
42 - 47	2	1.67
48 - 52	1	0.83
53 - 58	1	0.83
รวม	120	100.00

ตารางที่ 2 สถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	68	56.67
สมรส	43	35.83
หม้าย	9	7.50
รวม	120	100.00

ตารางที่ 3 ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น	7	5.83
มัธยมศึกษาตอนปลาย	7	5.83
อาชีวศึกษาหรือเทียบเท่า	12	10.00
อนุปริญญา	9	7.50
ปริญญาตรี	72	60.00
สูงกว่าปริญญาตรี	13	10.84
รวม	120	100.00

อาชีพ

โดยทั่วไปผู้บริภคที่ำ ผลิตภัณฑุยาสระพมที่มีส่วนพสมของว่านหางจระเข้ส่วนมากเป็นนักเรียนนักศึกษา มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือผู้มีเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 อาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	48	40.00
พนักงานบริษัทเอกชน	28	23.33
ธุรกิจส่วนตัว	16	13.33
รับราชการ	11	9.17
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11	9.17
แม่บ้าน	6	5.00
รวม	120	100.00

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แบ่งออกเป็น 6 ช่วง แต่ละช่วงมีจำนวน ผู้บริภค 20 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 16.67

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

จากผู้บริโภคนจำนวน 120 คน เป็นผู้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้เอง 58 คน คิดเป็นร้อยละ 48.33 และไม่ใช่ผู้เลือกซื้อ 62 คน คิดเป็นร้อยละ 51.67 โดยมีผู้อื่น เช่น มารดา พี่น้องในครอบครัว และเพื่อนเป็นผู้ซื้อให้ (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

การเลือกซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ได้เลือกซื้อเอง	62	51.67
เลือกซื้อเอง	58	48.33
รวม	120	100.00

สถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

สถานที่ที่ผู้บริโภคนส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ ที่ซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 67.24 ซื้อจากร้านค้าทั่วไป มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 สถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ 1/

สถานที่	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป	39	67.24
ร้านค้าทั่วไป	8	13.80
ซื้อจากพนักงานขายโดยตรง	6	10.34
ซื้อจากร้านทำผม	3	5.17
ซื้อจากสถานที่ทำงาน	1	1.72
ซื้อจากสหกรณ์	1	1.72
รวม	58	100.00

หมายเหตุ 1/ ตอบเฉพาะผู้ที่เลือกซื้อเอง

ขนาดของผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ที่ซื้อเป็นประจำ

ผู้บริโภคนเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ขนาดกลาง (220 ซี.ซี.) เป็นประจำมากที่สุด จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 56.90 รองลงมาคือ ขนาดใหญ่ (400 ซี.ซี.) จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 27.58 (ตารางที่ 7)

จำนวนผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ที่ซื้อในแต่ละครั้ง

ผู้บริโภคนที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้เองส่วนใหญ่ซื้อครั้งละ 1-2 ขวด มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 87.93 รองลงมา คือผู้ซื้อที่ซื้อครั้งละ 3-5 ขวด มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 6.90 (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 7 ขนาดของผลิตภัณฑ์ยาเสพติดที่มีส่วนผสมของवानทางจระเข้ที่ซื้อเป็นประจำ 1/

ขนาด	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ขนาดกลาง (220 ซี.ซี.)	33	56.90
ขนาดใหญ่ (400 ซี.ซี.)	16	27.58
ขนาดเล็ก (100 ซี.ซี.)	9	15.52
รวม	58	100.00

หมายเหตุ 1/ เลือกตอบเฉพาะผู้ที่เลือกซื้อเอง

ตารางที่ 8 จำนวนผลิตภัณฑ์ยาเสพติดที่มีส่วนผสมของวานทางจระเข้ที่ซื้อในแต่ละครั้ง 1/

จำนวน	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
1-2 ขวด	51	87.93
3-5 ขวด	4	6.90
6-10 ขวด	3	5.17
รวม	58	100.00

หมายเหตุ 1/ เลือกตอบเฉพาะผู้ที่เลือกซื้อเอง

ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ที่ซื้อประจำ

ยี่ห้อที่ซื้อประจำส่วนมากคือ ชันสมายด์ มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 36.21
ยี่ห้อรองลงมาคือ Aloe Vera Shampoo มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 20.69
(ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ที่ซื้อประจำ 1/

ยี่ห้อ	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ชันสมายด์	21	36.21
Aloe vera shampoo	12	20.69
อะควอมารีน	8	13.79
บอว์น	7	12.07
V.EXCEL	5	8.62
ชมรมสมุนไพร	3	5.17
Pattana Aloe	2	3.45
รวม	58	100.00

หมายเหตุ 1/ ตอบเฉพาะผู้ที่เลือกซื้อเอง

สาเหตุที่ซื้อยี่ห้อที่เข้าประจำ

โดยทั่วไปผู้บริโภคส่วนมากซื้อยี่ห้อที่ใช้เป็นประจำเนื่องจากเชื่อมั่นคุณภาพเป็นจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 57.73 รองลงมา คือราคาเหมาะสม มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 21.65 (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 สาเหตุที่ซื้อยี่ห้อที่ใช้เป็นประจำ 1/

เหตุผล	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
เชื่อมั่นคุณภาพ	56	57.73
ราคาเหมาะสม	21	21.65
หาซื้อง่าย	14	14.43
ความเคยชิน	3	3.09
อื่นๆ	2	2.06
ชอบการโฆษณา	1	1.04

หมายเหตุ 1/ ตอบเฉพาะผู้ที่เลือกซื้อเองและตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ความชอบในการใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

ในจำนวนผู้บริภคที่ใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ทั้งหมดเป็นผู้ที่รู้สึกเฉยๆเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์มากที่สุด มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 55.84 รองลงมาคือ ผู้ที่ชอบใช้ผลิตภัณฑ์จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 39.16 (ตารางที่ 11)

ความสม่ำเสมอในการใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

ผู้บริภคที่ใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ทั้งหมด เป็นผู้ที่ไม่ใช้เป็นประจำมากที่สุด ซึ่งมีจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 70.83 และเป็นผู้ที่ใช้ผลิตภัณฑ์เป็นประจำมีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 29.17 (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 11 ความชอบในการใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

รายการ	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
รู้สึกเฉย ๆ	67	55.84
ชอบ	47	39.16
ไม่ชอบ	6	5.00
รวม	120	100.00

ตารางที่ 12 ความสม่ำเสมอในการใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

ประจำ/ไม่ประจำ	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ไม่ประจำ	85	70.83
ประจำ	35	29.17
รวม	120	100.00

ระยะเวลาที่ใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

ระยะเวลาที่ผู้บริโภครับใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้เป็นประจำ ส่วนใหญ่ คือ ระยะเวลามากกว่า 12 เดือนขึ้นไป มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมาคือ ระยะเวลา 11-12 เดือน และระยะเวลา 3-4 เดือน มีจำนวนเท่ากันคือ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 เท่ากัน(ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 ระยะเวลาที่ใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ 1/

ระยะเวลา (เดือน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-2	6	17.00
3-4	7	20.00
5-6	2	6.00
7-8	1	3.00
11-12	7	20.00
12 เดือนขึ้นไป	12	34.00
รวม	35	100.00

หมายเหตุ 1/ ตอบเฉพาะผู้ใช้เป็นประจำ

ยี่ห้อของผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ที่ใช้เป็นประจำ

ยี่ห้อที่ผู้เข้าใช้เป็นประจำส่วนมาก คือ ชันสมายด์ มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 25.83 รองลงมาคือยี่ห้อ Aloe vera Shampoo มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 18.33 และยี่ห้ออื่นๆมีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 ยี่ห้อของผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ที่ใช้เป็นประจำ

ยี่ห้อ	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
กันสมายด์	31	25.83
Aloe vera Shampoo	22	18.33
ใบว่าน	16	13.33
Pattana Aloe	14	11.67
บ้านท่าทราย	12	10.00
V.EXCEL	9	7.50
อะความารีน	8	6.67
ชมรมสมุนไพร	3	2.50
Aloe vera herbal shampoo	2	1.67
สมุนไพรสุภาภรณ์	2	1.67
ปฐมวิศก	1	0.83
รวม	120	100.00

ประเภทของผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ที่ใช้เป็นประจำ

ส่วนใหญ่ ประเภทของผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ที่ผู้บริโภคาใช้ คือ ผลิตภัณฑ์ที่ผสมว่านหางจระเข้และใบมะกรูด มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 51.67 รองลงมาคือผลิตภัณฑ์ที่ผสมว่านหางจระเข้อย่างเดียว มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 ประเภทของผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ที่ใช้เป็นประจำ

ประเภท	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ผสมว่านหางจระเข้และใบมะกรูด	62	51.67
ผสมว่านหางจระเข้อย่างเดียว	40	33.33
ผสมว่านหางจระเข้และดอกอัญชัน	8	6.67
ผสมว่านหางจระเข้และน้ำมันมะกอก	7	5.83
ผสมว่านหางจระเข้, ใบมะกรูด และดอกอัญชัน	3	2.50
รวม	120	100.00

ความถี่รอยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

ร้อยละใหญ่ผู้บริโภคนาน ๆ ครั้งจะใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหาง-
จระเข้มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาคือ ผู้ที่ใช้ผลิตภัณฑ์ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์
มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 25 (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 16 ความถี่โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

ความถี่ (ต่อสัปดาห์)	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
นาน ๆ ครั้ง	45	37.50
1 - 2 ครั้ง	30	25.00
3 - 4 ครั้ง	21	17.50
5 - 6 ครั้ง	17	14.17
ใช้ทุกวัน	7	5.83
รวม	120	100.00

สาเหตุในการใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

เหตุผลในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้เพื่อบำรุงสุขภาพเส้นผม มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 38.24 เหตุผลรองลงมาคือ คนรู้จักแนะนำ มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 37.18 และความเชื่อว่าดี มีจำนวน 38 คิดเป็นร้อยละ 22.35 (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17 สาเหตุของการใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ 1/

เหตุผล	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
เพื่อบำรุงสุขภาพเส้นผม	65	38.24
คนรู้จักแนะนำ	53	31.18
ความเชื่อที่ดี	38	22.35
มีปัญหาเกี่ยวกับผมร่วง	7	4.12
มีพนักงานขายโดยตรงแนะนำ	4	2.35
เหมาะกับสภาพของเส้นผม	2	1.18
ทดลองใช้	1	0.59

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

บุคคลอื่นในครอบครัวที่ใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

จากผู้ที่ใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ทั้งหมด 120 คน ผู้ที่มีบุคคลอื่นในครอบครัวที่ใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ มีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 64.17 และผู้ที่ไม่มีบุคคลอื่นในครอบครัวที่ใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 35.83 (ตารางที่ 18)

ตารางที่ 18 บุคคลอื่นในครอบครัวที่ใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มี	77	64.17
ไม่มี	43	35.83
รวม	120	100.00

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

สื่อที่ทาให้ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้เป็นครั้งแรก

สื่อที่ทาให้ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้เป็นครั้งแรกมากที่สุด คือ เพื่อนหรือญาติแนะนำ มีจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 59.17 รองลงมาคือ สื่อนิตยสารและวารสาร มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 (ตารางที่ 19)

การตัดสินใจของผู้บริโภคเมื่อหาซื้อยี่ห้อที่ใช่ เป็นประจำไม่ได้

ส่วนใหญ่จะตัดสินใจซื้อยี่ห้ออื่นแทน มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 54.17 รองลงมา คือ ไม่ซื้อเลย มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 21.67 (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 19 สื่อที่ทาให้ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้เป็นครั้งแรก

รายการ	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
เพื่อน/ญาติแนะนำ	71	59.17
นิตยสาร/วารสาร	16	13.33
โทรทัศน์	14	11.67
พนักงานขายแนะนำ	11	9.17
เห็นจากแหล่งขายด้วยตัวเอง	7	5.83
หนังสือพิมพ์	1	0.83
รวม	120	100.00

ตารางที่ 20 การตัดสินใจของผู้บริโภคเมื่อหาซื้อยี่ห้อที่ใช้เป็นประจำไม่ได้

รายการ	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ซื้อยี่ห้ออื่นแทน	65	54.17
ไม่ซื้อเลย	26	21.67
หาซื้อจากร้านค้าอื่นที่มี	25	20.83
มาซื้อวันอื่น	4	3.33
รวม	120	100.00

การตัดสินใจของผู้บริโภคเมื่อซื้อห่ออื่นลดราคาหรือมีการแจกแถม

ผู้บริโภคที่ยังคงซื้อห่อเดิมมีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 มีผู้บริโภคเปลี่ยนไปซื้อห่อที่มีการลดราคาหรือมีการแจกแถมแทน มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และซื้อห่อที่ลดราคาหลังจากนั้นจะกลับมาซื้อห่อเดิม 29 คน คิดเป็นร้อยละ 24.17 (ตารางที่ 21)

ตารางที่ 21 การตัดสินใจของผู้ใช้เมื่อซื้อห่ออื่นลดราคาหรือมีการแจกแถม

รายการ	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ยังคงเลือกซื้อห่อเดิม	51	42.50
เปลี่ยนไปซื้อห่ออื่น	40	33.33
ซื้อห่อที่ลดราคา หลังจากนั้นจะกลับมาซื้อห่อเดิม	29	24.17
รวม	120	100.00

การตัดสินใจของผู้บริโภค เมื่อซื้อห่อที่เคยใช้เป็นประจำลดราคาหรือแจก แถม

การตัดสินใจของผู้บริโภคส่วนใหญ่ ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้เพิ่มมากขึ้น เมื่อผลิตภัณฑ์ที่ซื้อเป็นประจำมีการลดราคาหรือแจก แถม มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือ ซื้อเท่าเดิม มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 34.17 และไม่แน่ใจ มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 25.83 (ตารางที่ 22)

ตารางที่ 22 การตัดสินใจของผู้บริโภคเมื่อใช้หรือทำใช้เป็นประจำลดราคาหรือ แจก แคม

รายการ	จำนวน(คำตอบ)	ร้อยละ
ซื้อเพิ่มขึ้น	48	40.00
ซื้อเท่าเดิม	41	34.17
ไม่แน่ใจ	31	25.83
รวม	120	100.00

การตัดสินใจของผู้บริโภค ถ้าผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้มีคุณภาพน้อยกว่ายาสระผมทั่วไป

ผู้เมื่อทราบว่าผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ มีคุณภาพทางการบำรุงเส้นผมน้อยกว่ายาสระผมทั่วไป ผู้ใช้จะไม่ใช้เลย มีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 63.34 รองลงมาคือ ใช้น้อยลงมีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 และผู้ที่ยังใช้ตามปกติมีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ13.33 (ตารางที่ 23)

ตารางที่ 23 การตัดสินใจของผู้บริโภคถ้าผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้มีคุณภาพน้อยกว่า ยาสระผมทั่วไป

รายการ	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ไม่ใช้เลย	76	63.34
ใช้บ้าง	28	23.33
ใช้ตามปกติ	16	13.33
รวม	120	100.00

ปัจจัยที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

มีผู้บริโภครู้ถึงประสิทธิภาพในการรักษาเส้นผมของผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้เป็นจำนวนมากที่สุด คือ 102 คน คิดเป็นร้อยละ 31.38 รองลงมาคือ คำนึงถึงคุณภาพที่เหมาะสม มีจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 25.54 (ตารางที่ 24)

ตารางที่ 24 ปัจจัยที่คำนึงถึงงานการเลือกซื้อ 1/

รายการ	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
มีประสิทธิภาพในการรักษาเส้นผม	102	31.38
เหมาะกับสภาพผม	83	25.54
ราคา	79	24.31
ยี่ห้อ	31	9.54
ลักษณะหีบห่อ	16	4.92
ขนาดบรรจุ	14	4.31

หมายเหตุ 1/ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการรักษาเส้นผม

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ช่วยป้องกันผมร่วง มีจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 27.21 รองลงมาคือช่วยรักษาผมแห้งแตกปลาย มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 23.37 (ตารางที่ 25)

ตารางที่ 25 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการรักษาเส้นผม 1/

ความคิดเห็น	จำนวน(คำตอบ)	ร้อยละ
ป้องกันผมร่วง	71	27.21
รักษาผมแห้งแตกปลาย	61	23.37
ช่วยให้ผมดำขึ้น	58	22.22
ป้องกันและลดการเกิดรังแค	41	15.71
ช่วยให้ผมดกขึ้น	13	4.98
ช่วยให้เส้นผมที่มัน มีความมันลดลง	10	3.83
ช่วยทำให้ผมเนิ่นขึ้น	6	2.30
ทำให้ผมมีน้ำหนัก	1	0.38

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับประเภทของสภาพผมที่เหมาะสม

โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคมองเห็นว่า สภาพผมที่ร่วงเป็นประจำเหมาะสมที่สุดที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 34.28 รองลงมาคือ สภาพผมแห้งแตกปลาย มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 30.96 (ตารางที่ 26)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ตามคาร์บอน

ความคิดเห็นส่วนใหญ่ของผู้บริโภคไม่ทราบว่าคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ที่แสดงสรรพคุณในคาร์บอนว่าเป็นจริงหรือไม่ มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 50.83 รองลงมาความคิดเห็นว่าคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เป็นจริงตามคาร์บอน มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 45.83 (ตารางที่ 27)

ตารางที่ 26 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประเภทของสภาพผมที่เหมาะสม 1/

ความคิดเห็น	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ผมร่วงเป็นประจำ	72	34.28
ผมแห้งแตกปลาย	65	30.96
ผมที่มีรังแคมาก	39	18.57
ผมมัน	13	6.19
ผมน้อย (ศีรษะล้าน)	10	4.76
ผมกระด้าง	10	4.76
ผมไม่มีน้ำหนัก	1	0.48

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 27 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ตามคำโฆษณา

ความคิดเห็น	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ไม่ทราบ	61	50.83
จริง	55	45.83
ไม่จริง	4	3.34
รวม	120	100.00

ความคิดเห็นในด้านราคาเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ

ความคิดเห็นของผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีความเห็นว่าราคาของผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้เหมาะสมกับคุณภาพ มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 61.67 และผู้ใช้ที่เห็นว่าราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ คือมีราคาแพงเกินไปมีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 38.33 (ตารางที่ 28)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับขนาดบรรจุ

ความคิดเห็นของผู้ใช้ส่วนใหญ่เห็นว่า ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ นั้นเหมาะสมมีจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 85.83 และผู้ใช้ที่เห็นว่าขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์ไม่เหมาะสม คือ ไม่ได้ขนาดที่ผู้ใช้ต้องการ มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 14.17 (ตารางที่ 29)

ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์

ความคิดเห็นของผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่ารูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ ควรปรับปรุงมีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมา คือ ผู้บริโภคมีความเห็นว่ารูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์มีลักษณะธรรมดา มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 43.34 (ตารางที่ 30)

ตารางที่ 28 ความคิดเห็นในด้านราคาเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ

ความคิดเห็น	จำนวน(คำตอบ)	ร้อยละ
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	74	61.67
ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ	46	38.33
รวม	120	100.00

ตารางที่ 29 ความคิดเห็นเกี่ยวกับขนาดบรรจุ

ความคิดเห็น	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
เหมาะสม	103	85.83
ไม่เหมาะสม	17	14.17
รวม	120	100.00

ตารางที่ 30 ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรูปลักษณ์

ความคิดเห็น	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ควรปรับปรุง	64	53.33
ธรรมดา	52	43.34
สวยงาม	4	3.33
รวม	120	100.00

ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อสุขภาพของเส้นผม

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้มีผลต่อสภาพของเส้นผม คือ สุขภาพเส้นผมดีขึ้น ผมดำขึ้น ไม่แตกปลาย ผมร่วงน้อยลง มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 และผู้ที่ไม่มีความเห็นว่าไม่มีผลต่อสุขภาพเส้นผม มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 (ตารางที่ 31)

ตารางที่ 31 ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อสุขภาพของเส้นผม

ความคิดเห็น	จำนวน(คำตอบ)	ร้อยละ
มีผลต่อสภาพของเส้นผม	81	67.50
ไม่มีผลต่อสภาพของเส้นผม	39	32.50
รวม	120	100.00

บทที่ 4

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้ รวมทั้งความคิดเห็นของผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 120 คน โดยกำหนดให้รายได้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 6 กลุ่ม ในแต่ละกลุ่มมีจำนวนผู้บริโภคราย 20 คน เท่ากัน และสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง 80% ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และเพศชาย 20% ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังนั้นจึงมีเพศหญิงจำนวน 96 คน และเพศชาย มีจำนวน 24 คน สรุปผลได้ดังนี้

สภาพทั่วไปของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่ใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ มีอายุอยู่ในช่วง 18-23 ปี สถานภาพเป็นโสด กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา รองลงมาคือพนักงานบริษัทเอกชน

พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ ไม่ได้เป็นผู้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ด้วยตัวเอง ส่วนผู้บริโภคที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เองนั้น มักนิยมไปเลือกซื้อที่ซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป โดยเลือกขนาดบรรจุเป็นขนาดกลาง จำนวน 1-2 ขวด ของการซื้อแต่ละครั้ง และจะซื้อยี่ห้ออันสมายด์เป็นประจำ เนื่องจากเชื่อถือในคุณภาพ

ผู้บริโภคที่ใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ มีจำนวนมากที่ไม่มีความคิดเห็นใด ๆ ต่อผลิตภัณฑ์ และโดยมากไม่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์เป็นประจำ ส่วนผู้บริโภคที่ใช้เป็นประจำจะเข้ามาเป็นระยะเวลาเวลานานกว่า 1 ปีขึ้นไป ผู้บริโภคที่ใช้ผลิตภัณฑ์จะนิยมมาซื้อยี่ห้ออันสมายด์

ประเภทที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้และใบมะกรูด และพฤติกรรมการใช้โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์จะ
 ใช้นาน ๆ ครั้ง อดอยากจะเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์แชมพูทั่ว ๆ ไปแบบอื่น ๆ ด้วย สาเหตุที่ผู้บริโภค
 เลือกรักษาผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ เพื่อบำรุงสุขภาพเส้นผม และส่วนมากมี
 บุคคลอื่นในครอบครัวใช้ผลิตภัณฑ์ด้วย

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ จะรู้จักผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ครั้งแรก
 จากการแนะนำของเพื่อนและญาติ อย่างไรก็ตามผู้บริโภคบางส่วนยังไม่มีความจงรักภักดีในตัว-
 ผลิตภัณฑ์มากนัก เนื่องจากว่าผู้บริโภคจะเปลี่ยนไปซื้อยี่ห้ออื่น หากไม่สามารถหาซื้อยี่ห้อที่ใช้เป็น
 ประจําได้ นอกจากนี้ในกรณีที่ซื้อยี่ห้ออื่นลดราคา หรือมีการแจกแถม ผู้บริโภคบางคนจะยังคงใช้ยี่ห้อ
 เดิม และบางคนจะเปลี่ยนไปซื้อยี่ห้ออื่น ที่มีการส่งเสริมการตลาดแทน แต่เมื่อซื้อยี่ห้อที่ใช้เป็น
 ประจําที่มีการลดราคาหรือมีการแจกแถม ผู้บริโภคจะซื้อเพิ่มขึ้น และถ้าหากผู้บริโภคทราบว่า
 ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ มีคุณภาพในการบำรุงรักษาเส้นผมดีกว่าแชมพู
 ทั่ว ๆ ไป ผู้ใช้จะไม่ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นเลย และสิ่งที่ผู้ซื้อคำนึงถึงในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่
 มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้คือ ประสิทธิภาพในการบำรุงรักษาเส้นผม

ความคิดเห็นของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้มี
 ประสิทธิภาพในการช่วยป้องกันผมร่วง และประเภทของสภาพผมที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มี
 ส่วนผสมของว่านหางจระเข้ คือ ผมที่ร่วงเป็นประจำ และผมที่แห้งแตกปลาย ผู้บริโภคส่วนใหญ่
 ไม่ทราบว่า คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ที่แสดงสรรพคุณในคำ
 ราชบัญญัตินั้นเป็นจริงหรือไม่ แต่มีความเห็นว่าราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับคุณภาพ ขนาด
 บรรจุของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมดี แต่ควรปรับปรุงรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ และผู้บริโภคส่วนใหญ่
 มีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้มีผลต่อสภาพของเส้นผม คือสุขภาพ
 ผมดีขึ้น ผมดำขึ้นใหม่แตกปลายและผมร่วงน้อยลง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหาง-
จระเข้ในเขตกรุงเทพมหานครจากผู้บริโภคทั้งหมด 120 คน ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ผู้ผลิต

ควรพิจารณาปรับปรุงดังนี้

ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะสมุนไพรว่านหางจระเข้ ผู้ใช้บางรายมีอาการแพ้ คือ ผื่นแดงมากขึ้น มีอาการคันหนังศีรษะ ซึ่งในส่วนนี้ทางผู้ผลิตควรระวังในเรื่องของส่วนผสม เพราะอาจมีผลกระทบต่อชื่อเสียงของยี่ห้อผลิตภัณฑ์ของตน เพราะผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ในนี้มีการจัดจำหน่ายในลักษณะการบอกต่อกันแบบปากต่อปากเสียส่วนใหญ่ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อยอดขายของผู้ผลิต ดังนั้นในฉลากของผลิตภัณฑ์ควรแจ้งถึงอาการแพ้และข้อควรระวังสำหรับผู้บริโภคที่เริ่มทดลองใช้ เช่น แนะนำให้ใช้ในปริมาณที่น้อยก่อน เมื่อเกิดอาการแพ้ให้หยุดใช้ทันที เป็นการแนะนำเพื่อไม่ให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตเองในเรื่องกลิ่นควรมีการใส่กลิ่นที่เป็นธรรมชาติที่สุด เพื่อให้ผู้ใช้เกิดความรู้สึกว่าได้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีสมุนไพรจากธรรมชาติจริง ๆ ส่วนในด้านของประเภทของผลิตภัณฑ์ควรปรับปรุงและพัฒนาให้มีส่วนผสมของสมุนไพรต่าง ๆ ที่จะมีผลในการช่วยบำรุงรักษาเส้นผมให้แข็งแรงมากขึ้น และให้เหมาะกับสภาพผมแบบต่าง ๆ เช่น ผมแห้งแตกปลาย ผมมัน ผมที่ผ่านการย้อมตัดหรือผมที่ขาดการบำรุงรักษาเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากกว่าเดิม

ด้านหีบห่อ ผู้ผลิตควรปรับปรุงรูปแบบและสีสันทให้สวยงาม น่าสนใจมากขึ้น เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจในขณะที่ที่อยู่บนชั้นแสดงสินค้า ที่ถูกจัดอยู่ร่วมกับผลิตภัณฑ์แชมพูทั่วไปที่มีอยู่มากมายหลายยี่ห้อ ควรปรับปรุงฝาเปิด-ปิด ให้สะดวกและง่ายแก่การใช้ มีขนาดขวดที่สามารถหยิบจับได้สะดวกและถนัดมือ เพื่อทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าคุณค่าและเหมาะสมกับราคา

ด้านราคา ผู้ผลิตควรจะหาทางลดต้นทุนการผลิตลง เพื่อให้การกำหนดราคาขายของผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ลดต่ำลง อาจทำได้โดยการส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกว่านหางจระเข้มากขึ้น เป็นการแก้ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบที่ส่งผลถึงราคาของผลิตภัณฑ์ที่สูงทำให้ผู้บริโภคต้องเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์แชมพูทั่ว ๆ ไปที่มีราคาถูกกว่า หรือหากผู้ผลิตมีกำลังการผลิตเพียงพอ การทำธุรกิจมีลักษณะครบวงจร คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ เช่น ว่านหางจระเข้กระป๋อง และ น้ำว่านหางจระเข้ จากนั้นนำเศษของวัตถุดิบคือว่านหางจระเข้ที่เหลือจากการผลิตว่านหางจระเข้กระป๋อง มาผลิตผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ เป็นวิธีการใช้วัตถุดิบอย่างคุ้มค่าวิธีหนึ่ง และเป็นการช่วยลดต้นทุนที่จะทำให้ราคาของผลิตภัณฑ์ต่ำลงได้จะมีส่วนทำให้ผู้บริโภคใช้ผลิตภัณฑ์เป็นประจำเพิ่มขึ้น สามารถเพิ่มยอดขายได้อีกจำนวนหนึ่ง

ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ผลิตบางรายควรที่จะเพิ่มการขายตรงไปยังผู้บริโภคให้มากขึ้น เพราะวิธีการนี้ สามารถทำให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงสรรพคุณ และประโยชน์ต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ได้มากขึ้น จะทำให้สามารถเพิ่มยอดขายได้อีกระดับหนึ่ง

ด้านการส่งเสริมการตลาด หากผู้ผลิตมีงบประมาณมากพอควรจะมีการเน้นการโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้เป็นที่รู้จักและทราบถึงประโยชน์ หรือสรรพคุณของสมุนไพรชนิดนี้ให้มากขึ้น และมีกิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การแจกและแถมผลิตภัณฑ์ที่สามารถดึงดูดให้ผู้ซื้อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์มากขึ้น เป็นการเพิ่มยอดขายให้ผู้ผลิต หากจะเน้นแต่คุณภาพของสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่ไม่คำนึงถึงการส่งเสริมการขายเลย ผลิตภัณฑ์ก็จะไม่สามารถเพิ่มยอดขายได้มากไปกว่าปัจจุบัน ที่เป็นเช่นนี้ เพราะสินค้าที่มีคุณภาพดีหากขาดการส่งเสริมการขายที่ดีผลิตภัณฑ์ก็ไม่สามารถประสบความสำเร็จได้ การส่งเสริมการขายแม้จะต้องเสียงบประมาณบางส่วนกับค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมากก็ตาม แต่หากดำเนินการวางแผนการตลาดที่ดีพอประโยชน์ที่ได้รับ ก็จะทำให้บริษัทสามารถเพิ่มส่วนแบ่งในตลาดได้บ้างไม่มากนักน้อย

ผู้บริโภค

ควรพิจารณาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ดังนี้

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ เป็นผลิตภัณฑ์ผสมสมุนไพรที่สามารถช่วยบำรุงหนังศีรษะ ป้องกันผมร่วง ทำให้ผมดำขึ้น แต่อย่างไรก็ตามสมุนไพรว่านหางจระเข้นั้นในบางคนอาจมีอาการแพ้ คือเกิดอาการคันศีรษะและผมร่วงมากขึ้น ดังนั้นหากไม่แน่ใจว่าแพ้สมุนไพรชนิดนี้หรือไม่ ก็ควรทดลองใช้ในปริมาณน้อยก่อน แล้วจึงเพิ่มปริมาณมากขึ้น และในสรรพคุณของสมุนไพรชนิดนี้นั้น บางยี่ห้อก็มีการโฆษณาชวนเชื่อถึงสรรพคุณในลักษณะที่เกินความจริง เช่น บอกว่าช่วยทำให้ผมดำขึ้น แล้วขายในราคาที่สูง ซึ่งผู้ใช้ควรระวังและควรที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าด้วย

ตั้งข้อแนะนำที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วทั้งในด้านของผู้ผลิตและผู้บริโภค แต่จากข่าวคราวที่ได้ออกอากาศทางโทรทัศน์ในวันที่ 25 ตุลาคม พ.ศ. 2536 ในรายการข่าวภาคค่ำที่นายอาทิตย์ อุไรรัตน์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข ได้กล่าวไว้ มีใจความว่าให้ผู้บริโภคอย่าหลงเชื่อคำโฆษณาอวดอ้างถึงสรรพคุณต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ ว่านหางจระเข้ และแนบฝังว่าสามารถรักษาโรคภัยต่าง ๆ ได้ แล้วนำมาขายในราคาที่แพง เป็นการหลอกลวงผู้บริโภคให้หลงเชื่อ ซึ่งจากเนื้อหาข่าวที่ออกมาทางผู้ศึกษาเองคิดว่า แม้จะเป็นการเน้นที่ผลิตภัณฑ์ว่านหางจระเข้ที่ผลิตขึ้นสำหรับรับประทาน ไม่ได้พาดพิงถึงผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ แต่อย่างไรก็ตามน่าจะมีผลกระทบบ้างไม่มากนักน้อย ทางผู้ผลิตเองก็ควรจะไปพิจารณาและแก้ไขปรับปรุงทั้งในด้านของการประชาสัมพันธ์ถึงสรรพคุณ และในด้านของราคา ส่วนทางผู้บริโภคก็ควรจะใช้วิจารณญาณก่อนจะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า เพื่อไม่ให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ผลิตที่หวังผลประโยชน์ส่วนตัวเพียงอย่างเดียว

เอกสารอ้างอิง

ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา . 2527 . การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แชมพูสระผมในเขตกรุงเทพมหานคร . กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท , จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .

ทัศนีย์ เมฆอริยะ . 2535 . ว่านหางจระเข้ตำรับแพทย์จีน . (พิมพ์ครั้งที่ 6) . กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ ยินหยาง .

นिरนาม . 2534 . คู่มือว่านหางจระเข้สมุนไพรที่ศรัทธาจากธรรมชาติ . (พิมพ์ครั้งที่ 5) . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ บริษัท เพรส โปรดักส์ จำกัด .

_____ . 2535ก . "แนวโน้มสินค้าอุปโภค-บริโภคในปี 2000 " . ฐานเศรษฐกิจ . (22-25 พฤศจิกายน 2535) : น.63-64

_____ . 2535ข . "แนะนำผลิตภัณฑ์ว่านหางจระเข้ ตลาดยังขยายได้อีกมาก" . ข่าวพาณิชย์ . (7-13 กรกฎาคม 2535) : น.26

ปทุมมาศ สุขตลอดชีพ . 2536 . ผู้จัดการบริษัทสมุนไพรสุภาภรณ์ . สัมภาษณ์ , 27 ตุลาคม 2536 .

ปริญญา ทองสุทธิ . 2532 . การศึกษาสภาวะการปลูกว่านหางจระเข้ของเกษตรกรในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ปีการเพาะปลูก 2532 . กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตพิเศษ . สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง .

ปานทิพย์ เปลี่ยนรมณี . 2536 . "ว่านหางจระเข้สินค้าดีมีอนาคต" . คู่แข่งธุรกิจ . (31 พฤษภาคม - 6 มิถุนายน 2536) : น.55

ภาคผนวก

เลขที่ _____

แบบสอบถามปัญหาพิเศษ

เรื่อง พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำแนะนำ ให้ทำเครื่องหมาย / ใน () หน้าข้อที่ท่านเลือกและกรอกข้อความลงในช่องว่าง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

 1.ชาย 2.หญิง

2. อายุ _____ ปี

3. สถานภาพ

 1.โสด 2.สมรส 3.หม้าย

4. ระดับการศึกษา

 1.ประถมศึกษา 2.มัธยมศึกษาตอนต้น 3.มัธยมศึกษาตอนปลาย 4.อาชีวศึกษา หรือเทียบเท่า 5.อนุปริญญา 6.ปริญญาตรี 7.สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

 1.นักเรียน/นักศึกษา 2.รับราชการ 3.พนักงานรัฐวิสาหกิจ 4.พนักงานบริษัทเอกชน 5.ธุรกิจส่วนตัว 6.แม่บ้าน 7.อื่น ๆ (ระบุ) _____

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- () 1. ต่ำกว่า 2,501 บาท () 2. 2,501 - 4,500 บาท
 () 3. 4,501 - 6,500 บาท () 4. 6,501 - 8,500 บาท
 () 5. 8,501 - 10,500 บาท () 6. มากกว่า 10,500 บาท

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

1. ท่านเป็นผู้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้เองหรือไม่

- () 1. ใช่ () 2. ไม่ใช่ ผู้เลือกซื้อคือ-----

หมายเหตุ : ถ้าท่านไม่ใช่ผู้เลือกซื้อกรุณาข้ามไปตอบข้อ 7

2. บกดีท่านซื้อผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้จากสถานที่ใดเป็นประจำ

- () 1. ร้านค้าทั่วไป () 2. ซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป
 () 3. ซื้อจากพนักงานขายโดยตรง () 4. อื่น ๆ (ระบุ)_____

3. ท่านเลือกซื้อขนาดใดเป็นประจำ

- () 1. ขนาดเล็ก (100 ซี.ซี.) () 2. ขนาดกลาง (220 ซี.ซี.)
 () 3. ขนาดใหญ่ (400 ซี.ซี.) () 4. อื่น ๆ (ระบุ)_____

4. จำนวนที่ซื้อในแต่ละครั้ง

- () 1. 1-2 ขวด () 2. 3-5 ขวด
 () 3. 6-10 ขวด () 4. มากกว่า 10 ขวด ขึ้นไป

5. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ยี่ห้อใดเป็นประจำ

- () 1. ชันสมายด์ () 2. ใบบัว
 () 3. Pattana Aloe () 4. V. EXCEL
 () 5. Aloe vera Shampoo () 6. อื่น ๆ (ระบุ)_____

6. ท่านเลือกซื้อยี่ห้อที่ท่านใช้เป็นประจำเนื่องจาก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 1. เชื่อในคุณภาพ () 2. ความเคยชิน
 () 3. ชอบการโฆษณา () 4. ราคาเหมาะสม
 () 5. หาซื้อง่าย () 6. อื่น ๆ (ระบุ) _____
7. ท่านชอบใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้หรือไม่
- () 1. ชอบ () 2. เฉย ๆ () 3. ไม่ชอบ เพราะ _____
8. ท่านใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้เป็นประจำหรือไม่
- () 1. ประจำ
 () 2. ไม่ประจำ เพราะ _____ (ข้ามไปตอบข้อ 10)
9. ใช้มาเป็นเวลา ระบุ _____
10. ท่านใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ยี่ห้อใดเป็นประจำ
- () 1. ชันสมายด์ () 2. ใบว่าน
 () 3. Pattana Aloe () 4. V. EXCEL
 () 5. Aloe vera Shampoo () 6. อื่น ๆ (ระบุ) _____
11. ประเภทของผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ที่ท่านใช้เป็นประจำ
- () 1. ผสมว่านหางจระเข้อย่างเดียว () 2. ผสมว่านหางจระเข้และใบมะกรูด
 () 3. ผสมว่านหางจระเข้และดอกอัญชัน () 4. อื่น ๆ (ระบุ) _____
12. ท่านใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้โดยเฉลี่ยสัปดาห์ละ
- () 1. 1-2 ครั้ง () 2. 3-4 ครั้ง
 () 3. 5-6 ครั้ง () 4. ใช้ทุกวัน
 () 5. นาน ๆ ใช้นาน ๆ () 6. อื่น ๆ (ระบุ) _____

13. สาเหตุที่ท่านใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. เพื่อบำรุงสุขภาพเส้นผม () 2. คนรู้จักแนะนำ
 () 3. ความเชื่อที่ดี () 4. มีพนักงานขายโดยตรงมาแนะนำ
 () 5. อื่น ๆ (ระบุ) _____

14. มีบุคคลอื่นในครอบครัวของท่านใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้หรือไม่

- () 1. มี ระบุ _____ () 2. ไม่มี

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

1. ท่านรู้จักผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ครั้งแรกจาก

- () 1. เพื่อน/ญาติแนะนำ () 2. โทรทัศน์
 () 3. วิทยุ () 4. หนังสือพิมพ์
 () 5. นิตยสาร/วารสาร () 6. อื่น ๆ (ระบุ) _____

2. ในกรณีที่ท่านหาซื้อยี่ห้อที่ท่านใช้เป็นประจำไม่ได้ ท่านจะ

- () 1. หาซื้อจากร้านค้าอื่นที่มี () 2. ซื้อยี่ห้ออื่นแทน
 () 3. ไม่ซื้อเลย () 4. อื่น ๆ (ระบุ) _____

4. ถ้ายี่ห้ออื่นลดราคาหรือมีการแจก แคม ท่านจะ

- () 1. ยังคงเลือกใช้ยี่ห้อเดิม () 2. เปลี่ยนไปใช้ยี่ห้ออื่น
 () 3. ใช้ยี่ห้อที่ลดราคา หลังจากนั้นจะกลับมาใช้ยี่ห้อเดิม

5. ถ้ายี่ห้อที่ท่านซื้อ ลดราคา หรือมีการแจก แคม ท่านจะ

- () 1. ซื้อเท่าเดิม () 2. ซื้อเพิ่มขึ้น () 3. ไม่แน่ใจ

6. ถ้าท่านทราบว่าผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้มีคุณภาพทางการบำรุงรักษาเส้นผมน้อยกว่ายาสระผมทั่วไปที่มีราคาถูกกว่า ท่านจะ

- () 1. ใช้ตามปกติ () 2. ใช้ลดลง () 3. ไม่ใช้เลย

7. ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาสระผม ท่านคำนึงถึงสิ่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ยี่ห้อ () 2. เหมาะกับสภาพผม
() 3. มีประสิทธิภาพในการรักษาเส้นผม () 4. ราคา
() 5. ลักษณะที่บ่อ () 6. ขนาดบรรจุ
() 7. อื่น ๆ (ระบุ) _____

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

1. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ ช่วยรักษาเส้นผมอย่างไรบ้าง

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ช่วยทำให้ผมดำขึ้น () 2. ช่วยทำให้ผมดกขึ้น
() 3. ป้องกันผมร่วง () 4. ป้องกัน และลดการเกิดรังแค
() 5. รักษาผมแห้งแตกปลาย () 6. ช่วยทำให้เส้นผมที่มัน มีความมันลดลง
() 7. อื่น ๆ (ระบุ) _____

2. ท่านคิดว่าบุคคลที่มีสภาพเส้นผมเช่นไรควรใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ผมแห้งแตกปลาย () 2. ผมมัน
() 3. ผมร่วงเป็นประจำ () 4. ผมที่มีรังแคมาก
() 5. ผมน้อย (ศีรษะล้าน) () 6. อื่น ๆ (ระบุ) _____

3. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้มีคุณสมบัติจริงตามคำโฆษณาหรือไม่

- () 1. จริง () 2. ไม่ทราบ () 3. ไม่จริง

4. ท่านคิดว่าราคาของผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้เป็นอย่างไร เมื่อเทียบกับคุณภาพ
- () 1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
- () 2. ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ คือ _____
5. ขนาดบรรจุในปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้เป็นอย่างไร
- () 1. เหมาะสม () 2. ไม่เหมาะสม ควรจะ _____
6. รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้เป็นอย่างไร
- () 1. สวยงาม () 2. ธรรมดา () 3. ควรปรับปรุง
7. ท่านใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้แล้วมีผลต่อสุขภาพผมหรือไม่
- () 1. มี คือ _____ () 2. ไม่มี

ขอขอบคุณที่กรุณาให้ความร่วมมือ ___/___/___

