



ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

ทัศนคติของผู้บริโภคต่อการใช้น้ำหอมธรรมชาติในเขตกรุงเทพมหานคร

Consumer Behavior toward to use Natural Perfume in Bangkok



T097430

โดย

นางสาวเพ็ญพรรณ สุรัตติพรสิน

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

ร.พ.

พ.ศ. ๒๕๓๗

๒๕๓๗

พ.ศ. 2537

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน 07430
วันเดือนปี ๒๕๓๗ ๑๐ ๐

สถานภาพโรค เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีใช้น้ำหอมที่นำเข้าจากต่างประเทศ เหตุผลของผู้บริโภคที่นิยมใช้น้ำหอม คือ ต้องการกลิ่นหอมและเพื่อเสริมบุคลิกภาพ สำหรับผู้บริโภคที่ไม่นิยมใช้น้ำหอม เพราะคิดว่าไม่มีความจำเป็น รูปลักษณ์ของน้ำหอมที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีใช้น้ำหอม คือ โครลญจน์ (Cologne) ขนาดบรรจุ 50 มิลลิลิตร นิยมกลิ่นหอมอ่อน ๆ และมักใช้เวลาก่อนออกจากบ้าน โดยใช้เวลาประมาณทุกวัน สถานที่ที่นิยมไปซื้อเป็นประจำคือ เคาน์เตอร์น้ำหอมในห้างสรรพสินค้า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีทัศนคติว่า กลิ่นของน้ำหอมและบุคลิกภาพมีผลมากต่อการเลือกใช้น้ำหอม โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีบุคลิกลักษณะร่าเริงแจ่มใส นอกจากนี้ผู้บริโภคมีความเห็นว่าราคาของน้ำหอมสูงเกินไปและเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่เคยใช้น้ำหอมที่ผลิตในประเทศไทย และคิดว่าการใช้น้ำหอมไม่จำเป็นต้องเป็นน้ำหอมธรรมชาติ สำหรับกลิ่นของน้ำหอมธรรมชาติที่ได้นำมาเป็นตัวอย่างให้ผู้บริโภคได้ทดสอบ พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบกลิ่นบูเก้และกลิ่นออกคิด อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่เห็นความจำเป็นที่จะต้องใช้น้ำหอมธรรมชาติ เนื่องจากกลิ่นของน้ำหอมธรรมชาติไม่ติดทนนาน ส่วนในด้านของผู้ผลิต การผลิตน้ำหอมธรรมชาติต้องใช้ต้นทุนในการผลิตสูงมาก ฉะนั้นน้ำหอมที่จำหน่ายอยู่ทั่วไปจึงเป็นน้ำหอมประเภทที่สกัดมาจากธรรมชาติผสมกับสารสังเคราะห์ และประเภทน้ำหอมที่สกัดจากสารสังเคราะห์ทั้งหมด

ปัจจุบันน้ำหอมที่จำหน่ายในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นน้ำหอมที่นำเข้าจากต่างประเทศ เนื่องจากผู้บริโภคสินค้าประเภทนี้มักยึดติดกับเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียง ได้รับความนิยแพร่หลายในต่างประเทศ แต่ราคาน้ำหอมที่นำเข้าจะมีราคาค่อนข้างสูง เพราะต้องเสียภาษีนำเข้า ภาษีสรรพสามิตและภาษีมูลค่าเพิ่ม สำหรับผู้มีรายได้สูงแล้ว เรื่องราคาไม่ใช่ข้อสรรคสำคัญ ส่วนใหญ่จึงนิยมซื้อจากห้างสรรพสินค้าชั้นนำในประเทศ หรือบางรายที่เดินทางไปต่างประเทศเป็นประจำก็มักซื้อน้ำหอมมาด้วย ส่วนผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลางซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากมักนิยมซื้อน้ำหอมที่ลักลอบนำเข้า ซึ่งมีราคาต่ำกว่า เพราะไม่ต้องเสียภาษี ทว่าก็ต้องสูญเสียเงินตราต่างประเทศในการนำเข้าและยังขาดรายได้จากภาษีที่พึงได้ ฉะนั้น ขอเสนอแนะภาครัฐบาลให้มีการส่งเสริมการผลิตน้ำหอมขึ้นเองในประเทศ โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยทัดเทียมกับต่างประเทศ สกัดกลิ่นหอมจากวัตถุดิบที่มีอยู่อย่างอุดมสมบูรณ์ในประเทศ คือ ดอกไม้ไทยที่มีกลิ่นหอมนานาชนิด เพื่อปรุงแต่งให้ได้กลิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งจะมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าการนำเข้าวัตถุดิบ

ดิบที่หายากในต่างประเทศหรือการสั่งหัวน้ำหอมและปรุงแต่งจากต่างประเทศ และเพื่อที่จะดึงดูด
กลุ่มผู้บริโภคที่ยังยึดติดกับสินค้าจากต่างประเทศ ผู้ผลิตควรเพิ่มคุณค่าแก่สินค้าตั้งแต่การตั้งชื่อ
ที่เป็นสากล การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่หรูหราและสวยงาม การเน้นให้ความสำคัญในด้านช่องทาง
การจำหน่าย สื่อการโฆษณา การแนะนำสินค้าเข้าสู่ตลาด และนอกจากการขายตลาดภายใน
ประเทศ เพื่อประหยัดเงินตราที่ต้องสูญเสียไปในการนำหัวน้ำหอมจากต่างประเทศลงไปได้
บางส่วนแล้วยังมีช่องทางที่จะสามารถส่งไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศ เพื่อเพิ่มพูนรายได้แก่
ประเทศและเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรของไทยได้อีกทางหนึ่งด้วย

คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ และอาจารย์เสาวรีย์ ตะโพนทอง กรรมการปัญหาพิเศษ ที่ให้ความช่วยเหลือในการให้คำปรึกษาแนะนำและตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนสำเร็จได้ด้วยดี ขอขอบคุณคุณพุทธิพร ผดุงกุล HRD. Training Manager , The Body Shop International PLC Earth Care Company Limited. ที่ได้กรุณาให้สัมภาษณ์ ทำให้ผู้ศึกษาได้รู้จักน้ำหอมธรรมชาติเพิ่มขึ้น ขอขอบคุณคุณประเทืองศรี สิ้นชัยศรี ที่ได้ให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับน้ำมันหอมระเหย ขอขอบคุณคุณเบญจวรรณ ผดุงพันธ์ แห่งบริษัทอุตสาหกรรมเครื่องหอมไทย-จีน จำกัด ที่ได้กรุณาให้ตัวอย่างน้ำหอมธรรมชาติมาใช้ประกอบการศึกษาในครั้งนี้ อีกทั้งให้คำแนะนำเพิ่มเติมเกี่ยวกับอุตสาหกรรมน้ำหอมในประเทศไทย และสุดท้ายนี้ ขอขอบคุณผู้ให้ความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อการใช้น้ำหอมธรรมชาติทุกท่าน ขอขอบคุณเพื่อนทุกคนที่ให้การกำลังใจและช่วยเหลือในการทำแบบสอบถาม ทำให้ปัญหาพิเศษสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังที่ได้ตั้งไว้เป็นอย่างดี ผู้เขียนขอขอบคุณมา ณ ที่นี้

เพ็ญพรรณ สุรัตติพรสิน

23 ธันวาคม 2537

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(4)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตการศึกษา	4
นิยามศัพท์	4
การตรวจเอกสาร	6
วิธีการศึกษา	7
บทที่ 2 สภาวะการผลิตและการตลาดน้ำหอมในประเทศไทย	10
ประเภทของน้ำหอม	10
การผลิตน้ำหอม	11
ลักษณะตลาดน้ำหอมในประเทศไทย	12
การจำหน่าย	13
ปัญหาของอุตสาหกรรมน้ำหอมในประเทศไทยและแนวทางแก้ไข	14
บทที่ 3 สภาวะการผลิตและการตลาดของอุตสาหกรรมน้ำมันหอมระเหยในประเทศไทย	15
ความหมายของน้ำมันหอมระเหย	15
วิวัฒนาการของอุตสาหกรรมน้ำมันหอมระเหยในประเทศไทย	15
กระบวนการผลิตน้ำมันหอมระเหยในทางอุตสาหกรรม	16
ลักษณะของผู้ผลิตอุตสาหกรรมน้ำมันหอมระเหยในประเทศไทย	23
ลักษณะตลาดอุตสาหกรรมน้ำมันหอมระเหยในประเทศไทย	24
วิธีการตลาดของอุตสาหกรรมน้ำมันหอมระเหยในประเทศไทย	25
ราคาจำหน่าย	27

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ประโยชน์ของน้ำมันหอมระเหยในทางอุตสาหกรรม	27
ประโยชน์ของน้ำมันหอมระเหยในทางกลิ่นบำบัด (Aromatherapy)	28
ปัญหาของอุตสาหกรรมน้ำมันหอมระเหยในประเทศไทยและแนวทางแก้ไข	30
บทที่ 4 ผลการศึกษา	33
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภคร	33
ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการใช้น้ำหอมของผู้บริโภคร	36
ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติ	44
ตอนที่ 4 ทศนคติของผู้บริโภครที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติ	47
บทที่ 5 สรूपและข้อเสนอแนะ	54
สรूप	54
ข้อเสนอแนะ	55
เอกสารอ้างอิง	56
ภาคผนวก	58

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริภค	35
2	ความนิยมและไม่นิยมใช้น้ำหอมของผู้บริภค	37
3	ลักษณะของน้ำหอมที่ผู้บริภคเลือกใช้	37
4	สาเหตุที่ผู้บริภคนิยมใช้น้ำหอม	38
5	สาเหตุที่ผู้บริภคไม่นิยมใช้น้ำหอม	39
6	ชนิดของน้ำหอมที่ผู้บริภคนิยมใช้	40
7	รูปลักษณ์ ขนาดบรรจุภัณฑ์ และกลิ่นของน้ำหอมที่ผู้บริภคนิยมใช้	41
8	เวลาที่ผู้บริภคนิยมใช้น้ำหอม	42
9	ความถี่ในการใช้น้ำหอมของผู้บริภค	42
10	สถานที่ที่ผู้บริภคนิยมไปซื้อน้ำหอมเป็นประจำ	43
11	ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติของผู้บริภค	44
12	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติ	45
13	บุคลิกลักษณะมีผล/ไม่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติ	46
14	บุคลิกลักษณะของผู้บริภคที่คิดว่ามีผลต่อการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติ	46
15	ทัศนคติต่อราคาของน้ำหอม	47
16	น้ำหอมเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยจริง/ไม่จริง	48
17	ทัศนคติเกี่ยวกับยี่ห้อที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำหอม	48
18	ทัศนคติต่อขนาดบรรจุภัณฑ์และลักษณะบรรจุภัณฑ์ของน้ำหอม	49
19	เคย/ไม่เคยใช้น้ำหอมที่ผลิตในประเทศไทย	50
20	ทัศนคติเกี่ยวกับคุณภาพน้ำหอมที่ผลิตในประเทศไทย	50
21	ทัศนคติเกี่ยวกับความจำเป็นในการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติ	51
22	ความสำคัญของกลิ่นต่อการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติ	51
23	ทัศนคติต่อตัวอย่าง 3 กลิ่นของกลิ่นน้ำหอมธรรมชาติ	52
24	ทัศนคติต่อกลิ่นของน้ำหอมธรรมชาติ	53
25	ชนิด แหล่งที่มา กลิ่น และคุณสมบัติของน้ำหอมระเหย	65

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 การผลิตน้ำมันหอมระเหยของโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องหอมไทย-จีน จำกัด	21
2 วิธีการตลาดของอุตสาหกรรมน้ำมันหอมระเหย	26

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่กำลังเร่งพัฒนาเศรษฐกิจให้เจริญก้าวหน้า ดังจะเห็นได้จากภาวะเศรษฐกิจที่กำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่องมาโดยลำดับ ส่งผลให้มาตรฐานในการดำรงชีวิตของคนไทย โดยเฉพาะในสังคมเมืองต้องปรับตัวสูงขึ้น และพฤติกรรมของผู้บริโภคก็เปลี่ยนแปลงไปสู่กระแสรักการก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ซึ่งสามารถสังเกตได้จากความพิถีพิถันในการแต่งกายเพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพกันมากขึ้น นอกจากนี้สินค้าบางประเภทที่จัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย เช่น น้ำหอม ได้รับความนิยมสูงขึ้นและขยายกว้างไปยังกลุ่มลูกค้าสุภาพบุรุษและกลุ่มวัยรุ่น จากเดิมที่การใช้ น้ำหอมจำกัดอยู่ในวงแคบเฉพาะกลุ่มลูกค้าสุภาพสตรีเท่านั้น

สำหรับการผลิตน้ำหอมในประเทศไทยมีมาช้านานแล้ว ในลักษณะของการผลิตเพื่อไว้ใช้เองหรือแจกจ่ายญาติมิตร โดยใช้บรรดาดอกไม้ไทยกลิ่นต่าง ๆ มาปรุงแต่งกลิ่นด้วยขั้นตอนง่าย ๆ ซึ่งนิยมเรียกว่า น้ำอบ ต่อมาเมื่อน้ำหอมจากต่างประเทศได้เข้ามาแพร่หลายในประเทศไทยมากขึ้น ทำให้ผู้ติดต่อผู้ผลิตน้ำหอมภายใต้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศ เพื่อขอเป็นตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทยเพิ่มขึ้นตามลำดับ โดยส่วนใหญ่จะนำเข้าเป็นน้ำหอมสำเร็จรูป และมีบางรายที่นำเข้าน้ำหอมมาบรรจุขวดภายในประเทศ ส่วนการผลิตน้ำหอมภายในประเทศยังไม่พัฒนาเท่าที่ควร ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าหัวน้ำหอมที่สกัดจากต่างประเทศมาผสมหรือรับจ้างผลิตหัวน้ำหอมให้แก่อุตสาหกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์ความสะอาด เช่น สบู่ แป้ง เป็นต้น

อุตสาหกรรมน้ำหอมเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ซับซ้อนจากน้ำมันหอมระเหย ซึ่งการที่จะได้น้ำหอมออกมาแต่ละกลิ่นต้องผ่านหลายขั้นตอน ตั้งแต่การหาแหล่งของหัวน้ำหอม การสกัดหัวน้ำหอม การผสมกลิ่น เป็นต้น แหล่งของหัวน้ำหอมได้มาจากสองแหล่ง คือจากธรรมชาติและจากการสังเคราะห์สารเคมี หัวน้ำหอมจากธรรมชาติได้ทั้งจากพืชและสัตว์ ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่สามารถผลิตหัวน้ำหอมได้จากแหล่งธรรมชาติ ทั้งนี้เป็นเพราะตั้งอยู่ในเขต

ร้อนชื้น ภูมิอากาศเหมาะกับการเจริญเติบโตของพืชนาชนิด ทำให้มีพืชพรรณธัญญาหารมากมาย รวมทั้งไม้ดอกไม้ประดับและต้นไม้ที่มีกลิ่นหอม ให้นำน้ำมันหอมระเหย (Essential oil) น้ำมันหอมระเหยเหล่านี้มีประโยชน์มากในอุตสาหกรรมน้ำหอม สารแต่งกลิ่น รสชาติ ครีม สบู่ แชมพู โรลออน น้ำยาซักแห้ง ฯลฯ นอกจากนี้ยังสามารถนำกลิ่น (Flavour) ต่าง ๆ ไปใช้ปรุงแต่งกลิ่นและรสในอาหาร เพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค (กรมวิชาการเกษตร , 2535) จากผลการสำรวจของผู้เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมพืชน้ำมันหอมระเหย ปรากฏว่าบรรดาพืช (ทั้งประเภทล้มลุก กึ่งล้มลุก และยืนต้น) ที่มีกลิ่นหอม (Aromatic plants) ซึ่งในโลกนี้มีอยู่ทั้งสิ้นประมาณ 3,500 ชนิดนั้น ในจำนวนนี้ปรากฏว่าเป็นพืชในเขตเมืองร้อนกับกึ่งเมืองร้อนในอัตราส่วน 3 ใน 4 ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าประเทศเมืองร้อนหรือกึ่งเมืองร้อน ซึ่งรวมทั้งประเทศไทยได้เปรียบกว่าประเทศในเขตหนาว เนื่องจากธรรมชาติเอื้ออำนวยในด้านวัตถุดิบ ส่วนในเรื่องอุปสงค์ของตลาดโลกจะมีความใกล้เคียงหรือมากกว่าอุปทานตลอดมา ดังนั้นภาวะตลาดของสินค้าประเภทนี้จึงนับได้ว่ามั่นคง เพราะการเคลื่อนไหวของราคาค่อนข้างจะสม่ำเสมอ (ชเนศ , 2526)

จากข้อมูลข้างต้นจึงกล่าวได้ว่าการสกัดน้ำมันหอมระเหยจากธรรมชาติจะเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศต่อไปในภายภาคหน้า และสามารถที่จะนำเงินตราจากต่างประเทศเข้าประเทศไทย เป็นการลดการขาดดุลการค้าของประเทศ และเป็นช่องทางหนึ่งที่จะเพิ่มพูนรายได้ให้แก่ประเทศ ลดปัญหาคนว่างงานและเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร ทั้งนี้จะต้องได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐบาล ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมให้มีการผลิตน้ำหอมขึ้นเองในประเทศโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยทัดเทียมกับต่างประเทศ มีการพัฒนาบุคลากรช่วยเหลือและสนับสนุนโครงการค้นคว้าวิจัยต่าง ๆ ที่สำคัญคือการวางแผนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภคให้สนใจ และเห็นคุณค่าที่มีคุณภาพได้มาตรฐานของน้ำหอมธรรมชาติที่ผลิตขึ้นภายในประเทศด้วยฝีมือคนไทย โดยอาจได้รับความร่วมมือจากภาคเอกชน ซึ่งถือเป็นแหล่งระดมทุนในการพัฒนาอุตสาหกรรมการสกัดน้ำมันหอมจากพืชที่สำคัญ อย่างไรก็ตาม เมื่อ พ.ศ. 2535 ประเทศไทยสามารถผลิตและจำหน่ายน้ำหอมในรูปแบบสากล เป็นที่ยอมรับทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ เริ่มต้นจากความสนใจในการวิจัยค้นคว้าผสมพันธุ์กล้วยไม้ไทยพันธุ์ใหม่ที่มีกลิ่นหอมชื่อว่า มิสอุดรชันไชน์ (ธนาคารกสิกรไทย , 2535 : 8) และได้มีบริษัทขายตรงน้ำหอมของประเทศฝรั่งเศสซึ่งตั้งอยู่ในประเทศไทยขอซื้อลิขสิทธิ์กล้วยไม้พันธุ์ดังกล่าว เพื่อสกัดกลิ่นไปทำ

น้ำหอม ต่อมาได้ผลิตน้ำหอมเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งกลิ่น ซึ่งสกัดจากกล้วยไม้พันธุ์ใหม่ของไทย แต่ก่อนหน้านี้นั้นเมื่อประมาณ พ.ศ. 2518 มีนักวิทยาศาสตร์ไทยประสบความสำเร็จในการค้นพบการสกัดน้ำมันดอกมะลิโดยใช้ความพยายามถึง 3 ปี (นิรินาม , 2520) และมีโครงการเปิดบริษัทผลิตน้ำหอมที่สกัดหัวน้ำหอมจากดอกมะลิซึ่งเป็นการลงทุนของคนไทย เป็นชาวที่อยู่ในความสนใจและสร้างความยินดีให้กับคนไทยมากเมื่อสิบปีที่ผ่านมาจากผลงานของคนไทยที่สามารถสกัดน้ำมันจากดอกกล้วยไม้และดอกมะลิเพื่อนำไปเป็นหัวน้ำหอมในการผลิตน้ำหอมได้นั้น แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยสามารถที่จะผลิตน้ำหอมขึ้นเองในประเทศได้ ไม่จำเป็นต้องสูญเสียเงินตราต่างประเทศในการนำหัวน้ำหอมมาจากนาย ประเทศไทยมีบุคลากรที่มีความสามารถ มีวัตถุดิบที่เพียงพอ สามารถพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ ในการผลิตให้ทัดเทียมต่างประเทศได้ และความสำเร็จที่เกิดขึ้นจะสามารถก้าวต่อไปได้อย่างแน่นอน หากได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเลือกศึกษาถึงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้น้ำหอมธรรมชาติ เนื่องจากว่าจะเป็นประโยชน์ในการศึกษาถึงสภาพการผลิตและการตลาดของอุตสาหกรรมน้ำหอมในประเทศไทยและอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่ใช้น้ำมันหอมระเหยในการผลิต เพื่อให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมจากน้ำมันหอมระเหยของไทยต่อไปได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้น้ำหอมธรรมชาติในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาถึงสภาวะการผลิตและการตลาดของอุตสาหกรรมน้ำหอมในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาถึงประโยชน์ของน้ำมันหอมระเหยในอุตสาหกรรมอื่น ๆ นอกเหนือไปจากอุตสาหกรรมน้ำหอม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้น้ำมันหอมธรรมชาติในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ทำให้ทราบถึงสภาวะการผลิตและการตลาดของอุตสาหกรรมน้ำมันหอมในประเทศไทย
3. ทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคของการผลิตน้ำมันหอมธรรมชาติในประเทศไทย
4. ผลการศึกษาทำให้ทราบถึงแนวทางในการที่จะนำไม้ที่มีกลิ่นหอมที่มีอยู่ในประเทศมาซึ่งทำให้เกิดประโยชน์ เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมน้ำมันหอมและอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่ใช้ประโยชน์จากน้ำมันหอมระเหย
5. ผลการศึกษาจะเป็นแนวทางในการส่งเสริมให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้ มุ่งวิเคราะห์ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้น้ำมันหอมที่สกัดจากธรรมชาติ โดยสอบถามจากผู้บริโภคที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเป็นหลัก เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้น้ำมันหอมธรรมชาติมากที่สุด ประกอบกับข้อจำกัดในด้านเวลาและทุนในการศึกษา จึงจำเป็นต้องสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร โดยสุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจากบริเวณสยามสแควร์ มานูญครอง บางลำภู สีลม และลาดพร้าว และได้มีการศึกษาถึงอุตสาหกรรมอื่นที่ใช้ประโยชน์จากน้ำมันหอมระเหยนอกเหนือไปจากอุตสาหกรรมน้ำมันหอม

นิยามศัพท์

ทัศนคติ หมายถึง ความคิดเห็นโดยรวมของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้น้ำมันหอมที่สกัดจากธรรมชาติ

ผู้บริโภค หมายถึง บุคคลทั่วไปที่มีอายุ 13 ปีขึ้นไป และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

น้ำหอมธรรมชาติ หมายถึง น้ำหอมที่ได้จากหัวน้ำหอมที่กลั่นจากดอกไม้ โดยมี แอลกอฮอล์ อะซิโตน หรือเฮกเซนเป็นตัวทำละลาย ผสมด้วยวัตถุที่ทำให้กลิ่นคงทน ซึ่งส่วนใหญ่ได้จากสัตว์ เช่น อำพันได้จากปลาวาฬ น้ำเมือกชะมดได้จากชะมดเซ็ด หรือน้ำมันคาสเตอร์ได้จากตัวบีเวอร์

น้ำมันหอมระเหยหรือน้ำมันหอม หมายถึง สิ่งที่สกัดได้มาจากดอกไม้หรือพืชผักต่าง ๆ มีกลิ่นหอม มีประโยชน์มากในทางอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมน้ำหอม

อำพันทอง (Ambergris) หรือมีชื่อเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า สารอกปลาวาฬ เป็นสารที่ผลิตออกมาจากลำไส้เล็กของปลาวาฬ มีลักษณะเป็นก้อนสีเทา พบลอยอยู่ในทะเล ใช้เป็นส่วนประกอบสำคัญในการปรุงเครื่องหอม โดยใช้เป็นสารตรึงกลิ่น ทำให้กลิ่นหอมต่าง ๆ ติดทนนานไม่ระเหยไปง่าย ๆ (เพ็ญพันธ์ , 2537 : 9)

ชะมดเซ็ด (Civet) เป็นน้ำมันจากต่อมที่อยู่ใกล้อวัยวะของชะมดชนิดหนึ่ง กลิ่นของชะมดเซ็ดปกติจะค่อนข้างเหม็น เวลานานมาจึงต้องดับกลิ่นชะมดเสียก่อน (เพ็ญพันธ์ , 2537 : 10)

Castoreum เป็นสิ่งขับถ่ายจากกระเปาะที่อยู่ระหว่างทวารหนักและอวัยวะสืบพันธุ์ของตัวนาก (วนิดา , 2533 : 31)

Musk เป็นสิ่งขับถ่ายจากกวางภูเขาตัวผู้ (วนิดา , 2533 : 31)

การตรวจเอกสาร

นิรนาม (2520) ได้เขียนบทความเรื่อง ประเทศไทยกำลังจะเป็นผู้ผลิตหัวน้ำหอมชั้นนำของโลก ซึ่งได้กล่าวถึง นักวิทยาศาสตร์ไทยคนหนึ่งชื่อ นายทัศนเทพ มีปรีชาวัฒน์ กรรมการผู้จัดการบริษัทแพนฟาร์มาแอนด์เคมีคัลส์ จำกัด ได้ค้นพบกรรมวิธีสกัดน้ำมันจากดอกมะลิได้สำเร็จ โดยให้ผลผลิตถึง 23 กิโลกรัมต่อดอกมะลิสด 1 ต้น ในขณะที่ประเทศต้นตำรับคือ ฝรั่งเศสผลิตได้เพียง 1 กิโลกรัมเท่านั้น น้ำมันที่ได้จะส่งไปให้ประเทศต่าง ๆ เพื่อทำการวิจัย ได้แก่ เม็กซิโก สหรัฐอเมริกา เยอรมันตะวันตก บราซิลว่าได้ผลเป็นที่น่าพอใจและมีประเทศต่าง ๆ สนใจขอซื้อหัวน้ำหอมมะลิจากบริษัทนี้เป็นอันมาก นอกจากนี้บริษัทมีโครงการดำเนินงานต่าง ๆ มากมาย เช่น การที่จะรับประกันราคาซื้อดอกมะลิจากบรรดาชาวสวนตลอดทั้งปี นำผลผลิตที่ได้ทั้งหมดส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศ เช่น ยุโรป สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น ถึงร้อยละ 80 ส่วนที่เหลือจะผลิตน้ำหอมกลิ่นสูงเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมภายใน ซึ่งคาดว่าจะพอเพียงกับความต้องการในประเทศ เพื่อทดแทนการนำเข้า ซึ่งไทยต้องนำเข้าหัวน้ำหอมปีละประมาณ 250-300 ล้านบาท โครงการนี้จะเป็นการลงทุนของคนไทยเท่านั้น คาดว่าจะทำให้คนมีงานทำมากกว่า 5,000 คน และสามารถนำเงินเข้าประเทศได้ไม่ต่ำกว่าปีละ 1,000 ล้านบาท

วนิดา ศิลปอาษา (2533) กล่าวไว้ในหนังสือกลิ่นหอมเกี่ยวกับเรื่องของกลิ่นหอมไม่ว่าจะเป็นกลิ่นหอมจากสบู่ แป้ง แชมพู ดอกไม้ เสื้อผ้า กลิ่นหอมจากเส้นผมและผิวกาย โดยเฉพาะกลิ่นหอมของผู้หญิง ผู้หญิงมักจะใช้น้ำหอมบ่อยกว่าผู้ชายเพราะผู้หญิงเป็นเพศที่รักสวยรักงาม นอกจากจะแต่งตัวด้วยเสื้อผ้าที่สวยงามแล้ว กลิ่นหอมจากผิวกายก็เป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งที่ตั้งดูความสนใจของผู้ชาย ประโยชน์ของการใช้น้ำหอมจึงมีหลายอย่าง เช่น ำห้กลิ่นที่ดึงดูดใจและอารมณ์ ทั้งยังสามารถบ่งบอกถึงบุคลิกและลักษณะนิสัยได้อีกด้วย กลิ่นหอมมีหลายกลิ่นมากมายแต่ละคนแต่ละเชื้อชาติมีความชอบในกลิ่นหอมแตกต่างกัน เช่น แถบเอเชียคนจีนชอบกลิ่นดอกไม้และไม้แห้ง คนญี่ปุ่นชอบกลิ่นหวานคล้ายผลไม้หรือขนม คนอินโดนีเซียชอบกลิ่นหอมเครื่องเทศคนมาเลเซียชอบกลิ่นหอมเครื่องเทศและดอกไม้ที่หอมแรง คนพม่าและคนอินเดียชอบกลิ่นหอมของไม้แก่นจันทร์หอม ดอกลาเจียกและเครื่องเทศ คนอาหรับชอบกลิ่นหอมรุนแรงและฉุนฉียว คนยุโรปและอเมริกาชอบกลิ่นแปลก ๆ และทันสมัย สำหรับคนไทยจะชอบกลิ่นใหม่ ๆ ตามสมัยนิยม

ราไฟ เกตุดี (2534) กล่าวไว้ในหนังสือคู่แข่งถึงภาวะของตลาดน้ำหอมที่มีแนวโน้มการเติบโตค่อนข้างสูง เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคเริ่มยอมรับการใช้น้ำหอมเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานมีอัตราการใช้จ่ายค่อนข้างสูง ทำให้บริษัทต่าง ๆ ที่อยู่ในตลาดใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเข้ามาแข่งขันกันมากขึ้น โดยเฉพาะการนำยี่ห้อใหม่ ๆ เข้าตลาดอยู่ตลอดเวลา เช่น บริษัทเคอร์ตีสมิการ์นา FUTOROS, DESIRADE และ HISTOIRE DAMOUR เข้าตลาด บริษัทอินเตอร์เนชั่นแนล ปีวตี โรดักส์ มีการ์นา ECHO น้ำหอมของดีไซเนอร์ยี่ห้อที่คนรู้จักกันดี ดังเช่น Mario Valentino เข้ามาเจาะกลุ่มสาวยุคใหม่ผู้มีความคล่องแคล่ว กระฉับกระเฉง แต่แฝงความอ่อนหวานของผู้หญิงไว้ในตัว และบริษัทอื่นก็มีโครงการจะนำน้ำหอมใหม่ ๆ เข้าตลาดมาด้วยเช่นกัน ทั้งนี้เนื่องจากศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคประมาณร้อยละ 80 ตัดสินใจซื้อน้ำหอมยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งนั้น มาจากกลิ่นของน้ำหอม ซึ่งผู้บริโภคแต่ละคนจะมีกลิ่นน้ำหอมที่ชอบใช้หลายกลิ่นหลายยี่ห้อ โดยเฉพาะยี่ห้อใหม่ ๆ ที่เข้าตลาดจะทำให้ผู้บริโภคเกิดการทดลองซื้อ และส่งผลกระทบต่อยี่ห้อเก่าที่อยู่ในตลาด เช่น ขณะที่บอสส์เข้าตลาดน้ำหอมอาชาโรของบริษัทเดียวกันเริ่มมีปัญหาแต่หลังจากนั้นก็มียอดขายเหมือนเดิม และการนำยี่ห้อใหม่ ๆ เข้าตลาดก็เป็นการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดของแต่ละบริษัทให้สูงขึ้น

เอนก นาวิกมูล (2534) กล่าวว่า น้ำหอมเป็นของมีมาตั้งแต่สมัยโบราณ หนังสือสารานุกรมไทยของอุทัยสินธุสารให้ความรู้เรื่องนี้สั้น ๆ ว่าพระนางนีเฟอร์ติติ แห่งอียิปต์หรืออียิปต์ใช้น้ำหอมและที่เปลือกตาข้างละกลิ่น น้ำหอมนี้มีชื่อว่า "เคพิ" ทำจากดอกไม้หอม ในสมัยจูเลียสซีซาร์ พระนางคลีโอพัตราได้นำน้ำหอมและวิธีปรุงจากอียิปต์ มาเผยแพร่แก่ชาวโรมันและแพร่ไปทั่วยุโรป นอกจากนี้ยังพบว่าฝรั่งเศสเป็นชาติที่มีชื่อเสียงมากในการทำน้ำหอม โดยเฉพาะที่เมืองกราสส์ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นเมืองน้ำหอม มีการปลูกไม้ดอกไม้หอมแทบทั้งเมือง

วิธีการศึกษา

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งที่มาของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2

ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการออกแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้น้ำหอมธรรมชาติในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเก็บข้อมูลจำนวน 120 ชุด

1.1 การออกแบบสอบถาม แบบสอบถามที่จัดทำสำหรับการศึกษาคั้งนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค
- ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติ
- ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติ
- ตอนที่ 4 ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำหอมธรรมชาติ

ซึ่งแบบสอบถามนี้ได้นำไปทดสอบ (Pretest) จำนวน 10 ชุด หลังจากนั้นนำแบบสอบถามนั้นมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา แล้วนำไปสอบถามจริงจำนวน 120 ชุด โดยสำรองแบบสอบถามที่อาจจะไม่สมบูรณ์อีก 20 ชุด จากผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครอีกครั้งหนึ่ง

1.2 การกำหนดขนาดและการเลือกตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ Non-probability sampling โดยวิธี Quota sampling อาศัยเพศของผู้บริโภคเป็นเกณฑ์ เนื่องจากเพศที่แตกต่างกันของผู้บริโภค ทำให้มีพฤติกรรม ปัจจัย และทัศนคติของผู้บริโภคในการใช้น้ำหอมแตกต่างกัน ซึ่งได้มีการกำหนดจำนวนประชากรตัวอย่างที่จะสอบถามดังนี้ คือ

เพศ	จำนวนประชากรตัวอย่าง (คน)
ชาย	60
หญิง	60

1.3 ข้อมูลที่ประกอบด้วยข้อเท็จจริงและความคิดเห็น ที่ได้จากการสัมภาษณ์บุคคลและบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการผลิตน้ำหอมธรรมชาติ เช่น บริษัทอุตสาหกรรมเครื่องหอมไทย และ ดร.ประเทืองศรี สิ้นชัยศรี เป็นต้น เพื่อศึกษาถึงสภาวะการผลิตและการตลาดของอุตสาหกรรมน้ำหอมในประเทศไทย และศึกษาถึงประโยชน์อื่น ๆ ที่จะได้รับจากน้ำหอมระเหยใน

อุตสาหกรรมอื่น ๆ เพิ่มเติม

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมและค้นคว้าจากหนังสือ วารสาร เอกสารต่าง ๆ ทั้งที่เป็นของหน่วยงานรัฐบาลและหน่วยงานเอกชน รายงานการศึกษา บทความต่าง ๆ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาถึงสภาวะการผลิตและการตลาดของอุตสาหกรรมน้ำมันในประเทศไทย และประโยชน์เพิ่มเติมจากน้ำมันหอมระเหย

วิธีการวิเคราะห์

เมื่อรวบรวมข้อมูลจากการสอบถามแล้ว นำไปตรวจสอบความถูกต้องและแจ่มแจ้งความถี่ของข้อมูล เพื่อสะดวกในการคำนวณร้อยละและนำไปวิเคราะห์ ดังนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive analysis) เป็นการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้บริโภคต่อการใช้น้ำมันหอมธรรมชาติ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันหอมธรรมชาติ และความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำมันหอม อดยสรุปเป็นคำบรรยาย เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจมากขึ้น

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative analysis) เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาจัดหมวดหมู่และแจ่มแจ้งความถี่ของข้อมูลแต่ละรายการ เพื่อเสนอเป็นตารางเปรียบเทียบร้อยละ

บทที่ 2

สภาวะการผลิตและการตลาดน้ำหอมในประเทศไทย

ประเภทของน้ำหอม

การแบ่งประเภทของน้ำหอม¹ สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. น้ำหอมธรรมชาติ (Natural Perfume) คือ น้ำหอมที่หัวน้ำหอมได้มาจากธรรมชาติ ทั้งจากพืชและจากสัตว์ จากพืชสามารถสกัดได้จากแทบทุกส่วนของพืช ได้แก่ ดอก ใบ เปลือก เนื้อไม้ ราก เถา ผล เมล็ด และยาง จากสัตว์ที่สำคัญได้แก่ อำพันทอง (Ambergris) ชะมดเซ็ด (Civet) Castoreum และ Musk ซึ่งเป็นสิ่งที่ขับถ่ายออกมาจากตัวสัตว์ทั้งนั้น

2. น้ำหอมธรรมชาติผสมน้ำหอมสังเคราะห์ (Natural and Synthetic Perfume) คือ น้ำหอมที่หัวน้ำหอมได้มาจากธรรมชาติและจากการสังเคราะห์ทางวิทยาศาสตร์

3. น้ำหอมสังเคราะห์ (Synthetic Perfume) คือ น้ำหอมที่มีการสกัดหัวน้ำหอมมาจากห้องทดลอง และมีการปรุงแต่งกลิ่นหอมต่าง ๆ กันออกมามากลิ้น ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำลงและสามารถผลิตได้เป็นปริมาณมาก

น้ำหอมส่วนใหญที่พบอยู่ในตลาดน้ำหอมทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นน้ำหอมในประเภทที่ 2 และ 3 ส่วนน้ำหอมธรรมชาตินั้นมีไม่มากนัก อีกทั้งผู้บริโภคก็ไม่นิยมน้ำหอมธรรมชาติมากนักด้วย และปัญหาที่สำคัญของน้ำหอมธรรมชาติ คือ วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตน้ำหอมธรรมชาติ เป็นสิ่งที่หายาก มีปริมาณน้อยและราคาแพง หัวน้ำหอมที่มีแหล่งมาจากพืชต้องใช้ปริมาณมากกว่าจะได้เป็นหัวน้ำหอมออกมา เช่น ดอกมะลิ ดอกกุหลาบ ดอกส้ม ซึ่งต้องใช้ถึง 1,000 กิโลกรัมจึงจะสามารถสกัดหัวน้ำหอมออกมาได้เพียง 1-1.5 กิโลกรัม ทำให้ต้องเสียต้นทุนในการผลิตสูง อีกทั้งยังต้องใช้เนื้อที่ในการเพาะปลูกพืชที่จะนำมาใช้สกัดหัวน้ำหอมมากด้วย

¹ น้ำหอมในที่นี้มีความหมายในระดับของผู้บริโภค หมายถึง เครื่องหอมที่ใช้ประพินร่างกายที่มีกลิ่นหอม แต่ถ้าในระดับของผู้ผลิตในทางอุตสาหกรรม จะหมายถึง สิ่งที่ใช้ปรุงแต่งรสหรือเพื่อให้เกิดกลิ่นหอมกับสินค้าในทางอุตสาหกรรม ซึ่งผู้ศึกษาจะใช้คำว่า อุตสาหกรรมน้ำหอม

นอกจากนี้ น้ำหอมธรรมชาติมีความง่ายต่อการออกซิไดซ์ ทำให้เกิดสารที่ไม่พึงปรารถนาได้ง่าย และกลิ่นของน้ำหอมธรรมชาติไม่ติดทนนาน (Stable) จึงเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้น้ำหอมธรรมชาติไม่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคส่วนใหญ่

การแบ่งกลิ่นหอมของน้ำหอม

ผู้เชี่ยวชาญด้านน้ำหอมได้แบ่งกลิ่นหอมออกเป็น 7 กลุ่ม คือ

1. กลิ่นหอมเขียว ๆ คล้ายกลิ่นพืช เช่น กลิ่นเมื่อขยี้ใบไม้ (Green notes)
2. กลิ่นหอมดอกไม้ ซึ่งมีกลิ่นต่างๆกันตามแต่ละชนิดของดอกไม้ (Floral notes)
3. กลิ่นหอมมัน ๆ คล้ายกะทิหรือหนังสัตว์ (Aldehydic notes)
4. กลิ่นหอมหวานบนกันหลายอย่าง แยกเป็นกลิ่นเฉพาะในธรรมชาติไม่ได้ (Chypre notes)
5. กลิ่นหอมหวานละมุนละไมและอาจมีกลิ่นของน้ำมันจันทน์หอม หรือกายานเป็นหลัก (Oriental notes)
6. กลิ่นเครื่องเทศหรือกลิ่นบูหรี (Spicy notes)
7. กลิ่นที่เกิดจากการผสมผสานของหลายกลิ่น ไม่สามารถเปรียบเทียบกับกลิ่นที่มีในธรรมชาติได้ (Fougere notes) (วนิดา , 2533 : 31)

การผลิตน้ำหอม

การปรุงแต่งน้ำหอมจัดเป็นศิลปะแขนงหนึ่งที่มีมากกว่า 3,000 ปี rome มีนักโบราณคดีค้นพบหลักฐานในหลุมศพของฟาโรห์ ซึ่งพิสูจน์ได้ว่า ชาวอียิปต์โบราณรู้จักใช้ไม้แก่นจันทน์มาทำน้ำหอม rome แชนน้ำและสกัดเป็นน้ำมันออกมา การปรุงแต่งน้ำหอมได้มีการพัฒนามาโดยลำดับด้วยเทคนิคการผลิตที่ทันสมัย ทำให้น้ำหอมที่ผลิตได้มีกลิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีคุณสมบัติของกลิ่นติดทนนานมากขึ้น การผลิตน้ำหอมจึงกลายเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างรายได้ให้อย่างน่าพอใจและเป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศผู้ผลิตน้ำหอมที่มีชื่อเสียงมาช้านาน เช่น ฝรั่งเศส rome โดยเฉพาะที่เมืองกราสส์

น้ำหอมเป็นสินค้าที่มีราคาค่อนข้างแพง ตลาดรองรับจึงจำกัดอยู่ในกลุ่มผู้มีรายได้ค่อนข้างสูง และในปัจจุบันผู้ที่มีรายได้ระดับปานกลางขึ้นไปก็ถือว่าเป็นตลาดอีกกลุ่มหนึ่งที่มีความสำคัญต่อตลาดน้ำหอมเช่นกัน ทำให้การแข่งขันในธุรกิจผลิตน้ำหอมมุ่งเน้นที่ตัวสินค้าเป็นหลัก การผลิตน้ำหอมคุณภาพสูงจะต้องมีความพิถีพิถันมาก ต้องผ่านการค้นคว้าวิจัยและปรุงแต่งด้วยผู้ที่มีความเชี่ยวชาญโดยเฉพาะ ทำให้ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก ทั้งนี้เพื่อให้ได้กลิ่นซึ่งสามารถบ่งบอกถึงบุคลิกภาพหรือสะท้อนถึงอารมณ์ เพื่อเป็นตัวแทนของกลุ่มคนที่เป็นผู้บริโภคเป้าหมายได้ ซึ่งจะต้องมีการคัดเลือกจากส่วนผสมของกลิ่นต่าง ๆ ทั้งที่สกัดจากผลิตผลธรรมชาติ หรือที่สกัดจากสารสังเคราะห์ทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งมีกลิ่นที่เป็นมาตรฐานอยู่บนพื้นฐานกลิ่นจนกว่าจะได้กลิ่นหอมตามที่ต้องการ วัตถุดิบที่นำมาใช้กลิ่นและผสมทำหัวน้ำหอมมักจะเป็นสิ่งที่หายาก บางชนิดเป็นส่วนผสมที่ให้กลิ่นพิเศษ หรือมีคุณสมบัติติดทนนาน ส่วนผสมบางชนิดที่มีกลิ่นซึ่งไม่สามารถหาได้จากสัตว์หรือพืชที่สูญพันธุ์ไปแล้ว จะมีการเลียนแบบได้ด้วยวิธีการทางเคมีที่ผลิตขึ้นมาใหม่ ซึ่งปัจจุบันใช้วิธีนี้กันมาก

สำหรับการทำน้ำหอมในประเทศไทยมีมาช้านานแล้ว อดใช้ดอกไม้มากมายกลิ่นต่าง ๆ มาปรุงแต่งกลิ่นด้วยขั้นตอนง่าย ๆ เรียกว่า น้ำอบ ต่อมาเมื่อน้ำหอมจากต่างประเทศได้เข้ามาแพร่หลายในประเทศไทยมากขึ้น ทำให้มีผู้ติดต่อผู้ผลิตน้ำหอมภายใต้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศ เพื่อขอเป็นตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทยเพิ่มขึ้นตามลำดับ ส่วนการผลิตน้ำหอมภายในประเทศยังไม่พัฒนาเท่าที่ควร แม้ว่าจะมีบริษัทที่สามารถผลิตและจำหน่ายน้ำหอมในรูปแบบสากลภายใต้ชื่อน้ำหอมว่า มิสสุครันไชน์ แล้วก็ตาม การผลิตน้ำหอมของประเทศไทยก็ยังคงใช้เวลาและปัจจัยต่าง ๆ อีกมากมาย ในการที่จะพัฒนาการผลิตน้ำหอมให้เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงไปทั่วโลก

ลักษณะตลาดน้ำหอมในประเทศไทย

น้ำหอมที่จำหน่ายในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นน้ำหอมที่มีชื่อเสียง ซึ่งต้องนำเข้าจากต่างประเทศ โดยปัจจุบันมีบริษัทนำเข้าน้ำหอมรายใหญ่ ๆ กว่า 10 ราย บริษัทเหล่านี้ส่วนใหญ่มักเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องสำอางหรือเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ ทั้งนี้เพื่อให้

สามารถครอบคลุมตลาดสินค้าประเภทเสริมบุคลิกภาพได้อย่างกว้างขวาง และครบวงจรมากขึ้น
อย่างไรก็ตาม แม้ว่าความต้องการน้ำหอมภายใต้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศ
จะมีระดับสูงและเพิ่มขึ้นโดยลำดับ แต่เนื่องจากการแข่งขันจากสินค้าที่ลักลอบนำเข้าซึ่งมีราคา
ต่ำกว่า เพราะไม่ต้องเสียภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 40 ภาษีสรรพสามิตร้อยละ 12 และภาษี
มูลค่าเพิ่มอีกร้อยละ 7 จึงได้รับความนิยมจากผู้บริโภคค่อนข้างมาก นอกจากนี้ผู้บริโภคที่มีกำลัง
ซื้อสูงมักนิยมเดินทางไปซื้อสินค้าประเภทน้ำหอม เครื่องสำอาง และเครื่องแต่งกายจากต่าง-
ประเทศโดยตรง

น้ำหอมที่นำเข้ามาจากหลายประเทศมีหลายประเภท ทั้งชนิดที่เป็นหัวน้ำหอมซึ่งนำ
มาผสมเจือจางแล้วนำมาบรรจุขวดเพื่อจำหน่ายภายในประเทศ น้ำหอมชนิดนี้มักเลียนแบบน้ำหอม
ภายใต้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียง ทำให้ทั้งกลิ่นหรือบรรจุภัณฑ์ที่ใกล้เคียงกัน แต่จำหน่ายใน
ราคาที่ต่ำกว่า นอกจากนี้ยังมีหัวน้ำหอมที่นำเข้ามาจากหลายให้แก่โรงงานอุตสาหกรรมโดยเฉพาะ
เพื่อใช้ในการผลิตสินค้าที่ต้องการกลิ่นหอม เช่น แป้ง สบู่ แชมพู ครีมบำรุงผิว น้ำยาระงับ-
กลิ่นกาย ผงซักฟอก และน้ำยาปรับผ้านุ่ม เป็นต้น ส่วนน้ำหอมที่นำเข้าจากต่างประเทศใน
ลักษณะบรรจุขวดที่มีรูปทรงสวยงามพร้อมจำหน่าย น้ำหอมประเภทนี้มักเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงใน
ตลาดต่างประเทศและมีราคาค่อนข้างแพง (ธนาคารกสิกรไทย . 2535 : 7-11)

การจำหน่าย

การจำหน่ายน้ำหอมโดยทั่วไปมักจำหน่ายควบคู่กับเครื่องสำอาง ซึ่งมีการจำหน่าย
หน้าเคาน์เตอร์และการจำหน่ายในระบบขายตรง สำหรับน้ำหอมที่จำหน่ายในระบบขายตรงนี้จะ
มีราคาไม่สูงมากนัก เมื่อเทียบกับน้ำหอมที่จำหน่ายในระบบหน้าเคาน์เตอร์ ซึ่งจะเป็นน้ำหอมที่มี
ชื่อเสียงและมีราคาค่อนข้างสูง สำหรับการจำหน่ายน้ำหอมหน้าเคาน์เตอร์ ซึ่งเดิมจะวางควบคู่
กับเครื่องสำอางนั้น ในปัจจุบันมีบางรายได้ปรับรูปแบบการวางสินค้าโดยแยกเคาน์เตอร์จำหน่าย
น้ำหอมออกมาต่างหาก เพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับสินค้ามากขึ้น เป็นการรองรับตลาดน้ำหอม
ที่ขยายตัวกว้างขวางขึ้น มิได้จำกัดอยู่เฉพาะกลุ่มสุภาพสตรีที่ซื้อเครื่องสำอางเท่านั้น แต่ยังคง
ครอบคลุมไปถึงกลุ่มสุภาพบุรุษที่พึงพิถีพิถันการแต่งกาย นอกจากนี้น้ำหอมของสุภาพบุรุษยังเป็นที่นิยม

ของสุภาพสตรีบางกลุ่มด้วย ทำให้ส่วนแบ่งตลาดน้ำหอมสุภาพบุรุษขยายตัวเพิ่มขึ้นมากในปัจจุบัน

ปัญหาของอุตสาหกรรมน้ำหอมในประเทศไทยและแนวทางแก้ไข

ทางด้านการผลิต

ต้องใช้งบลงทุนจำนวนมากในการค้นคว้าวิจัยและปรุงแต่งน้ำหอมให้มีคุณภาพดี ต้องอาศัยเทคโนโลยีที่ทันสมัยทัดเทียมต่างประเทศ เพื่อให้สามารถผลิตน้ำหอมเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั้งภายในประเทศและต่างประเทศได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประเทศไทยมีวัตถุดิบอย่างอุดมสมบูรณ์ คือ ดอกไม้ไทยที่มีกลิ่นหอมนานาชนิดสามารถนำมาสกัดกลิ่นหอมได้เป็นอย่างดี จะทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำกว่าการนำเข้าวัตถุดิบที่หายากในต่างประเทศ หรือการสั่งหัวน้ำหอมและปรุงแต่งจากต่างประเทศ ฉะนั้นภาครัฐบาลและเอกชนควรจะให้การส่งเสริม และช่วยเหลือในการผลิตน้ำหอมขึ้นเองในประเทศ ทั้งทางด้านเงินลงทุนในการค้นคว้าวิจัยและทางด้านการวิจัยเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการผลิต

ทางด้านการตลาด

ในด้านที่ผู้บริโภคไม่ยอมรับน้ำหอมที่ผลิตในประเทศไทย และผู้บริโภคบางกลุ่มยึดติดกับชื่อหรือเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียง ฉะนั้นผู้ผลิตควรเพิ่มคุณค่าแก่สินค้าให้ดีขึ้น ตั้งแต่การตั้งชื่อที่เป็นสากลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่หรูหรา สวยงาม เพื่อดึงดูดกลุ่มผู้บริโภค โดยเฉพาะผู้บริโภคที่ยึดติดกับเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียง ได้รับความนิยมนำไปใช้ในต่างประเทศ มีแนวโน้มให้ความสำคัญในด้านช่องทางการจำหน่าย สื่อการโฆษณา การแนะนำสินค้าเข้าสู่ตลาด ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้รัฐบาลควรส่งเสริมให้คนไทยนิยมใช้น้ำหอมที่ผลิตในประเทศมากขึ้น มีการรณรงค์ให้เห็นถึงความสำคัญของการใช้น้ำหอมที่ผลิตในประเทศและแสดงให้เห็นว่าคุณภาพของน้ำหอมที่ผลิตได้ในประเทศมีความทัดเทียมกับต่างประเทศ ทำให้การสูญเสียเงินตราต่างประเทศในการนำเข้าน้ำหอมจากต่างประเทศลดน้อยลง และยังเป็นการเพิ่มทุนรายได้อีกแก่ประเทศไทยได้อีกทางหนึ่งด้วย

บทที่ 3

สภาวะการผลิตและการตลาดของอุตสาหกรรมน้ำมันหอมระเหยในประเทศไทย

ความหมายของน้ำมันหอมระเหย

น้ำมันหอมระเหยเป็นกลุ่มสารอินทรีย์ที่มีคุณสมบัติเด่น คือมีกลิ่นระเหยได้ง่ายที่อุณหภูมิธรรมดา กลิ่นดังกล่าวไม่จำเป็นต้องหอมเสมอไป พบอยู่ในพันธุ์พืชทุกชนิดในอาณาจักรพืชชั้นสูงบริเวณผนังเซลล์จากพืช เป็นผลพลอยได้ที่เกิดขึ้นจากการเจริญเติบโต (Metabolism) ซึ่งประกอบด้วย 2 ขบวนการ คือ การเผาผลาญ (Catabolism) และการสร้าง (Anabolism) น้ำมันหอมระเหยต่างจากน้ำมันทั่ว ๆ ไป (Fixed oil or Fatty oil) ตรงที่น้ำมันนี้อยู่ในเซลล์พืช ไม่ระเหยในอุณหภูมิปกติ มีองค์ประกอบแตกต่างกัน ซึ่งตรวจสอบได้โดยอาศัยรังสี (Chromatography) น้ำมันหอมระเหยดังกล่าวอยู่ระหว่างเซลล์ (Intercellular space) ต่อมาหรือทอภายในส่วนใดส่วนหนึ่งของต้น โดยมีปริมาณและชนิดของสารประกอบแตกต่างกันไปในต้นเดียวกัน อวัยวะส่วนหนึ่งอาจจะมีปริมาณน้ำมันหอมระเหยมากกว่าอีกส่วนหนึ่ง เช่น อวัยวะดอกจะมีกลิ่นหอมมากที่สุด ได้แก่ ดอกมะลิ กุหลาบ กระดังงา จ๊าปี จ๊าปา ฯลฯ ส่วนใบมีกลิ่นหอมมาก ได้แก่ กะเพรา มินต์ ยูคาลิปตัส ฯลฯ ปริมาณและคุณภาพของน้ำมันหอมระเหยยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอีกหลายประการ เช่น ดิน ภูมิอากาศ อุณหภูมิ ปริมาณน้ำฝน ความสูงจากระดับน้ำทะเล การเก็บเกี่ยว ตลอดจนเทคนิคและวิธีการสกัดและการกลั่นใส (ประเทืองศรี . 2535)

วิวัฒนาการของอุตสาหกรรมน้ำมันหอมระเหยในประเทศไทย

วิวัฒนาการทางด้านอุตสาหกรรมน้ำมันหอมระเหยของไทยนั้น ก้าวหน้าอย่างค่อยเป็นค่อยไป ราว พ.ศ. 2480 มีพ่อค้าชาวพม่าที่เชียงใหม่มาตั้งเตาไคร้หอมจากศรีลังกาเข้ามาทดลองปลูกและขยายพันธุ์ที่เชียงใหม่ประมาณ 10 ไร่ แล้วสกัดน้ำมันออกมาขายในท้องที่อยู่ระยะหนึ่ง แต่แล้วก็ยกเลิกไปโดยไม่ทราบสาเหตุ ในระยะใกล้เคียงกันบาทหลวงชาวฝรั่งเศสก็ได้นำต้นตะไคร้แดง ไปทดลองปลูกที่ตำบลศรีราชา แต่ก็ยกเลิกไปเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ประมาณ พ.ศ. 2490-2492 บราความีชาวญี่ปุ่นกับฝรั่งที่ไม่ทราบว่าเป็นชาติใด เดินทางขึ้นไปสำรวจทาง

ภาคเหนือ เช่น จังหวัดสุราษฎร์ เกี่ยวกับพืชน้ำมันหอมระเหย (Aromatic plant) แต่ก็ไม่ปรากฏรายละเอียดว่าเป็นพืชชนิดใด ทั้งนี้ไม่มีรายงานเกี่ยวกับเรื่องนี้แต่ประการใดด้วย หลังจากนั้นความพยายามที่จะนำพืชที่น้ำมันหอมระเหยมาใช้ประโยชน์ในทางอุตสาหกรรมก็หยุดชะงักไป

จนกระทั่งประมาณ พ.ศ. 2510 สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ซึ่งได้พิจารณาเห็นว่าประเทศไทยมีดินฟ้าอากาศเหมาะสมที่จะปลูกพืชที่มีกลิ่นหอมต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ถ้าหากมีการค้นคว้า ทดลอง และวิจัยกันอย่างจริงจังแล้วก็จะเชื่อแน่ว่าการสกัดน้ำมันหอมระเหยหลายชนิดจะมีความสำคัญในฐานะเป็นพืชอุตสาหกรรม เช่น ในประเทศต่าง ๆ หลายประเทศ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทยจึงได้ตั้งแผนงานวิจัยเรื่องหนึ่งมีชื่อว่า "งานวิจัยวัสดุมีกลิ่นหอมและเครื่องปรุงรสจากธรรมชาติ" (Natural Perfume and Flavour Materials) ซึ่งได้ทำการวิจัยทางด้านเทคนิควิทยา คือ การคัดเลือกพืชที่มีกลิ่นหอมนานาชนิด และทำการสกัดน้ำมันหอมระเหยจากพืชชนิดที่จะมีหนทางผลิตเป็นการค้าเพื่อส่งไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศ ทั้งนี้ได้นำน้ำมันหอมระเหยที่สกัดได้ไปตรวจสอบคุณสมบัติทางเคมี ฟิสิกส์ วิเคราะห์หาส่วนประกอบทางเคมีต่าง ๆ เพื่อจะส่งไปให้ผู้ชำนาญการในต่างประเทศตรวจประเมินค่า และศึกษาถึงความสนใจของวงการอุตสาหกรรมน้ำมันหอมระเหยในต่างประเทศ หลังจากนั้นจึงได้ทดลองรถยนต์นำน้ำมันหอมระเหยที่สกัดได้ไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ คือ ผลิตวัสดุชูรส (Flavour extract) ทำยารักษาโรค และทำเครื่องสำอาง นอกจากการวิจัยทางด้านเทคนิควิทยาแล้ว ยังได้วิจัยทางด้านเกษตรด้วย คือ หลังจากได้ทราบว่าน้ำมันหอมระเหยของพืชชนิดใดมีคุณภาพสูง หรือเป็นที่ต้องการของตลาด และมีลู่ทางจะผลิตออกจำหน่ายยังตลาดโลกได้ก็จะนำพืชเหล่านั้นมาศึกษา ค้นคว้า และทดลองทางด้านเกษตร เพื่อหาข้อมูลต่าง ๆ สำหรับใช้ในการพิจารณาผลิตน้ำมันหอมระเหยเป็นอุตสาหกรรมต่อไป (ชเนศ . 2526)

กระบวนการผลิตน้ำมันหอมระเหยในทางอุตสาหกรรม

พืชที่สกัดเป็นน้ำมันหอมระเหย

พืชให้กลิ่นหอมที่พบและปลูกในประเทศไทย และสามารถนำมาสกัดเป็นน้ำมันหอม-

ระเหยได้สามารถแบ่งได้ดังนี้

1. พืชที่ให้ดอกมีกลิ่นหอม เช่น กุหลาบ มะลิวัลย์ กระดังงา การเวก จาปา ราตรี จันทน์กะพ้อ ชอนกลิ่น บุษบา บทม พุดซ้อน สายหยุด เสาวรส ชะเอม เดหลี เป็นต้น
2. พืชที่ให้ใบมีกลิ่นหอม เช่น กะเพราขาว กระเพราแดง ตะไคร้หอม พลุ มะกรูด เตยหอม ผักชี สะระแหน่ โหระพา พิมเสน จันทน์หอม เป็นต้น
3. พืชที่เปลือกมีกลิ่นหอม เช่น กระแจะ กระเทียมต้น ไม้หอม อบเชย การบูร
4. พืชที่ผลหรือเมล็ดมีกลิ่นหอม เช่น จันทน์เทศ กระวาน กาแฟ ลูกยี่ห่วย ฝรั่ง เป็นต้น
5. พืชที่มีรากหรือส่วนคล้ายรากมีกลิ่นหอม เช่น กระชาย กระชายขาว จิง ฟ้าหลวง ขมิ้นขาว ข่า แผลกหอม เป็นต้น
6. พืชที่ต้นมีกลิ่นหอม เช่น ตะไคร้ ตะไคร้หอม ตะไคร้ต้น ไม้หอม จันทนา จันทน์ กาลัง เสือโคร่ง จันทน์ชะมด เป็นต้น
7. พืชที่ยางมีกลิ่นหอม ได้แก่ กายาน

วิธีการสกัดและแยกน้ำมันหอมระเหย

การสกัดและแยกน้ำมันหอมระเหยออกจากพืช ได้เริ่มทำกันมานานตั้งแต่โบราณโดยเริ่มจากการที่มนุษย์เก็บพรรณไม้หอมและดอกไม้หอมมาแช่น้ำแล้วทิ้งไว้ น้ำที่แช่ด้วยดอกไม้จะมีกลิ่นหอมนำไปดื่มและอาบ ต่อมาได้มีวิวัฒนาการก้าวหน้าขึ้นโดยการต้ม การกลั่นด้วยไอน้ำใช้ไขมันดูชัน สกัดด้วยตัวทำละลายอินทรีย์ ซึ่งแต่ละวิธีมีจุดประสงค์ที่จะสกัดเอาน้ำมันหอมระเหยออกมาให้ได้มากที่สุดและมีคุณภาพดีที่สุด การที่จะสกัดน้ำมันหอมให้ได้ประสิทธิภาพที่ดีที่สุดนั้นจำเป็นต้องศึกษาธรรมชาติและสรีระของพรรณไม้นั้นๆ ด้วย ต้นไม้แต่ละชนิดมีสรีระไม่เหมือนกัน บางชนิดเมื่อเด็ดจากต้นแล้วกลิ่นจะลดลง เช่น กุหลาบ ฯลฯ ดังนั้นการที่จะใช้วิธีใดสกัดและแยกน้ำมันหอมระเหยจึงต้องพิจารณาให้รอบคอบ เนื่องจากน้ำมันหอมระเหยประกอบด้วยสารประกอบหลายชนิด ทั้งที่เป็นของแข็งและของเหลว ดังนั้นการแยกน้ำมันหอมระเหยออกมาจากพืชที่ผลิตกันมี 5 วิธี คือ

1. การกลั่น (Distillation) คือ การนำน้ำร้อนหรือไอน้ำเข้าไปแยกน้ำมันหอม

ระเหยออกมาจากพืช โดยการแทรกซึมเข้าไปในเนื้อเยื่อพืช ความร้อนจะทำให้สารละลายออกมากลายเป็นไอน้ำพร้อมกับน้ำร้อนหรือไอน้ำร้อน ซึ่งการกลั่นเพื่อให้ได้น้ำมันหอมระเหยที่มีคุณภาพดี ต้องอาศัยเทคนิคและขบวนการทางเคมีและทางกายภาพหลายอย่างประกอบกัน โดยทั่ว ๆ ไป เทคนิคการกลั่นน้ำมันหอมระเหยที่นิยมมี 3 วิธีคือ

1.1 การกลั่นด้วยน้ำร้อน (Water distillation and hydro distillation) เป็นวิธีที่ง่ายที่สุดของการกลั่นน้ำมันหอมระเหย การกลั่นโดยวิธีนี้ พืชที่กลั่นต้องจุ่มอยู่ในน้ำเดือดทั้งหมดหรือเกือบทั้งหมด พืชบางชนิดที่มีน้ำหนักเบาอาจจะลอยน้ำ ขึ้นอยู่กับความถ่วงจำเพาะของพืชนั้น การกลั่นน้ำมันหอมระเหยนี้ใช้กับของที่ติดกันง่าย เช่น ใบไม้บาง ๆ กลีบดอกไม้อ่อน ๆ ข้อควรระวังในการกลั่นโดยวิธีนี้คือ พืชจะได้รับความร้อนไม่สม่ำเสมอ ตรงกลางมักจะได้มากกว่าด้านข้าง ซึ่งจะมีปัญหาในการไหม้ของวัตถุดิบที่ใส่ กลิ่นใหม่จะปนมากับน้ำมันหอมระเหย และมีสารไม่พึงประสงค์ติดมาในน้ำมันหอมระเหยได้ วิธีแก้ไข- คือการใช้ไอน้ำร้อนหรืออาจใช้ Closed steam coil จุ่มในหม้อต้ม แต่การใช้ Coil นี้ไม่เหมาะกับดอกไม้บางชนิด เช่น กุหลาบ เพราะเมื่อเกิดกลิ่นกุหลาบนั้นไปถูก Steam coil จะทำให้กลายเป็น Glutinous mass เป็นผลทำให้ไม่สามารถกลั่นกลิ่นออกมาได้ จึงต้องใช้วิธีใส่ลงไปในน้ำกลีบกุหลาบสามารถจะหมุนเวียนไปอย่างอิสระ ในการกลั่นเปลือกก็เช่นกัน ถ้าใช้วิธีกลั่นด้วยน้ำ น้ำจะซึมเข้าไปและน้ำกลั่นออกมาหรือกลิ่นจะแพร่กระจายออกจากเปลือกไม้ได้ง่ายขึ้น ดังนั้นการเลือกใช้วิธีการกลั่นจึงขึ้นกับชนิดของพืชที่นำมากลั่นด้วย

1.2 การกลั่นด้วยน้ำและไอน้ำ (Water and steam distillation) การกลั่นโดยวิธีนี้ใช้ตะแกรงรองวัตถุดิบที่จะกลั่นให้เหนือระดับน้ำในหม้อกลั่น ต้มให้เดือด ไอน้ำจะลอยตัวขึ้นไปผ่านวัตถุดิบที่จะกลั่น ส่วนน้ำนั้นจะไม่ถูกกับตัววัตถุดิบเลย ไอน้ำจากน้ำเดือดเป็นไอน้ำที่อึดตัวหรือเรียกว่าไอน้ำเปียกไม่ร้อนจัด เป็นการกลั่นที่สะดวกที่สุดคุณภาพของน้ำมันออกมาจะดีกว่าวิธีแรก การกลั่นแบบนี้ใช้กันอย่างกว้างขวางในการผลิตน้ำมันหอมระเหยทางการค้า

1.3 การกลั่นด้วยไอน้ำ (Direct steam distillation) วิธีนี้จะวางวัตถุดิบอยู่บนตะแกรงในหม้อกลั่นซึ่งไม่มีน้ำอยู่ ไอน้ำภายนอกที่อาจจะเป็นไอน้ำเปียกหรือไอน้ำร้อนจัด แต่ความดันสูงกว่าบรรยากาศ ส่งไปตามท่อใต้ตะแกรงให้ไอน้ำพุ่งขึ้นไปถูกกับวัตถุดิบบนตะแกรง ไอน้ำต้องมีปริมาณเพียงพอที่จะช่วยให้น้ำมันแพร่ระเหยออกมาจากวัตถุดิบ วัตถุดิบบางชนิดอาจใช้ไอน้ำร้อนได้ แต่บางชนิดก็ใช้ไอน้ำเปียก น้ำมันจึงจะถูกปล่อยออกมา ข้อดีของการกลั่นวิธีนี้

คือ สามารถกลั่นได้อย่างรวดเร็ว เมื่อเอาพืชใส่หม้อกลั่นไม่ต้องเสียเวลารอให้ร้อนสามารถปล่อยไอร้อนเข้าไปได้ ปริมาณของสารที่นำเข้ามากลั่นก็ได้มาก ทำให้ได้น้ำมันหอมระเหยมาก

การกลั่นทั้ง 3 วิธีนี้ควรกลั่นที่อุณหภูมิต่ำสุดเท่าที่จะทำได้ หากได้น้ำมันปริมาณน้อย ควรใช้อุณหภูมิสูงขึ้นและใช้เวลาให้สั้นที่สุด การกลั่นจะต้องพิจารณาให้รอบคอบทั้งการวัดอุณหภูมิ และ เวลาให้อยู่ในช่วงที่เหมาะสมที่สุด

2. การสกัดด้วยไขมันเย็น (Enflourage) ใช้หลักที่ว่าไขมันมีคุณสมบัติในการดูดกลั่นได้สูงมากจึงนำไขมันมาดูดกลั่นหอมของดอกไม้ที่ส่งกลิ่นหอมมาก เช่น มะลิ ช่อนกลิ่น เป็นต้น โดยเก็บดอกไม้สดเมื่อถึงช่วงเวลาที่จะส่งกลิ่นหอมมาก นำไปวางบนไขมันที่เตรียมทิ้งไว้ประมาณ 24 ชั่วโมง และสามารถนำดอกไม้ไปสกัดน้ำมันโดยวิธีอื่น ๆ ส่วนดอกสดใหม่ก็นำมาวางอีก ทำการสกัดด้วยไขมันเย็นหลาย ๆ ครั้ง จนสิ้นฤดูดอกไม้ ต่อจากนั้นใช้แอลกอฮอล์ละลายน้ำมันหอมระเหยนั้น โดยวิธีนี้ไขมันที่ใช้ต้องสะอาดปราศจากกลิ่นและมีความแข็งพอเหมาะ ถ้าแห้งไปจะดูดกลั่นไม่ดี แต่ถ้ามันเกินไปจะทำให้ดอกไม้ออกยาก อุณหภูมิที่เหมาะสมให้ใช้อุณหภูมิห้อง สัดส่วนของไขมันมีดังนี้ คือไขมันสัตว์ที่สะอาดมาก 1 ส่วน น้ำมันหมู 2 ส่วน

3. การสกัดด้วยไขมันร้อน (Maceration) ดอกไม้บางชนิด เช่น ดอกกุหลาบ ดอกส้ม เป็นต้น เมื่อเด็ดมาจากต้นแล้ว กิจกรรมทางฟิสิกส์กายภาพของดอกไม้ เช่น การปล่อยกลิ่นหอมจะหยุดทันที ไม่เหมือนกับดอกมะลิและช่อนกลิ่นที่มีกลิ่นนำหอมออกมาตลอดเวลา เมื่อสกัดด้วยไขมันร้อนจะสกัดได้น้ำมันหอมระเหยมากที่สุดกว่าสกัดด้วยไขมันเย็น ส่วนกุหลาบและดอกส้มแม้สกัดด้วยไขมันเย็นก็จะได้ได้น้ำมันหอมระเหยเพิ่มขึ้น จึงควรสกัดด้วยไขมันร้อน โดยอุ่นไขมันให้ร้อนประมาณ 80 องศาเซลเซียส แต่ดอกไม้ลงไปประมาณครึ่งชั่วโมงและทำให้เย็น สูดทำอุ่นให้ร้อนอีกครั้งเพื่อหลอมและกรองดอกไม้ที่ติดมาด้วยน้ำมันที่ติดมาด้วยน้ำมันอุ่น หรือวางบนผ้ากรองบีบพร้อมกับราดน้ำร้อนทำให้ไขมันแยกจากกันง่าย อาจใช้เซนติฟิวส์ ช่วยแยกดอกไม้ที่ติดมาใช้น้ำมันเติม เปลี่ยนดอกไม้สดหลายครั้งจนอิมตัว ไขมันร้อนมีกลิ่นนำน้ำมันหอมระเหยนี้ก็เรียกว่า บอมเมต เหมือนกับวิธีที่ 2 แล้วนำแอลกอฮอล์ชนิดดีมาสกัดเอาน้ำมันหอมระเหยออกทำให้บริสุทธิ์อีกครั้งหนึ่ง จะได้น้ำมันหอมระเหยอย่างดีเยี่ยมเช่นเดียวกับวิธีที่ 2

4. การสกัดด้วยตัวทำละลายระเหยง่าย (Solvent extraction) ตัวทำละลายอินทรีย์แต่ละชนิดมีความสามารถสกัดน้ำมันหอมระเหยของวัตถุดิบจากพืชไม่ต่างกัน เดิมทีชอ์เบอร์

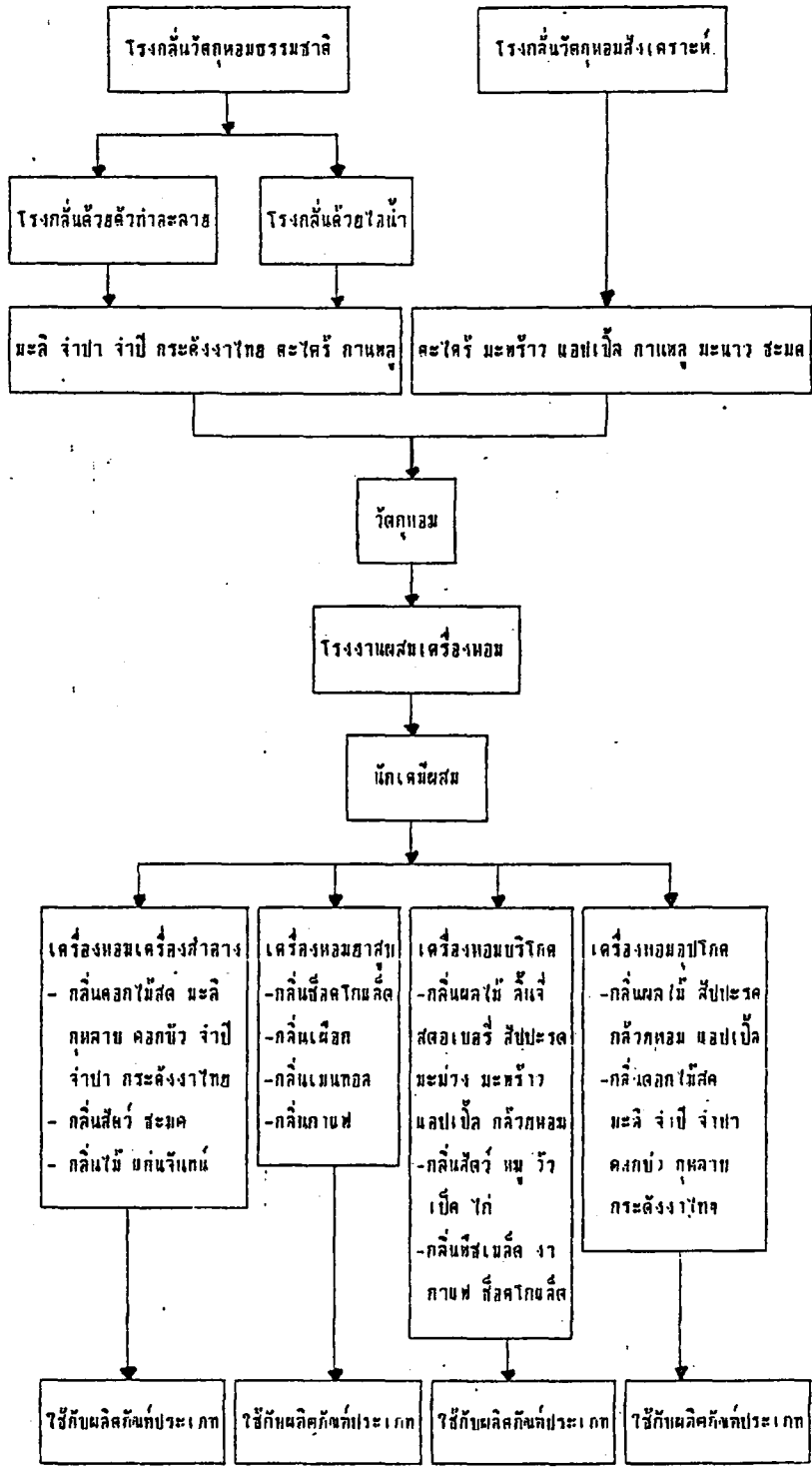
เป็นตัวทำละลาย โดยพบวิธีนี้ใน พ.ศ. 2478 ต่อมาพบว่าใช้ ปิโตรเลียม อีเทอร์ เป็นตัวทำละลายที่ดีที่สุด รองลงมา คือ เบนซิน และมีการพัฒนาเทคนิคการสกัดให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น วิธีการคือ นำดอกไม้สดใส่ในเครื่องสกัดที่อุณหภูมิห้อง เติมตัวทำละลายบริสุทธิ์ (ปิโตรเลียมและอีเทอร์) ซึ่งจะซึมเข้าไปในเนื้อเยื่อของดอกไม้ ละลายสารหอมและขี้ผึ้ง (Wax) รวมทั้งสีออกมาเพื่อระเหยเอาตัวทำละลายออกที่อุณหภูมิห้องและเป็นสูญญากาศ การสกัดโดยวิธีนี้มีข้อเสียคือ ต้นทุนการผลิตสูงเพราะว่าต้องใช้ตัวทำละลายที่มีราคาแพง แต่มีข้อดีคือ องค์กรประกอบทางเคมีของน้ำมันหอมระเหยจะได้ปริมาณลดลง อีกทั้งไม่ต้องใช้วิธีซับซ้อนมากและได้กลิ่นหอมที่แรง บางโรงงานจะนำน้ำมันหอมระเหยที่สกัดได้ซึ่งเรียกว่า Concrete ไปทำหีบบริสุทธิ์อีกครั้งจะได้หัวน้ำหอมที่มีกลิ่นเหมือนกลิ่นดอกไม้ตามธรรมชาติ

5. การสกัดโดยการบีบหรืออัด (Compression) วิธีนี้เหมาะกับการผลิตน้ำมันหอมระเหยที่มีปริมาณมาก ๆ เช่น น้ำมันหอมระเหยจากผิวส้ม วิธีการไม่ยุ่งยากซับซ้อนโดยนำตัวอย่างพืชที่หั่นเป็นชิ้นเล็ก ๆ เข้าเครื่องบีบหรืออัดซึ่งใช้ Screw press น้ำมันที่ได้เรียกว่า น้ำมันดิบ (Crude oil) วิธีนี้ใช้มานานแล้ว

น้ำมันหอมระเหยที่ผลิตได้ ส่วนใหญ่ยังไม่สามารถนำมาใช้ได้ทันทีจะต้องนำมาทำการผสมให้เป็นเครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรมเสียก่อนจึงจะใช้ผสมในอาหารได้ แต่มีน้ำมันหอมระเหยบางชนิดที่สามารถนำมาใช้ได้ เช่น น้ำมันหอมระเหยของเปปเปอร์มินต์ ที่มีคุณสมบัติช่วยทำให้หายใจสะดวก ใช้เป็นส่วนผสมในอุตสาหกรรมการผลิตยา เป็นต้น การผลิตน้ำมันหอมระเหยที่ผลิตได้ในประเทศไทยไม่สามารถผลิตน้ำมันหอมระเหยได้ทุกชนิด ฉะนั้นบางชนิดจึงต้องสั่งซื้อจากต่างประเทศ เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตในประเทศไทยมีไม่เพียงพอ

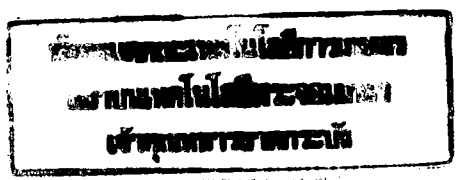
การผลิตน้ำมันหอมระเหยในทางอุตสาหกรรม

น้ำมันหอมระเหยที่ได้ในมาผลิตเป็นเครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรม เพื่อใช้เป็นส่วนประกอบในการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมต่าง ๆ ขั้นตอนการผลิตน้ำมันหอมระเหยและเครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรมของผู้ผลิตในประเทศไทย คือ บริษัทอุตสาหกรรมเครื่องหอมไทย-จีน จำกัด (ภาพที่ 1) เริ่มต้นจาก



- | | | | | | | |
|--------------|--------|--------------|----------|------|----------|------------|
| น้ำหอม | บุหร | ลูกอม | ไอศกรีม | สีรา | ภาสีพื้น | ศาสระดม |
| ลิปสติค | จิการ์ | บะหมี่ | ข้าว | ดา | สบู่ | ผงซักฟอก |
| น้ำมันตาขม | | น้ำส้ม | ซีอิ้ว | ซอส | ซูฟ | กาว |
| ครีมล้างหน้า | | เครื่องสำอาง | | | ยา | ขามลง |
| ครีมทาหน้า | | นม | แอสเตียม | | สเปรย์ | รักษาอากาศ |

ภาพที่ 1 | ภาพผลิตภัณฑ์น้ำหอมและเครื่องสำอางจากโรงงานเครื่องกุ่มไทย-จีน จำกัด
ที่มา : (พิมพ์ที่ . 2537 : 19)



1. การกลั่นและสกัดวัตถุดิบหอมธรรมชาติ คือ สกัดน้ำมันหอมจากดอกไม้พันธุ์พืชต่าง ๆ ที่มีน้ำมันหอม ซึ่งกลั่นได้ 2 แบบ คือกลั่นด้วยตัวทำละลายและกลั่นด้วยไอน้ำจะได้ น้ำมันหอมจากพืชต่าง ๆ ที่นำมาสกัด เช่น มะลิ จาปี จาปา กระดังงาไทย ตะไคร้ เป็นต้น
2. การกลั่นน้ำมันหอมสังเคราะห์ คือ กลั่นจากสารเคมีต่าง ๆ ที่มีกลิ่นใกล้เคียงกับกลิ่นของวัตถุดิบหอมธรรมชาติ เช่น กลิ่นตะไคร้ มะพร้าว แอปเปิ้ล กานพลู เป็นต้น
3. นำวัตถุดิบที่กลั่นหรือสกัดได้มาผสมเป็นวัตถุดิบหรือน้ำมันหอมระเหย น้ำมันหอมระเหยที่ได้ในขั้นนี้ยังมีความเข้มข้นมากและปริมาณที่สกัดได้ยังมีน้อย จึงต้องทำการผสมให้มีความเข้มข้นลดลง
4. นำน้ำมันหอมระเหยที่ได้มาผสมรวมกับสารเคมีต่าง ๆ ที่โรงงานผสมเครื่องหอม โดยผ่านการควบคุมของนักเคมีผสม เพื่อให้ได้กลิ่นต่าง ๆ ตามต้องการ เมื่อผสมแล้วจะได้เป็นน้ำหอมและเครื่องหอมที่ใช้ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ

วัตถุดิบที่ใช้ในอุตสาหกรรมน้ำมันหอมระเหย

น้ำมันหอมระเหย ในการผลิตน้ำมันหอมระเหยแบบวิถีธรรมชาติ จะใช้ดอกไม้และส่วนของพืชที่สกัดเอาน้ำมันหอมระเหยได้นำมาสกัดเอาน้ำมันหอมระเหย ซึ่งจะต้องใช้ในปริมาณมาก เช่น การผลิตน้ำมันหอมระเหยจาก มะลิ จาปี จาปา

1. การผลิตน้ำมันหอมระเหยจากดอกมะลิจะใช้ดอกมะลิลำ ราคาของดอกมะลิลำในแต่ละเดือนไม่เท่ากัน เดือนกุมภาพันธ์ - กันยายน ราคาลิตรละ 10-20 บาท เดือนตุลาคม มกราคม ราคาลิตรละ 20-200 บาท โดยดอกมะลิลำ 1 กิโลกรัม สกัดน้ำมันหอมได้ 2.2 กิโลกรัม
2. ดอกจาปี ราคาเฉลี่ย 12-15 บาทต่อ 100 ดอก โดยดอกจาปี 1,000 กิโลกรัม สกัดน้ำมันหอมระเหยได้ 2 กิโลกรัม
3. ดอกจาปา ราคาเฉลี่ย 12-15 บาทต่อ 100 ดอก ดอกจาปา 1,000 กิโลกรัม สามารถสกัดน้ำมันหอมระเหยได้ 2.3 กิโลกรัม ดอกจาปาและดอกจาปีจะออกดอกน้อยในฤดูหนาว ไรศและแมลงก็มีมากทำให้ราคาแพง

แอลกอฮอล์ การสกัดน้ำมันหอมระเหยในประเทศไทยจะต้องใช้แอลกอฮอล์ในการผลิต เป็นส่วนมาก ราคาแอลกอฮอล์ที่รัฐบาลกำหนดให้โรงผลิตแอลกอฮอล์จำหน่ายลิตรละ 32 บาท เป็นราคาที่สูงมากและรัฐบาลยังจำกัดการนำเข้าแอลกอฮอล์ ทำให้ต้นทุนการผลิตน้ำมันหอมระเหยสูงตามไปด้วย ในขณะที่ราคาแอลกอฮอล์ในต่างประเทศราคาลิตรละ 9 บาท ทำให้ราคาน้ำมันหอมระเหยจากต่างประเทศมีราคาถูก

การผลิตน้ำมันหอมระเหยในทางอุตสาหกรรมจะต้องใช้น้ำมันหอมระเหยชนิดต่าง ๆ และ สารเคมีอื่น ๆ ในการผลิต สำหรับราคาน้ำมันหอมระเหยที่ใช้จะตกราคากิโลกรัมละ 10,000 - 25,000 บาท (เพ็ญพนัส , 2537 : 26-30)

ลักษณะของผู้ผลิตอุตสาหกรรมน้ำมันหอมระเหยในประเทศไทย

ปัจจุบันมีผู้ผลิตน้ำมันหอมระเหยในประเทศไทยไม่มากนัก ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะนำเข้าจากต่างประเทศ โดยนำเข้าน้ำมันหอมระเหย และนำมาผสมเป็นเครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรมจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการต่าง ๆ ในประเทศ เครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรมที่ผลิตได้มีส่วนผสมต่าง ๆ ในอัตราส่วนที่เป็นสูตรเฉพาะของผู้ผลิตแต่ละรายจะเป็นการผสมแบบง่าย ๆ ไม่ต้องใช้เครื่องมือเครื่องจักรขนาดใหญ่ ซึ่งจะผสมกลิ่นแปลกใหม่ให้โดดเด่นเป็นกลิ่นเฉพาะของผู้ผลิต และผลิตเพื่อส่งออกยังต่างประเทศด้วย แต่เครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรมที่มีใช้ส่วนใหญ่จะนำเข้าจากต่างประเทศ โดยมีบริษัทที่เป็นผู้นำเข้าในประเทศไทยประมาณ 31 บริษัท ทั้งนำเข้าน้ำมันหอมระเหยและเครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรม บริษัทผู้ผลิตน้ำมันหอมระเหยและเครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรมสามารถแบ่งเป็นประเภทต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. ผู้นำเข้าน้ำมันหอมระเหยและเครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรมจากประเทศต่าง ๆ และทำการผสมน้ำมันหอมระเหยให้เป็นเครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรมเอง
2. ผู้นำเข้าที่เป็นสาขาจากประเทศ เช่น บริษัท พลอราซินท์(ประเทศไทย)
3. ผู้นำเข้าที่นำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าของตนเองโดยมิได้จำหน่ายต่อ
4. บริษัทผู้ผลิตน้ำมันหอมระเหย และเครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรมในประเทศ

ปัจจุบันมีเพียงบริษัทเดียว คือ บริษัทอุตสาหกรรมเครื่องหอมไทย-จีน จำกัด ดำเนินการผลิตแบบครบวงจร ตั้งแต่การผลิตน้ำมันหอมระเหยจากพืชธรรมชาติและจากการสังเคราะห์ของสารเคมีต่าง ๆ ที่มีกลิ่นใกล้เคียงกับกลิ่นธรรมชาติ

ลักษณะตลาดอุตสาหกรรมน้ำมันหอมระเหยในประเทศไทย

น้ำมันหอมระเหยในประเทศไทยส่วนใหญ่นำเข้าจากต่างประเทศ เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรม แต่ก็ยังมีผู้ผลิตน้ำมันหอมระเหยรายเล็ก ๆ ใช้กรรมวิธีการผลิตแบบง่าย ๆ เช่น การสกัดด้วยแอลกอฮอล์ น้ำมันหอมระเหยที่สกัดได้จะยังไม่สามารถนำมาใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าต่าง ๆ ได้ เนื่องจากมีความเข้มข้นมาก ระเหยได้ง่ายและกลิ่นอยู่ได้ไม่ทนนาน ปริมาณที่สกัดได้ยังมีน้อยและราคาแพงมาก น้ำมันหอมระเหยจึงนิยมสั่งนำเข้าจากต่างประเทศมากกว่าที่ผลิตได้ในประเทศ เพราะเสียภาษีการนำเข้าเพียงร้อยละ 15 ทั้งน้ำมันหอมระเหย และเครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรม ซึ่งอัตราภาษีการนำเข้าน้ำมันหอมระเหยและเครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรมจะเท่ากับอัตราภาษีของน้ำมันหอมระเหยและเครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรมที่ได้ในประเทศ ทำให้มีผู้นำเข้าจากต่างประเทศมากกว่า เพราะคุณภาพของน้ำมันหอมระเหย และเครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรมที่นำเข้ามีคุณภาพสูงกว่าน้ำมันหอมระเหยและเครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรมของไทย

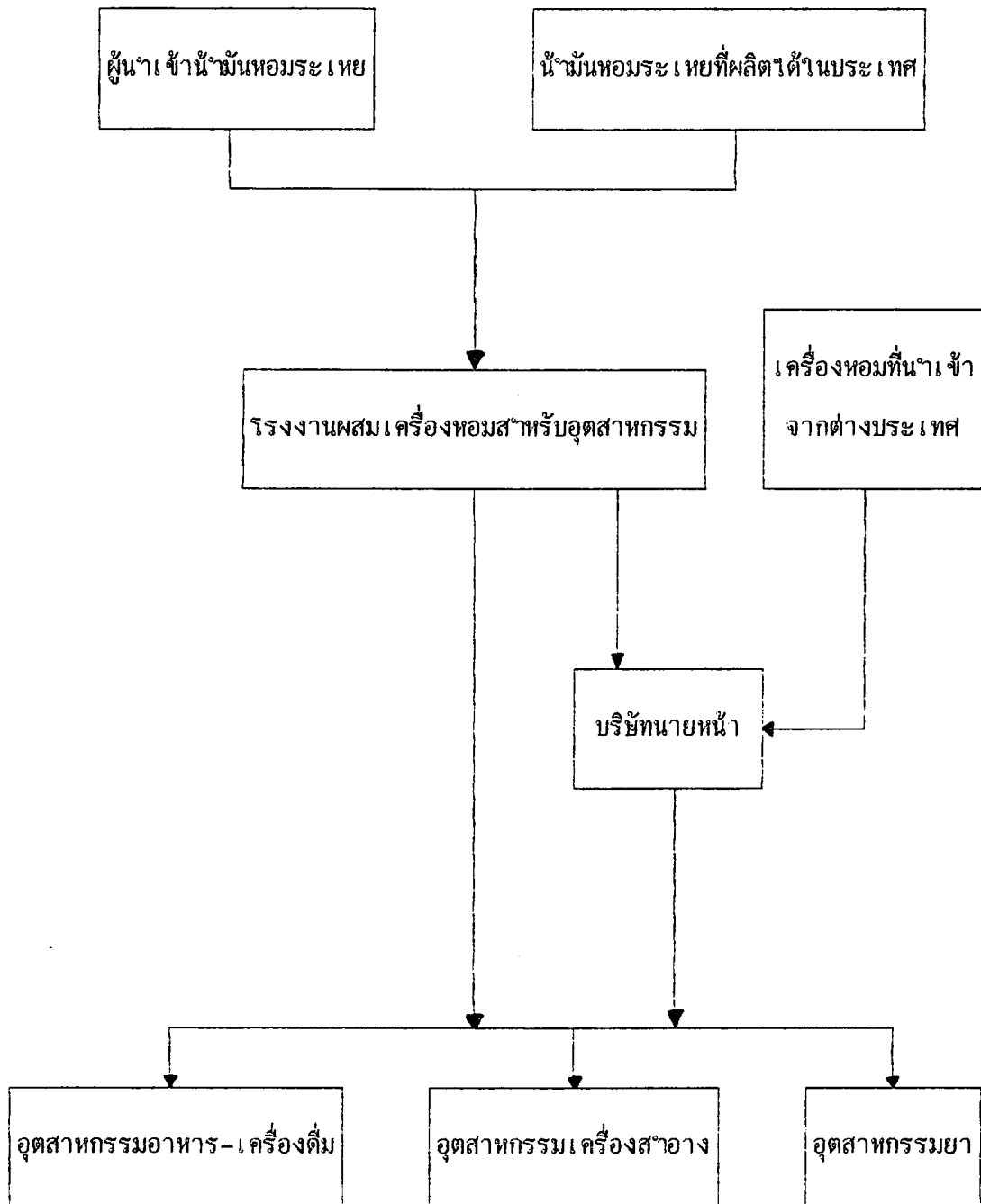
ผู้นำเข้าน้ำมันหอมระเหยและเครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรมในปัจจุบันมี 31 ราย ซึ่งบริษัท ฮงฮวด จำกัด และบริษัท กิมฮวด จำกัด (เค เอช บราเดอร์) เป็นผู้นำเข้ารายใหญ่และนำเข้าจากหลาย ๆ ประเทศ อีกทั้งยังมีบริษัทที่เป็นสาขาจากต่างประเทศ จากนายเฉพาะสินค้าของตนเองเท่านั้น เช่น บริษัท จิวอง รัวรี่ จำกัด จากนายน้ำมันหอมระเหยและเครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรมของ จิวอง รัวรี่ จากประเทศฝรั่งเศส บริษัท บุค ีบค เอเลน (ประเทศไทย) จำกัด จากนายน้ำมันหอมระเหยและเครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรมของ บุค ีบค เอเลน จากประเทศสวิตเซอร์แลนด์

ในปัจจุบัน เครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรม เป็นที่ต้องการในการผลิตสินค้าอุปโภคและบริโภค เพื่อใช้ในการตกแต่งกลิ่นและสีของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างมาก ซึ่งจะต้องมีการคิดค้นกลิ่นแปลกใหม่ขึ้นมาให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค วงจรตลาดของ เครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรมขณะนี้อยู่ในช่วงเจริญเติบโตเต็มที่ ผู้ผลิตแต่ละรายสามารถผลิต เครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรมกลิ่นต่าง ๆ ได้เหมือนหรือใกล้เคียงกัน จึงสามารถซัดทดแทนกันได้ การแข่งขันจึงต้องมีการคิดค้นกลิ่นที่แปลกใหม่ที่ดียิ่งไม่เคยผลิตได้ ซึ่งแนวโน้มการตลาด เครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรมของไทยยังต้องคิดค้นกลิ่นแปลกใหม่อยู่ สำหรับ เครื่องหอมที่มีกลิ่นแบบดั้งเดิมของดอกไม้ที่นำมาสกัด ผู้บริโภคไม่นิยมเพราะเป็นกลิ่นธรรมชาติที่คนทั่วไปรู้จักกับกลิ่นนี้แล้ว แต่ยังมีอุตสาหกรรมบางประเภทที่ยังคงใช้กลิ่นดั้งเดิมแบบนี้อยู่ เช่น แป้งกลิ่นมะลิ สำหรับผู้ที่ยังชอบในกลิ่นแบบดั้งเดิมนี้ ผลิตภัณฑ์เหล่านี้จะจำหน่ายในตลาดล่าง ซึ่งเป็นผู้บริโภคที่มีรายได้น้อย โดยจะจำหน่ายมากในต่างจังหวัด

วิถีการตลาดของอุตสาหกรรมน้ำมันหอมระเหยในประเทศไทย

วิถีการตลาดของอุตสาหกรรมน้ำมันหอมระเหยในประเทศไทย ส่วนหนึ่งเป็นการนำเข้าจากต่างประเทศและอีกส่วนหนึ่งเป็นการผลิตในประเทศ โดยใช้วัตถุดิบ คือ น้ำมันหอมระเหยที่ผลิตได้ในประเทศและน้ำมันหอมระเหยที่นำเข้าจากต่างประเทศ ผู้ผลิต เครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรมอาจนำเข้าน้ำมันหอมระเหยเอง หรือซื้อกับผู้นำเข้าน้ำมันหอมระเหยรายอื่น ๆ แล้วนำมาผสมเป็น เครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรม² ที่โรงงานผลิตหลังจากนั้นทำการจำหน่ายให้กับผู้ผลิตอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น อุตสาหกรรมอาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง ยา เป็นต้น โดยจำหน่ายตรงให้กับลูกค้าและจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง ซึ่งพ่อค้าคนกลางจะนำเข้า เครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรมจากต่างประเทศเองด้วย แล้วนำมาจำหน่ายให้กับอุตสาหกรรมต่าง ๆ ภายในประเทศ (ภาพที่ 2)

² เครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรม มีความสำคัญในอุตสาหกรรมผลิตอาหาร เครื่องดื่ม ยา เป็นต้น เพื่อใช้ในการตกแต่งกลิ่นและสีของผลิตภัณฑ์ มีความหมายเช่นเดียวกับคำว่า อุตสาหกรรมน้ำมันหอมระเหย



ภาพที่ 2 วิธีการตลาดของอุตสาหกรรมน้ำมันหอมระเหย

ที่มา : (เพ็ญพันธ์ . 2537 : 32)

ราคาจำหน่าย

ราคาจำหน่ายน้ำมันหอมระเหยสำหรับอุตสาหกรรม ราคาประมาณกิโลกรัมละ
200 - 400 บาท ถ้าชนิดใดมีวิธีการผสมที่ยุ่งยากจะมีราคาสูงกว่านี้ แต่จะมีราคาต่ำกว่า
น้ำมันหอมระเหย (เพ็ญนิส , 2537 : 30-34)

ประโยชน์ของน้ำมันหอมระเหยในทางอุตสาหกรรม

ปัจจุบันน้ำมันหอมระเหยกลายเป็นสิ่งจำเป็นต่อมนุษย์เพิ่มขึ้น และมีบทบาทอย่างกว้างขวางในวงการอุตสาหกรรม ทั้งทางด้านบริโภคและอุปโภค และเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การใช้ประโยชน์ของน้ำมันหอมระเหยในทางอุตสาหกรรมสามารถแบ่งออกได้เป็นประเภทใหญ่ ๆ 6 ประเภท คือ

1. ใช้ในอุตสาหกรรมน้ำหอมและเครื่องสำอาง เช่น ใช้ในการทำน้ำหอม แชมพู โลชั่น สบู่หอม ครีม และผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับปากและฟัน อาทิ ยาสีฟัน ยาบ้วนปาก เป็นต้น
2. ใช้ในอุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูปและเครื่องชูรส เช่น ใช้เป็นส่วนปรุงแต่งกลิ่นของอาหาร ทั้งอาหารกระป๋องและอาหารสำเร็จรูป
3. ใช้ในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มและน้ำอัดลม ซึ่งได้แก่ สุรา ลิกเคียว เบียร์ และน้ำอัดลมบางชนิด
4. อุตสาหกรรมเกี่ยวกับสุขภาพ ยาดับกลิ่นและยาฆ่าแมลง เช่น ยาแก้แสบ และยาฆ่าแมลงก็มีน้ำมันตะไคร้หอมเป็นส่วนประกอบอยู่ด้วย
5. ใช้ในอุตสาหกรรมเภสัชกรรม ยารักษาโรคบางชนิด ทั้งยาแผนโบราณ และยาแผนปัจจุบันก็มีการใช้พืชน้ำมันหอมระเหยหลายชนิดในการปรุงยา สำหรับเภสัชกรในปัจจุบันก็ใช้น้ำมันพืชหอมระเหยหลายชนิดในการประกอบยารักษาโรค เช่น น้ำมันโหระพา กะเพรา กระจวาน ไพล ขมิ้น กระชาย ฯลฯ
6. ใช้ในอุตสาหกรรมเกี่ยวกับเคมีหอม (Aromatic chemical) เช่น การผลิตเมนทอล ซึ่งได้จากน้ำมันหอมระเหยของต้นสะระแหน่ฝรั่ง และซิทรัล (Citral) ซึ่งได้จากตะไคร้ นอกจากนั้นน้ำมันหอมระเหยบางชนิดยังสามารถนำไปสังเคราะห์สารที่เป็นประโยชน์บาง

อย่างได้ เช่น น้ำมันตะไคร้ไปสังเคราะห์วิตามินเอ เป็นต้น (ธเนศ . 2526)

อุตสาหกรรมประเภทต่าง ๆ ดังกล่าวนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมน้ำหอม และเครื่องสำอางกับอุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูปและเครื่องชูรส ซึ่งใช้น้ำมันพืชหอมระเหยกันอย่างแพร่หลายนั้น ทำให้ความต้องการน้ำมันหอมระเหยเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ

ประโยชน์ของน้ำมันหอมระเหยในทางกลิ่นบำบัด (Aromatherapy)

ความเป็นมาของอะโรมาเธอราปี

อะโรมาเธอราปี (Aromatherapy) หรือมีชื่อเรียกในภาษาไทยว่า "กลิ่นบำบัด" เป็นกระบวนการหนึ่งในการรักษาโรคทางร่างกายและคลายความเครียด ความวิตกกังวลที่เกิดขึ้นกับจิตใจ โดยใช้กลิ่นหอมของน้ำมันหอมระเหยเป็นกลิ่นบำบัดโรคดังกล่าว ซึ่งเป็นวิถีธรรมชาติที่เก่าแก่มาวิธีหนึ่ง (J.Stephan Jellinek .1994)

วิธีการนี้ทั้งประเทศจีนและประเทศอียิปต์โบราณได้มีการใช้มานานแล้ว รวมทั้งมีการกล่าวถึงไว้ในคัมภีร์ไบเบิลอีกด้วย ส่วนในสมัยใหม่มีการศึกษาเรื่องนี้กันอย่างจริงจัง มีวิชาอะโรมาโคโลจี (Acromachology) ซึ่งเป็นวิชาที่ว่าด้วยการศึกษาถึงอิทธิพลของกลิ่นที่มีผลต่อร่างกายมนุษย์ เพื่อนำคุณประโยชน์เหล่านั้นมาใช้

ดังที่ได้กล่าวไว้แล้วในข้างต้นว่า น้ำมันหอมระเหย (Essential oil) นี้ คือ หัวน้ำมันที่สกัดมาจากพืชและสมุนไพร สามารถระเหยได้ง่าย ซึ่งต่างจากน้ำมัน (Oil) ที่ไม่ระเหยง่ายและยากต่อการลบเลือน การสกัดน้ำมันหอมระเหยทำได้ทั้งจากดอก าบ เปลือก หรืออย่างอื่น ขึ้นอยู่กับว่าวัตถุดิบนั้นจะมีความหอมและตัวยายู่ตรงส่วนของต้นบ้าง เมื่อผ่านกรรมวิธีต่าง ๆ จนได้น้ำมันหอมระเหยมาแล้ว จะต้องนำมาผสมกับส่วนผสมอื่น เช่น แอลกอฮอล์ กรดบางชนิด หรือน้ำมันที่ได้จากพืช เช่น น้ำมันอะโวคาโด น้ำมันมะกอก หรือน้ำมันอัลมอนด์ จึงจะนำไปใช้ได้ ในการปรุงนี้ต้องเลือกเฉพาะแต่น้ำมันที่มีความบริสุทธิ์ เพราะน้ำมันที่ไม่บริสุทธิ์หรือผ่านกระบวนการ

มากมายมาแล้ว จะทำให้เกิดอาการแพ้ได้ และต้องเก็บรักษาน้ำมันเหล่านี้ไว้เป็นอย่างดี เช่น เก็บไว้ในขวดสีชา เพราะหากกระทบกับแสงแล้ว น้ำมันจะเสื่อง่าย

คุณสมบัติของน้ำมันหอมระเหยในทางกลิ่นบำบัด

โดยปกติน้ำมันหอมระเหยจะดูดซึมผ่านผิวหนังได้ง่ายมากเพราะประกอบด้วยโมเลกุลเล็ก ๆ ที่สามารถซึมผ่านผิวหนังเข้าไปบำบัดอาการบางอย่างภายในร่างกายได้ การใช้น้ำมันหอมระเหยมีหลายวิธี ในลักษณะการนำใช้ที่เป็นพื้นฐานที่สุดคือ โดยการทาผิวหนังหรือจะใช้วิธีอบผิว และการเข้าสู่ร่างกายทางอื่น เช่น ทางปาก เยื่อบุช่องปาก จากการสูดดม เป็นต้น

นอกจากนี้ น้ำมันหอมระเหยยังมีความสามารถในการฆ่าเชื้อแบคทีเรียได้ดี มีคุณสมบัติเหมือนกับแอนตี้เซพติก แต่จะไม่เหมือนกับตัวแอนตี้เซพติกที่สังเคราะห์ขึ้นมา เพราะน้ำมันหอมระเหยจะฆ่าเชื้อโรคได้โดยไม่ทำลายเนื้อเยื่อของมนุษย์ และกลิ่นหอมของน้ำมันหอมระเหยสามารถฆ่าเชื้อโรคในอากาศได้ด้วย ในประเทศออสเตรเลีย น้ำมันหอมระเหยที่ได้จากต้นชาจะมีชื่อเสียงมาก เพราะสามารถรักษาโรคติดเชื้อและบาดแผลได้ผลดีมาก โดยเฉพาะผื่นหรือการอักเสบ

ขอบเขตของการรักษาในแบบของกลิ่นบำบัด

มีอยู่มากมายหลายวิธี การอบผิวแบบเขานาก็เป็นวิธีหนึ่งในการบำบัดและบำรุงผิว จะมีการนำน้ำมันหอมระเหยราดลงบนถ่านหรืออาจผสมลงในน้ำเดือด เพื่อสูดดมไอน้ำมัน ซึ่งเป็นการใช้ประโยชน์จากการบำบัดด้วยกลิ่นหอมของน้ำมันหอมระเหย แต่การนวดจะเป็นวิธีที่ดีที่สุดในการบำบัดด้วยกลิ่น ถ้าได้ใช้น้ำมันหอมระเหยนวดลงบนผิวหนังด้วย น้ำมันจะให้ทั้งกลิ่นหอมเพื่อผ่อนคลายอารมณ์ และในขณะที่นวด ตัวยาจะซึมลงสู่ผิวหนังเพื่อทำการรักษาไปพร้อม ๆ กันโดยน้ำมันจะซึมเข้าไปในเส้นเลือด เมื่อเลือดหมุนเวียน น้ำมันก็จะไปรับ³ไปตามอวัยวะต่าง ๆ ด้วย

3 คำว่า ไปรับในที่นี้แสดงถึงกระบวนการอย่างหนึ่งภายในร่างกาย

อวัยวะบางส่วนจะเก็บน้ำมันนี้ไว้ใช้งานเมื่อร่างกายต้องกายต่อไป

สถานบริการ

ปัจจุบันมีสถานเสริมความงามของไทยหลายแห่งที่มีการเปิดบริการ "กลี้น้ำมัน" แล้ว โดยบางแห่งผสมน้ำมันหอมระเหยเพื่อการนวดหน้า บางแห่งเพื่อการนวดตัว เช่น ร้านมาร์กาเรต จะหยคน้ำมันหอมระเหยที่สกัดจากรากไม้ของฝรั่งเศสในการนวดตัว หยดลงในเครื่องอบหน้าด้วยไอน้ำ อีกวิธีหนึ่งคือ หยดลงในเครื่องนวดหน้า อีกแห่งที่ร้านแอนนา ปรเพสชั่นแนล บิวตี้ ทรีทเมนท์ และแห่งสุดท้ายที่มีการบริการ อยู่ในขณะนี้คือ ร้านโรเรียนเต็ลสปา ของโรงแรม โรเรียนเต็ล ซึ่งเป็นบริการแบบพิเศษและเน้นทางด้านอะโรมาเธอราปีโดยเฉพาะ สำหรับการคิดค่าบริการนั้น แต่ละแห่งมีการคิดค่าบริการไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับปัจจัยหลาย ๆ อย่างของแต่ละแห่ง เช่น ที่ร้านแอนนา ปรเพสชั่นแนล บิวตี้ ทรีทเมนท์ จะคิดค่าบริการครั้งละ 2,000 บาท ถ้าเป็นคอร์ส จะคิดค่าบริการคอร์สละ 15,000 บาท ซึ่งสามารถใช้บริการได้ 10 ครั้งด้วยกัน เป็นต้น (พริบพราย , 2537 : 159-161)

ปัญหาของอุตสาหกรรมน้ำมันหอมระเหยในประเทศไทยและแนวทางแก้ไข

ปัญหาการผลิต

1. ปริมาณวัตถุดิบ คือ ดอกไม้ ส่วนประกอบของต้นไม้ และพืชที่นำมาสกัดเอาน้ำมันหอมระเหยที่ผลิตได้ในปัจจุบันมีปริมาณไม่เพียงพอที่จะป้อนโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งยังไม่ได้รับการส่งเสริมให้ปลูกพันธุ์ไม้ที่ต้องการอย่างจริงจังจากรัฐบาล
2. ปัญหาเรื่องโรคและแมลงของดอกไม้ ส่วนประกอบของต้นไม้ และพืชที่นำมาสกัดน้ำมันหอมระเหยทำให้คุณภาพของเครื่องหอมที่ได้ไม่ดีเท่าที่ควร
3. ผู้ผลิตบางรายผลิตสินค้าที่ไม่มีคุณภาพเพื่อลดต้นทุน และทำการมาก ๆ ทำให้ผู้บริโภคไม่เชื่อถือในคุณภาพ
4. คุณภาพของวัตถุดิบชนิดเดียวกันที่ปลูกในแต่ละท้องถิ่นที่มีคุณภาพไม่เท่ากัน ทำให้การ

สกัดน้ำมันหอมระเหยได้มีคุณภาพแตกต่างกัน

5. แอลกอฮอล์ ซึ่งต้องใช้ในการสกัดเอาน้ำมันหอมระเหยมีราคาสูง ซึ่งรัฐบาลจำกัดให้ซื้อจากรองงานผลิตสุราเพียงแห่งเดียว คือ โรงงานผลิตสุรายุทธยา ทำให้เกิดการผูกขาดการซื้อขายแอลกอฮอล์สำหรับอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่ต้องใช้แอลกอฮอล์

6. ในการผลิตจำเป็นต้องสั่งวัตถุดิบบางชนิดมาจากต่างประเทศต้องเสียภาษีนำเข้าในอัตราที่สูงทำให้ต้นทุนการผลิตสูงไปด้วย

7. ภาษีการนำเข้าน้ำมันหอมระเหยจากต่างประเทศมีอัตราที่ต่ำ ทำให้ราคาของน้ำมันหอมระเหยจากต่างประเทศต่ำกว่า เมื่อเทียบกับราคาของน้ำมันหอมระเหยที่ผลิตในประเทศ จึงมีผู้นิยมนำเข้าน้ำมันหอมระเหยจากต่างประเทศมากกว่า

แนวทางการแก้ไข

1. ส่งเสริมให้มีการปลูกพันธุ์พืชที่ขึ้นเป็นวัตถุดิบ หาพันธุ์พืชแปลกใหม่เพิ่มมากขึ้น และส่งเสริมการปลูกพืชที่ให้น้ำมันหอมระเหยมาก

2. ส่งเสริมให้มีการปลูกพันธุ์พืชอย่างถูกวิธี และดูแลเรื่องโรคและแมลงเพื่อคุณภาพของวัตถุดิบที่ได้ในแต่ละแห่งมีคุณภาพเท่าเทียมกัน

3. ควรกระตุ้นให้ผู้ผลิตรายย่อยเปลี่ยนมาสนใจในเรื่องคุณภาพของสินค้าให้มากขึ้น อย่าสนใจแต่กำไรเพียงอย่างเดียว

4. รัฐบาลควรลดราคาแอลกอฮอล์สำหรับผู้ผลิตอุตสาหกรรมในประเทศและส่งเสริมให้มีการผลิตแอลกอฮอล์เพื่ออุตสาหกรรมอื่น ๆ มากขึ้น

5. ลดภาษีการนำเข้าวัตถุดิบบางชนิดที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เพื่อมาผลิตน้ำมันหอมระเหย

6. ส่งเสริมให้มีการผลิตวัตถุดิบ คือ ดอกไม้ และส่วนประกอบของต้นไม้ต่าง ๆ ให้มากขึ้น และหาตลาดรองรับให้เกษตรกร เพื่อให้ขายผลผลิตได้

ปัญหาการตลาด

1. รัฐบาลลดภาษีการนำเข้าน้ำมันหอมระเหยจากต่างประเทศมา จนมีอัตราเท่ากับภาษีที่เก็บจากผู้ผลิตในประเทศทำให้มีผู้นำเข้ามากกว่า
2. โรงงานอุตสาหกรรมผลิตสินค้าอุปโภคและบริโภคในประเทศไม่เชื่อถือในคุณภาพของน้ำมันหอมระเหยและเครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรมที่ผลิตได้ในประเทศว่าจะมีคุณภาพไม่ดีเท่ากับที่ต่างประเทศผลิตได้ จึงนิยมสั่งซื้อจากต่างประเทศมากกว่าใช้น้ำมันหอมระเหยและเครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรมที่ผลิตได้ในประเทศไทย
3. ความนิยมในการใช้เครื่องหอมกลิ่นต่าง ๆ ที่มีอยู่เดิมของโรงงานอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค จะไม่สนใจเปลี่ยนไปใช้เครื่องหอมกลิ่นและยี่ห้อของเครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรมอื่น จึงเป็นการยากที่จะเปิดตลาดเครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรมยี่ห้อใหม่ที่มิกลิ่นใกล้เคียงกัน

แนวทางแก้ไข

1. รัฐบาลควรเพิ่มภาษีการนำเข้าทั้งน้ำมันหอมระเหย และเครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรมให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้ผลิตในประเทศจะสามารถแข่งขันกับของที่นำเข้าจากต่างประเทศได้
2. ผู้ผลิตน้ำมันหอมระเหยและเครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรม ควรปรับปรุงการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อให้โรงงานอุตสาหกรรมในประเทศเชื่อถือในคุณภาพและเปลี่ยนมาใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ในประเทศ

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การเสนอผลการศึกษาในวัตถุประสงค์ เรื่องทัศนคติของผู้บริโภคต่อการใช้น้ำหอม
ธรรมชาติ ในเขตกรุงเทพมหานครนั้น ผู้ศึกษาได้เสนอผลการศึกษาดังแบ่งออกเป็น 4 ตอน
ได้แก่

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค
2. พฤติกรรมในการใช้น้ำหอมของผู้บริโภค
3. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติ
4. ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำหอมธรรมชาติ

จากการสุ่มตัวอย่างสัมภาษณ์ผู้บริโภคต่อการใช้น้ำหอมธรรมชาติ ในเขตกรุงเทพ-
มหานคร จำนวน 120 ชุด โดยแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามเพศ สามารถสรุปผลการศึกษาทั้ง 4 ตอน
ได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค

เพศ

จากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคต่อการใช้น้ำหอมธรรมชาติทั้งหมด 120 คน โดยที่ผู้ศึกษา
ได้ใช้เพศเป็นเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มผู้บริโภค เพื่อให้สามารถได้กลุ่มผู้บริโภคทั้ง เพศชายและเพศ
หญิงในจำนวนที่เท่ากัน คือ เพศชาย 60 คน เพศหญิง 60 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 50.00
(ตารางที่ 1)

อายุ

อายุของผู้บริโภคส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วง 18-25 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ

33.33 รองลงมาเป็นกลุ่มผู้บริโภครที่มีอายุ 13-17 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 24.17 สำหรับผู้บริโภครที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.83 (ตารางที่ 1)

สถานภาพ

สถานภาพของผู้บริโภครส่วนใหญ่มีสถานภาพวิสด จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 (ตารางที่ 1)

อาชีพ

ผู้บริโภครส่วนใหญ่ยังเป็นนักเรียน/นักศึกษาคือจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 รองลงมาเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 และประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 (ตารางที่ 1)

ระดับการศึกษา

ผู้บริโภครส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 43.33 สำหรับผู้บริโภครที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/บวช. และระดับอนุปริญญาตรี/บวช. มีจำนวนเท่ากัน คือ 28 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 นอกจากนี้ ผู้บริโภครที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 (ตารางที่ 1)

ระดับรายได้

รายได้ของผู้บริโภครส่วนใหญ่มีระดับรายได้น้อยกว่า 5.000 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 54.16 รองลงมาเป็นรายได้อู่ในช่วง 5.000-10.000 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 18.33 อันดับสามระดับรายได้สูงกว่า 25.000 บาท มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 11.66 จะเห็นได้ว่าระดับรายได้ของผู้บริโภครส่วนใหญ่ต่ำกว่า 5.000 บาท เนื่องจาก

ผู้บริภคยังเป็นนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งมีอายุอยู่ในช่วง 13-25 ปี (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริภค

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<u>เพศ</u>		
ชาย	60	50.00
หญิง	60	50.00
<u>อายุ</u>		
13 - 17	29	24.17
18 - 25	40	33.33
26 - 30	20	16.67
31 - 35	16	13.33
36 - 40	8	6.67
40 ปีขึ้นไป	7	5.83
<u>สถานภาพ</u>		
โสด	90	75.00
สมรส	30	25.00
<u>อาชีพ</u>		
นักเรียน/นักศึกษา	69	57.50
พนักงานบริษัทเอกชน	32	26.67
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	10	8.33
อื่น ๆ 1/	9	7.50
<u>ระดับการศึกษา</u>		
ประถมศึกษา	6	5.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	1.66

ตารางที่ 1 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	28	23.33
อนุปริญญา/ปวส.	28	23.33
ปริญญาตรี	52	43.33
สูงกว่าปริญญาตรี	4	3.33
<u>ระดับรายได้</u>		
น้อยกว่า 5,000 บาท	65	54.16
5,000 - 10,000 บาท	22	18.33
10,001 - 15,000 บาท	13	10.83
15,001 - 20,000 บาท	4	3.33
20,001 - 25,000 บาท	2	1.66
สูงกว่า 25,000 บาท	14	11.66

หมายเหตุ 1/ อื่น ๆ ได้แก่ อาชีพแม่บ้าน 4 คน รับจ้าง 3 คน รับราชการ 1 คน
และพนักงานรัฐวิสาหกิจ 1 คน

ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการใช้น้ำหอมของผู้บริโภค

ความนิยมและไม่นิยมใช้น้ำหอมของผู้บริโภค

จากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคทั้งหมด 120 คน ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้น้ำหอมจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 66.33 ของผู้บริโภคทั้งหมด และมีผู้บริโภคนิยมน้ำหอม จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 36.67 (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ความนิยมและไม่นิยมใช้น้ำหอมของผู้บริโภค

นิยม/ไม่นิยม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นิยม	76	63.33
ไม่นิยม	44	36.67
รวม	120	100.00

ลักษณะของน้ำหอมที่ผู้บริโภคเลือกใช้

จำนวนผู้บริโภคที่นิยมใช้น้ำหอม 76 คน จะใช้น้ำหอมที่นำเข้าจากต่างประเทศมากที่สุด คือจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 73.68 ผู้บริโภคที่ใช้น้ำหอมที่ผลิตในประเทศไทยมีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 10.53 (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ลักษณะของน้ำหอมที่ผู้บริโภคเลือกใช้

ลักษณะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นำเข้าจากต่างประเทศ	56	73.69
ผลิตในประเทศไทย	8	10.53
ขมิ้นน้ำจืด	6	7.89
แกล้วแต่รอกาส ขมิ้นน้ำจืด	6	7.89
รวม	76	100.00

สาเหตุที่ผู้บริโภคนิยมใช้น้ำหอม

สาเหตุที่สำคัญที่สุดที่ทาให้ผู้บริโภคนิยมใช้น้ำหอม คือ เพื่อต้องการกลิ่นหอมมีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 25.87 อันดับสองคือ เพื่อเสริมบุคลิกภาพ มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 21.39 อันดับสามคือ เพื่อความมั่นใจ มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 20.40 อันดับสี่คือ ต้องการความสดชื่นสบายตัว มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 17.41 นอกจากนี้ก็คือ อยากรองไข้ และจากการแนะนำของผู้อื่น เช่น เพื่อน คนรัก (ตารางที่ 4)

สาเหตุที่ผู้บริโภคนิยมใช้น้ำหอม

จากผู้บริโภคที่ไม่นิยมใช้น้ำหอม จำนวน 44 คน สาเหตุที่สำคัญที่สุด คือ "ไม่มีความจำเป็น" จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 38.03 รองลงมา เพราะเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 25.35 "ไม่ชอบกลิ่นของน้ำหอม" มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 14.08 สำหรับสาเหตุเห็นน้ำหอม มีเพียง 5 คน คิดเป็นร้อยละ 7.04 (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 4 สาเหตุที่ผู้บริโภคนิยมใช้น้ำหอม 1/

สาเหตุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อต้องการกลิ่นหอม	52	25.87
เพื่อเสริมบุคลิกภาพ	43	21.39
เพื่อความมั่นใจ	41	20.40
ต้องการความสดชื่นสบายตัว	35	17.42
อยากรองไข้	23	11.44
จากการแนะนำของผู้อื่น เช่น เพื่อน คนรัก	7	3.48

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 5 สาเหตุที่ผู้บริโภคนิยมใช้น้ำหอม 1/

สาเหตุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีความจำเป็น	27	38.03
เป็นสินค้าฟุ่มเฟือย	18	25.35
ไม่ชอบกลิ่นน้ำหอม	10	14.08
ราคาแพงเกินไป	9	12.68
แพ้กลิ่นน้ำหอม	5	7.04
ตัวอย่างอื่นแทน	2	2.82

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ชนิดของน้ำหอมที่ผู้บริโภคนิยมใช้

น้ำหอมที่ผู้บริโภคนิยมใช้มากที่สุด คือ น้ำหอมธรรมชาติ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 50.83 ของผู้บริโภครวม ส่วนผู้บริโภคน้ำหอมที่ได้รับความนิยมรองลงมา ได้แก่ น้ำหอมที่สังเคราะห์ทางเคมี คิดเป็นร้อยละ 41.67 และผู้บริโภคน้ำหอมที่ใช้น้ำหอมชนิดใด คิดเป็นร้อยละ 7.60 (ตารางที่ 6)

บุคลิกภาพของน้ำหอมที่ผู้บริโภคนิยมใช้

ผู้บริโภคน้ำหอมชนิดน้ำหอมกลิ่น (Cologne) มีจำนวนถึง 48 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ของผู้บริโภครวม และผู้บริโภคน้ำหอมกลิ่น (Perfume) มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 34.17 (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 6 ชนิดของน้ำหอมที่ผู้บริโภคนิยมใช้

ชนิด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้ำหอมธรรมชาติ	61	50.83
น้ำหอมที่สังเคราะห์ทางเคมี	50	41.67
น้ำหอมธรรมชาติผสมกับสารสังเคราะห์	9	7.60
รวม	120	100.00

ขนาดบรรจุภัณฑ์ของน้ำหอมที่ผู้บริโภคนิยมใช้

ขนาดที่ผู้บริโภคนิยมเลือกใช้ คือ ขนาด 50 ml. มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 46.67 รองลงมาคือ ขนาด 100 ml. มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 24.17 (ตารางที่ 7)

กลิ่นของน้ำหอมที่ผู้บริโภคนิยมใช้มากที่สุด

ผู้บริโภคนิยมกลิ่นหอมอ่อน ๆ มีจำนวนถึง 68 คน คิดเป็นร้อยละ 56.67 และนิยมกลิ่นหอมสดชื่น มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 36.66 (ตารางที่ 7)

เวลาที่ผู้บริโภคนิยมใช้น้ำหอม

เวลาที่ผู้บริโภคนิยมใช้น้ำหอมมากที่สุด คือ ก่อนออกจากบ้าน มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 40.91 รองลงมาคือ ในโอกาสพิเศษ มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 30.81 และอันดับสามคือ เวลาเช้า จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 21.72 (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 7 รูปลักษณ์ ขนาดบรรจุภัณฑ์ และกลิ่นของน้ำหอมที่ผู้บริโภคนิยมมาใช้

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<u>รูปลักษณ์</u>		
โคโลญจน์ (Cologne)	48	40.00
เพอร์ฟิวม (Perfume)	41	34.17
เพอร์ฟิวม สเปรย์ (Perfume sprays)	28	23.33
โลชั่น (Lotion)	3	2.50
<u>ขนาดบรรจุภัณฑ์</u>		
10 ml.	10	8.33
30 ml.	20	16.67
50 ml.	56	46.67
100 ml.	29	24.17
นมเนออน	5	4.16
<u>กลิ่นของน้ำหอม</u>		
กลิ่นหอมอ่อน ๆ	68	56.67
กลิ่นหอมสดชื่น	44	36.66
กลิ่นหอมแรง	5	4.17
แล้วแต่โอกาส	3	2.50

ความถี่ในการใช้น้ำหอมของผู้บริโภค

ผู้บริโภคนิยมใช้น้ำหอมเป็นประจำทุกวัน คือ มีจำนวนถึง 54 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 และใช้เฉพาะโอกาสพิเศษ เช่น งานเลี้ยง จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 8 เวลาที่ผู้บริโภคนิยมใช้น้ำหอม 1/

เวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ก่อนออกจากบ้าน	81	40.91
ในโอกาสพิเศษต่าง ๆ	61	30.81
เช้า	43	21.72
หลังเลิกงาน	6	3.03
ก่อนเข้านอน	4	2.02
เย็น	2	1.01
แล้วแต่อารมณ์	1	0.50

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

สถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมซื้อน้ำหอมเป็นประจำ

สถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมซื้อน้ำหอมเป็นประจำส่วนใหญ่ คือ เคาน์เตอร์น้ำหอมในห้างสรรพสินค้า มีจำนวนถึง 61 คน คิดเป็นร้อยละ 50.83 สถานที่อื่น ๆ ที่ผู้บริโภคนิยมซื้อน้ำหอม ได้แก่ มีคนซื้อมาจาก ไม่ได้ซื้อเอง ซื้อจากตัวแทนจำหน่าย จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และที่ไปซื้อจากต่างประเทศมีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 9 ความถี่ในการใช้น้ำหอมของผู้บริโภค

ความถี่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประจำทุกวัน	54	45.00
เฉพาะโอกาสพิเศษ (เช่น งานเลี้ยง)	39	32.50

ตารางที่ 9 (ต่อ)

ความถี่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	12	10.00
2-3 ครั้งต่อสัปดาห์	8	6.67
ไม่แน่นอน	7	5.83
รวม	120	100.00

ตารางที่ 10 สถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมไปซื้อน้ำหอมเป็นประจำ

สถานที่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคาน์เตอร์น้ำหอมในห้างสรรพสินค้า	61	50.83
ไม่ได้ซื้อเอง มีคนซื้อมาฝาก	30	25.00
ไปซื้อต่างประเทศ	18	15.00
บริเวณที่น้ำหอมจำหน่าย เช่น ตลาด	11	9.17
รวม	120	100.00

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติของผู้บริโภค

ผู้บริโภคจำนวน 69 คน มีความคิดที่จะใช้น้ำหอมธรรมชาติ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 57.50 ผู้บริโภคจำนวน 43 คน มีความรู้สึกเฉย ๆ ต่อการใช้น้ำหอมธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 35.83 และผู้บริโภคจำนวน 8 คน ไม่คิดที่จะใช้น้ำหอมธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 6.67 ซึ่งเหตุผลที่ไม่คิดที่จะใช้น้ำหอมธรรมชาติ คือ ไม่ชอบกลิ่น ไม่มีความจำเป็น (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติของผู้บริโภค

ความคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คิดที่จะใช้	69	57.50
มีความรู้สึกเฉย ๆ	43	35.83
ไม่คิดที่จะใช้	8	6.67
รวม	120	100.00

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติมากที่สุด คือ กลิ่น มีจำนวนถึง 112 คน คิดเป็นร้อยละ 36.48 รองลงมาคือ ราคา มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 17.26 อันดับสามคือ ยี่ห้อ มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 14.01 นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ และการที่เป็นน้ำหอมที่มีชื่อเสียงของต่างประเทศ (ตารางที่ 12)

บุคลิกลักษณะมีผล/ไม่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติ

ผู้บริภคส่วนใหญ่คิดว่าบุคลิกลักษณะมีผลต่อการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติ มีจำนวนถึง 87 คน คิดเป็นร้อยละ 72.50 (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 12 บััจจัยที่ผลต่อการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติ 1/

บััจจัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กลิ่น	112	36.48
ราคา	53	17.26
ยี่ห้อ	43	14.01
รูปแบบบรรจุภัณฑ์	39	12.70
เป็นน้ำหอมที่มีชื่อเสียงของต่างประเทศ	27	8.79
การโฆษณา	14	4.56
สิ่งจูงใจ เช่น การลดราคา	9	2.93
กลุ่มอ้างอิง เช่น ดารา นักร้อง	9	2.93
แล้วแต่อารมณ์	1	0.34

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

บุคลิกลักษณะของผู้บริภคที่คิดว่ามีผลต่อการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติ

ผู้บริภคที่คิดว่าบุคลิกลักษณะมีผลต่อการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติ ส่วนใหญ่มีบุคลิกลักษณะว่า รังแกมเส มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 39.08 เป็นคนเรียบง่าย 27 คน คิดเป็นร้อยละ 31.03 และเชื่อมั่นตนเอง 16 คน คิดเป็นร้อยละ 18.39 (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 13 บุคลิกลักษณะมีผล/ไม่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติ

ผลของบุคลิกลักษณะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีผล	87	72.50
ไม่มีผล	33	27.50
รวม	120	100.00

ตารางที่ 14 บุคลิกลักษณะของผู้บริโภคที่คิดว่ามีผลต่อการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติ

บุคลิกลักษณะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ราคาเงินแจ่มใส	34	39.08
เรียบง่าย	27	31.03
เชื่อมั่นในตนเอง	16	18.39
เจียมขริ้ม	7	8.05
เท่	2	2.30
เรียบง่าย	1	1.15
รวม	87	100.00

ตอนที่ 4 ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติ

ทัศนคติต่อราคาน้ำหอม

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าราคาของน้ำหอมมีราคาสูงเกินไป มีจำนวนถึง 91 คน คิดเป็นร้อยละ 75.83 (ตารางที่ 15)

น้ำหอมเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยจริง/ไม่จริง

ผู้บริโภคส่วนใหญ่คิดว่าน้ำหอมเป็นสินค้าที่ฟุ่มเฟือยจริง มีจำนวนถึง 84 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 15 ทัศนคติต่อราคาของน้ำหอม

ทัศนคติ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ราคาสูงเกินไป	91	75.83
ราคาเหมาะสม	24	20.00
ขึ้นอยู่กับยี่ห้อ	5	4.17
รวม	120	100.00

ทัศนคติเกี่ยวกับยี่ห้อที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำหอม

ผู้บริโภคส่วนใหญ่คิดว่ายี่ห้อที่มีผลบ้างพอสมควรต่อการเลือกใช้น้ำหอม มีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 16 น้ำหอมเป็นสินค้าปลอมเพียงจริง/ไม่จริง

น้ำหอมเป็นสินค้าปลอมเพียงจริง/ไม่จริง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จริง	84	70.00
ไม่จริง	36	30.00
รวม	120	100.00

ตารางที่ 17ทัศนคติเกี่ยวกับยี่ห้อที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำหอม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับยี่ห้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีผลมาก	26	21.67
มีผลบ้างพอสมควร	80	66.67
ไม่มีผลเลย	14	11.66
รวม	120	100.00

ทัศนคติต่อขนาดบรรจุภัณฑ์และลักษณะบรรจุภัณฑ์ของน้ำหอม

ผู้บริหารภาคส่วนใหญ่มองว่าขนาดบรรจุภัณฑ์น้ำหอมในปัจจุบันมีความเหมาะสมดีแล้ว มีจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 96.67 และคิดว่าลักษณะบรรจุภัณฑ์ของน้ำหอมมีความสวยงาม จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 80.83 (ตารางที่ 18)

ตารางที่ 18 ทักษะที่ต้องการขนาดบรรจุภัณฑ์และลักษณะบรรจุภัณฑ์ของน้ำหอม

ทัศนคติของผู้บริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<u>ขนาดบรรจุภัณฑ์น้ำหอม</u>		
เหมาะสม	116	96.67
ไม่เหมาะสม	4	3.33
<u>ลักษณะบรรจุภัณฑ์ของน้ำหอม</u>		
สวยงาม	97	80.83
ธรรมดา	20	16.67
ควรปรับปรุง	3	2.50

เคย/ไม่เคยใช้น้ำหอมที่ผลิตในประเทศไทย

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่เคยมีโอกาสดูหรือน้ำหอมที่ผลิตในประเทศไทย จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 68.33 ส่วนผู้บริโภคจำนวน 26 คน ที่ได้เคยใช้น้ำหอมที่ผลิตในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 21.67 ยี่ห้อที่ใช้ ได้แก่ รोजเรียลทอลบรีนเชส คิวเพรส เอวอน (ตารางที่ 19)

ทัศนคติเกี่ยวกับคุณภาพของน้ำหอมที่ผลิตในประเทศไทย

ผู้บริโภคส่วนใหญ่คิดว่าไม่เป็นความจริงที่น้ำหอมที่ผลิตในประเทศไทย จะมียุทธภาพต่ำกว่าน้ำหอมจากต่างประเทศ คือ มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 ผู้บริโภคจำนวน 33 คน คิดว่าเป็นความจริงที่น้ำหอมผลิตในประเทศไทยมีคุณภาพต่ำกว่าน้ำหอมจากต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 27.50 และผู้บริโภคจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ไม่ขอออกความคิดเห็น เพราะไม่เคยใช้น้ำหอมที่ผลิตในประเทศไทย (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 19 เคย/ไม่เคยใช้น้ำหอมที่ผลิตในประเทศไทย

เคย/ไม่เคย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	26	21.67
ไม่เคย	82	68.33
ไม่แน่ใจ	12	10.00
รวม	120	100.00

ตารางที่ 20ทัศนคติเกี่ยวกับคุณภาพน้ำหอมที่ผลิตในประเทศไทย

ความคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จริง	33	27.50
ไม่จริง	57	47.50
ไม่ออกความคิดเห็น	30	25.00
รวม	120	100.00

ทัศนคติเกี่ยวกับความจำเป็นในการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติ

ผู้บริภคส่วนใหญ่มคิดว่าการเลือกใช้น้ำหอมไม่จำเป็นต้องเป็นน้ำหอมธรรมชาติ คือมีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 55.83 สำหรับผู้บริภคจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 35.83 รู้สึกเลยว่าการเลือกใช้น้ำหอมที่จำเป็นน้ำหอมธรรมชาติ (ตารางที่ 21)

ตารางที่ 21 หักคะแนนเกี่ยวกับความจำเป็นในการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติ

ความคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำเป็น	10	8.34
ไม่จำเป็น	67	55.83
เฉย ๆ	43	35.83
รวม	120	100.00

ความสำคัญของกลิ่นต่อการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติ

กลิ่นมีผลมากต่อการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติของผู้บริวค มีจำนวนถึง 81 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 และมีผลบ้างพอสมควรจำนวน 30 คนคิดเป็นร้อยละ 25.00 (ตารางที่ 22)

ตารางที่ 22 ความสำคัญของกลิ่นต่อการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติ

ความสำคัญ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีผลมาก	81	67.50
มีผลบ้างพอสมควร	30	25.00
ไม่มีผล	9	7.50
รวม	120	100.00

ทัศนคติต่อตัวอย่าง 3 กลิ่นของกลิ่นของน้ำหอมธรรมชาติ

ผู้ศึกษาได้นำกลิ่นของน้ำหอมธรรมชาติ 3 กลิ่น มาเป็นตัวอย่างในการสัมภาษณ์ ได้ผลว่า ผู้บริโภคที่ชอบกลิ่นบุเก้ มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 ที่ชอบกลิ่นออกคิด มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 และที่ชอบกลิ่นกรีนแอปเปิ้ล มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 ซึ่งกลิ่นกรีนแอปเปิ้ล ส่วนใหญ่ผู้บริโภคไม่ชอบกลิ่นนี้ มีจำนวนถึง 53 คน คิดเป็นร้อยละ 44.17 (ตารางที่ 23)

ทัศนคติต่อกลิ่นของน้ำหอมธรรมชาติ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่คิดว่าน้ำหอมธรรมชาติมีกลิ่นหอม จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 61.67 สำหรับผู้บริโภคที่คิดว่าควรมีการปรับปรุงกลิ่นของน้ำหอมธรรมชาติให้มีความรุนแรงน้อยลง มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67 (ตารางที่ 24)

ความคิดเห็นอื่น ๆ ของผู้บริโภคส่วนใหญ่ คือ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่สามารถแยกกลิ่นของน้ำหอมได้ระหว่างน้ำหอมธรรมชาติกับน้ำหอมที่สังเคราะห์ทางเคมี และไม่ทราบถึงความแตกต่างของน้ำหอมทั้งสองมากนัก ซึ่งถ้าผู้ผลิตต้องการจะให้ผู้บริโภคนิยมใช้น้ำหอมธรรมชาติ ควรมีการแนะนำน้ำหอมธรรมชาติให้ผู้บริโภคได้รู้จักมากขึ้น อย่างไรก็ตามผู้บริโภคส่วนใหญ่ก็ยังมีความคิดว่า ในการเลือกใช้น้ำหอมไม่มีความจำเป็นที่จะต้องเลือกน้ำหอมธรรมชาติ เพราะกลิ่นของน้ำหอมธรรมชาติไม่ติดทนทาน เหมือนกับน้ำหอมที่มีการผสมสารสังเคราะห์

ตารางที่ 23 ทัศนคติต่อตัวอย่าง 3 กลิ่นของกลิ่นน้ำหอมธรรมชาติ

กลิ่น\จำนวน (คน)	ชอบ	ไม่ชอบ	เฉย ๆ	รวม (คน)
กลิ่นที่ 1 กลิ่นบุเก้	57	25	38	120
	(47.50)	(20.83)	(31.67)	(100.00)

ตารางที่ 23 (ต่อ)

กลิ่น\จำนวน (คน)	ชอบ	ไม่ชอบ	เฉย ๆ	รวม (คน)
กลิ่นที่ 2 กลิ่นออกคิด	51	44	25	120
	(42.50)	(36.67)	(20.83)	(100.00)
กลิ่นที่ 3 กลิ่นกรีนแอปเปิ้ล	39	53	28	120
	(32.50)	(44.17)	(23.33)	(100.00)

หมายเหตุ : ในวงเล็บแสดงค่าร้อยละ

ตารางที่ 24 ทักษะคติต่อกลิ่นของน้ำหอมธรรมชาติ

ทักษะคติ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หอม	74	61.67
ไม่หอม	7	5.83
ธรรมดา	25	20.83
ควรปรับปรุง	14	11.67
รวม	120	100.00

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

จากการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคต่อการใช้น้ำหอมธรรมชาติในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างในบริเวณสยามสแควร์ มาบุญครอง บางลำภู สีลม และ ลาดพร้าว สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

ข้อมูลทั่วไป

จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้จำนวน 120 คน เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยวิธี Quota sampling อาศัยเพศของผู้บริโภคเป็นเกณฑ์ จึงได้ผู้บริโภคนชาย และเพศหญิงจำนวน 60 คนเท่ากัน ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 18-25 ปี สถานภาพโสด มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา การศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน

พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำหอม

ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมใช้น้ำหอม และเป็นน้ำหอมที่นำเข้าจากต่างประเทศ เหตุผลที่ใช้น้ำหอม คือ ต้องการกลิ่นหอมและเพื่อเสริมบุคลิกภาพ สำหรับเหตุผลของผู้ที่ไม่นิยมใช้น้ำหอมก็ คือ คิดว่าไม่มีความจำเป็น ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมใช้น้ำหอมธรรมชาติ รูปลักษณะที่ใช้ คือ โคลอญจน์ (Cologne) ขนาดบรรจุ 50 มิลลิลิตร กลิ่นที่นิยมมากที่สุดคือ กลิ่นหอมอ่อน ๆ และมักใช้เวลาก่อนออกจากบ้าน ส่วนใหญ่ใช้ประจำทุกวัน สถานที่ที่นิยมไปซื้อน้ำหอมเป็นประจำ คือ แคนเตอร์น้ำหอมในห้างสรรพสินค้า ผู้บริโภคส่วนใหญ่คิดที่จะใช้น้ำหอมธรรมชาติ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำหอม คือ กลิ่นของน้ำหอม และ บุคลิกลักษณะของผู้ใช้น้ำหอม

ทัศนคติที่มีต่อน้ำหอมธรรมชาติ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าราคาของน้ำหอมสูงเกินไปและเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ยี่ห้อที่มีผลข้างเคียงต่ออาการแพ้กลิ่นน้ำหอม และคิดว่าขนาดบรรจุภัณฑ์และลักษณะบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมและสวยงามดีแล้ว ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่เคยใช้น้ำหอมที่ผลิตในประเทศไทย แต่ก็คิดว่าไม่ใช่ว่าจะเป็นความจริงที่น้ำหอมที่ผลิตในประเทศไทยจะมีคุณภาพต่ำกว่าต่างประเทศ ผู้บริโภคส่วนใหญ่คิดว่าไม่จำเป็นต้องใช้น้ำหอมธรรมชาติ และกลิ่นมีผลมากต่อการเลือกใช้น้ำหอม ซึ่งจากการนำตัวอย่างของกลิ่นน้ำหอมธรรมชาติมาใช้ในการทดลองครั้งนี้กลิ่นบูเก้และกลิ่นออกคิด เป็นกลิ่นที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบ แต่ไม่ชอบกลิ่นกรีนแอปเปิ้ล

ข้อเสนอแนะ

การศึกษทัศนคติของผู้บริโภคต่อการใช้น้ำหอมธรรมชาติในเขตกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ ทำให้ทราบว่า น้ำหอมที่เป็นน้ำหอมธรรมชาติแท้ ๆ นั้น หัวน้ำหอมที่ได้มาจากธรรมชาติทั้งจากพืชและจากสัตว์ หัวน้ำหอมที่ได้จากพืชต้องเข้มข้นมากกว่าจะได้เป็นหัวน้ำหอม สำหรับหัวน้ำหอมที่ได้จากสัตว์ เป็นสิ่งที่หายาก มีราคาแพง และบางครั้งต้องทรมานสัตว์ เพื่อให้ได้สารที่ต้องการจากตัวสัตว์ ฉะนั้นน้ำหอมที่ผลิตในปัจจุบัน จึงควรเป็นน้ำหอมที่หัวน้ำหอมได้มาจากแหล่งธรรมชาติผสมกับหัวน้ำหอมจากการสังเคราะห์สารเคมี ซึ่งถือได้ว่าเป็นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้ ไม่มีการทรมานสัตว์ และถือเป็นน้ำหอมธรรมชาติได้เช่นกัน

นอกจากนี้ ภาครัฐบาลควรส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการผลิตน้ำหอมขึ้นเองในประเทศไทยโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยทัดเทียมกับต่างประเทศ และส่งเสริมให้มีการตั้งโรงงานผลิตน้ำมันหอมระเหยและเครื่องหอมสำหรับอุตสาหกรรมมากขึ้น ส่งเสริมให้เกษตรกรเปลี่ยนมาปลูกพืชที่จะเข้ามาสกัดเอาน้ำมันหอมระเหย เพราะการผลิตน้ำมันหอมระเหยจะต้องใช้วัตถุดิบในปริมาณมาก และทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการปลูกพืชเหล่านี้

ในด้านทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำหอมจากต่างประเทศ และผู้บริโภคที่ยึดติดกับยี่ห้อและเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียง รัฐบาลควรณรงค์ให้ผู้บริโภคเปลี่ยนมาใช้น้ำหอมที่ผลิตในประเทศไทย โดยผู้ผลิตต้องพยายามผลิตน้ำหอมให้ได้คุณภาพและใช้ตั้งชื่อที่เป็นสากล ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้หรูหราและสวยงาม และมีการเน้นในด้านช่องทางการจำหน่าย สื่อการโฆษณา มีการแนะนำสินค้าเข้าสู่ตลาด เพื่อขยายตลาดภายในประเทศ และออกสู่ตลาดโลกด้วย ซึ่งถ้าประเทศไทยสามารถผลิตน้ำหอมจนเป็นที่ยอมรับของตลาดทั่วโลกได้ จะทำให้ประเทศไทยมีรายได้เพิ่มขึ้น และสามารถลดการขาดดุลทางการค้าของประเทศไทยได้

เอกสารอ้างอิง

กรมวิชาการเกษตร . 2535 . เอกสารประกอบมหกรรมสัมมนาทางวิชาการ ทางเลือกของ
เกษตรกรไทยเนื่องในวันครบรอบ 20 ปี กรมวิชาการเกษตร เรื่องอนาคตของพรรณไม้
หอมและน้ำชั้นหอมระเหย 22-30 กันยายน 2535 . (ไม่ระบุสำนักพิมพ์) .

นิรนาม . 2520 . "ประเทศไทยกำลังจะเป็นผู้ผลิตหัวน้ำหอมชั้นนำของโลก" . อินดีสตรี .
7(6) : น.39-42 .

ธนาคารกสิกรไทย . 2535 . "น้ำหอม : ธุรกิจมูลค่านับพันล้านบาท" . สรุปข่าวธุรกิจ .
23(22) : น.7-11 .

ชเนศ กองประเสริฐ . 2526 . การพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศ . กรมส่งเสริม
การเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ . (อัสสาเนา) .

ประเทืองศรี สิ้นชัยศรี . 2535 . เอกสารประกอบการฝึกอบรม หลักสูตร ไม้ดอก
อุตสาหกรรม รุ่นที่ 1 . ศูนย์ส่งเสริมและฝึกอบรมการเกษตรแห่งชาติ มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน นครปฐม . (จรเนียว) .

พริบพราย . 2537 . "อำนาจแห่งความหอม" . Elle Thailand . 1(1) : น.159-161.

พิชญ์นัส วิภูตายน . 2537 . การศึกษาสภาวะการผลิตและการตลาดเครื่องหอมของประเทศ
ไทย . กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตพิเศษ . สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร-
ลาดกระบัง .

ราไพ เกตุดี . 2534 . "ตลาดน้ำหอมร้อนแรง แปรนต์เก่าแปรนต์ใหม่เปิดศึก" . คู่แข่ง .
2(133) : น.86-88 .

วนิดา ศิลปอาษา . 2533 . "น้ำหอม...ดอกไม้...และผู้หญิง" . กลิ่นหอม . 14(1)
: น.30-32 .

เอนก นาวิกมูล . 2534 . "ฉลากน้ำหอม" . สารคดี . 7(75) : น.154-159.

J.Stephan Jellinek, Dragoco and others . 1994 . "Aroma-Chology : A
Status Review" . Perfume & Flavorist . (september/october 1994) :
pp. 25-29 .

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

แบบสอบถามเลขที่

สถานที่สัมภาษณ์

แบบสอบถามปัญหาพิเศษ

เรื่อง ทักษะคติของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้น้ำหอมธรรมชาติในเขตกรุงเทพมหานคร

นิยาม น้ำหอมธรรมชาติ คือ น้ำหอมที่ได้จากหัวน้ำหอมซึ่งกลั่นจากดอกไม้โดยมีแอลกอฮอล์อะซิโตน หรือ เฮกเซนเป็นตัวทำละลาย ผสมด้วยวัตถุที่ทำให้กลิ่นคงทน โดยส่วนใหญ่ได้มาจากสัตว์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค

1. เพศ

- () 1. ชาย () 2. หญิง

2. อายุ

- () 1. 13-17 ปี () 2. 18-25 ปี
 () 3. 26-30 ปี () 4. 31-35 ปี
 () 5. 36-40 ปี () 6. 40 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

- () 1. โสด () 2. สมรส
 () 3. หย่า () 4. แยกกันอยู่
 () 5. อื่น (โปรดระบุ).....

4. อาชีพ

- () 1. นักเรียน/นักศึกษา () 2. รับราชการ
 () 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ () 4. พนักงานบริษัทเอกชน
 () 5. ประกอบธุรกิจส่วนตัว () 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. การศึกษา

- () 1. ประถมศึกษา () 2. มัธยมศึกษาตอนต้น
 () 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. () 4. อนุปริญญาตรี/ปวส.
 () 5. ปริญญาตรี () 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

6. ระดับรายได้ต่อเดือน

- () 1. น้อยกว่า 5,000 บาท () 2. 5,000-10,000 บาท
 () 3. 10,001-15,000 บาท () 4. 15,001-20,000 บาท
 () 5. 20,001-25,000 บาท () 6. สูงกว่า 25,000 บาท

ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการใช้น้ำหอมของผู้บริโภค

1. ท่านนิยมใช้น้ำหอมหรือไม่

- () 1. นิยม
 () 2. ไม่นิยม (ข้ามไปตอบข้อ 4)

2. น้ำหอมที่ท่านนิยมมาใช้เป็นน้ำหอมจากที่ใด

- () 1. นำเข้าจากต่างประเทศ () 2. ผลิตในประเทศไทย
 () 3. ไม้เนื้อแข็ง () 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

3. ท่านนิยมใช้น้ำหอมเพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. เพื่อต้องการกลิ่นหอม () 2. เพื่อเสริมบุคลิกภาพ
 () 3. เพื่อความมั่นใจ () 4. อยากรองไข
 () 5. จากการแนะนำของผู้อื่น เช่น เพื่อน คนรัก
 () 6. ต้องการความสดชื่นสบายตัว
 () 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. ท่านนิยมนำใช้น้ำหอมเพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. เป็นสินค้าหุ้มเพื่อย () 2. ไม่ชอบกลิ่นของน้ำหอม
 () 3. ไม่มีเวลาจำเป็น () 4. ราคาแพงเกินไป
 () 5. แพ้กลิ่นหอม () 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. ชนิดของน้ำหอมที่ท่านนิยมนำใช้

- () 1. น้ำหอมธรรมชาติ
 () 2. น้ำหอมที่ได้จากการสังเคราะห์ทางเคมี
 () 3. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

6. รูปลักษณ์ของน้ำหอมที่ท่านนิยมนำใช้

- () 1. เพอร์ฟิว (Perfume) () 2. โลชั่น (Lotion)
 () 3. โคลโลญ (Cologne) () 4. เพอร์ฟิว สเปรย์ (Perfume Sprays)

7. ขนาดบรรจุภัณฑ์ของน้ำหอมที่ท่านนิยมนำใช้

- () 1. 10 ml. () 2. 30 ml.
 () 3. 50 ml. () 4. 100 ml.
 () 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

8. กลิ่นของน้ำหอมที่ท่านนิยมนำใช้มากที่สุด

- () 1. กลิ่นหอมอ่อน ๆ () 2. กลิ่นหอมแรง
 () 3. กลิ่นหอมสดชื่น () 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

9. เวลาที่ท่านนิยมนำใช้น้ำหอม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. เช้า () 2. ก่อนออกจากบ้าน
 () 3. กลางวัน () 4. เย็น
 () 5. ก่อนเข้านอน () 6. ในโอกาสพิเศษต่าง ๆ เช่น งานเลี้ยง
 () 7. หลังอาบน้ำ () 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

10. ความถี่ในการใช้น้ำหอมของท่าน

- () 1. ประจำทุกวัน () 2. 3-4 ครั้ง/สัปดาห์
 () 3. 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ () 4. เฉพาะโอกาสพิเศษ เช่น งานเลี้ยง
 () 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

11. สถานที่ที่ท่านนิยมไปชื้อน้ำหอมเป็นประจำ

- () 1. ร้านเสริมสวย () 2. เคาน์เตอร์น้ำหอมในห้างสรรพสินค้า
 () 3. ไปซื้อต่างประเทศ () 4. บริเวณที่มีน้ำหอมจำหน่าย เช่น ตลาด
 () 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ)...

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติของผู้บริโภค

1. ท่านคิดที่จะเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติหรือไม่

- () 1. คิด
 () 2. ไม่คิด เพราะ

() 3. เฉย ๆ

2. ปัจจัยใดที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. กลิ่น () 2. ยี่ห้อ
 () 3. ราคา () 4. เป็นน้ำหอมที่มีชื่อเสียงของต่างประเทศ
 () 5. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ () 6. สิ่งจูงใจ เช่น การลดราคา
 () 7. การโฆษณา
 () 8. กลุ่มอ้างอิง เช่น ดารา นักร้อง ผู้มีชื่อเสียงในสังคม
 () 9. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

3. ท่านคิดว่า บุคลิกลักษณะมีผลต่อการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติของตัวเองหรือไม่

- () 1. มี
 () 2. ไม่มี (ไม่ต้องตอบข้อ 4)

4. บุคลิกลักษณะที่มีความใกล้เคียงกับท่านมากที่สุด

- () 1. ร่าเริงแจ่มใส () 2. เชื้อมึ่นในตนเอง
 () 3. เรียบง่าย () 4. เท่
 () 5. เงียบขรึม () 6. สง่า
 () 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 4 ทักษะคิดที่มีต่อน้ำหอมธรรมชาติ

1. ท่านเห็นว่าราคาของน้ำหอมเป็นอย่างไร

- () 1. ราคาสูงเกินไป
- () 2. เหมาะสมแล้ว
- () 3. อื่น ๆ ระบุ.....

2. ท่านคิดว่า น้ำหอมเป็นสินค้าที่ฟุ่มเฟือยจริงหรือไม่

- () 1. จริง
- () 2. ไม่จริง

3. ยี่ห้อีผลต่อการเลือกใช้น้ำหอมของท่านอย่างไร

- () 1. มีผลมาก
- () 2. มีผลบ้างพอสมควร
- () 3. ไม่มีผลเลย

4. ท่านคิดว่าขนาดบรรจุภัณฑ์น้ำหอมเป็นอย่างไร

- () 1. เหมาะสม
- () 2. ไม่เหมาะสม น่าจะ.....

5. ท่านคิดว่าลักษณะบรรจุภัณฑ์ของน้ำหอมเป็นอย่างไร

- () 1. สวยงาม
- () 2. ธรรมดา
- () 3. ควรปรับปรุง

6. ท่านได้เคยมีโอกาเลือกใช้น้ำหอมที่ผลิตในประเทศไทยบ้างหรือไม่

- () 1. เคย (โปรดระบุ).....
- () 2. ไม่เคย
- () 3. อื่น ๆ

7. ท่านคิดว่าน้ำหอมที่ผลิตในประเทศไทยมีคุณภาพต่ำกว่าน้ำหอมจากต่างประเทศ จริงหรือไม่

- () 1. จริง
- () 2. ไม่จริง
- () 3. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

8. ในการเลือกใช้น้ำหอม ท่านคิดว่าจำเป็นหรือไม่ที่จะต้องเป็นน้ำหอมธรรมชาติ

- () 1. จำเป็น
 () 2. ไม่จำเป็น
 () 3. เฉย ๆ

9. ท่านคิดว่ากลิ่นมีผลต่อการเลือกใช้น้ำหอมธรรมชาติของท่านมากน้อยเพียงใด

- () 1. มีผลมาก () 3. ไม่มีผลเลย
 () 2. มีผลพอสมควร

10. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อกลิ่นของน้ำหอมธรรมชาติเหล่านี้

	ชอบ	ไม่ชอบ	เฉย ๆ
1. กลิ่นที่ 1 (กลิ่นบูเก้)	(...)	(...)	(...)
2. กลิ่นที่ 2 (กลิ่นออกคิด)	(...)	(...)	(...)
3. กลิ่นที่ 3 (กลิ่นกรีนแอปเปิ้ล)	(...)	(...)	(...)

11. ท่านคิดว่ากลิ่นของน้ำหอมธรรมชาติเป็นอย่างไร

- () 1. หอม
 () 2. ไม่หอม
 () 3. ชรรมดา
 () 4. ควรปรับปรุง คือ.....

12. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับน้ำหอมธรรมชาติ

.....

ขอขอบคุณท่านที่ให้ความร่วมมือ

...../...../.....

ภาคผนวก ข.

ตารางที่ 25 ชนิด แหล่งที่มา กลิ่น และคุณสมบัติของน้ำมันหอมระเหย

น้ำมันหอมระเหย	แหล่งที่มา	กลิ่น	คุณสมบัติ
เบซิล (Basil)	ยอดของดอกและใบ ของสมุนไพร	หอมหวานเผ็ดร้อน	ช่วยให้มีสมาธิและแรงบันดาลใจ ผ่อนคลายความเครียด
เบอร์กามอท (Bergamot)	เปลือกของผลมะกรูด ชนิดหนึ่ง	กลิ่นแรง หอมหวาน อย่างดอกไม้	เพิ่มความสดชื่น ลดความเครียด ความวิตกกังวล ฆ่าเชื้อ และ ระงับกลิ่น
คาโรไมล์ (Chamomile)	นำดอกมาทำแห้ง	กลิ่นแรง ให้ความ หอมแบบผลไม้	ช่วยให้จิตใจสงบ ให้ความสมดุล และช่วยผ่อนคลาย นอนหลับ นิยมนำมาใช้เป็นชาคาโรไมล์
คลารี่ เสง (Clary sage)	จากดอกและใบ	หอมแบบดอกไม้	ช่วยคลายกล้ามเนื้อ เพิ่มความ สดชื่นและให้ความรู้สึกอบอุ่น
ยูคาลิปตัส (Eucalyptus)	จากใบตากแห้ง	กลิ่นแรงหอม เหมือนเมนทอล	ให้ความเย็นและสดชื่น ไล่แมลง และรักษาผิวที่เสียว
เจอร์ราเนียม (Geranium)	ดอก	แบบกุหลาบ และใบไม้	ผ่อนคลาย ให้นอนหลับสบาย และผิว แพ้ง่ายและขจัดความอ่อนเพลีย
จัสมีน (Jasmine)	ดอกมะลิ	กลิ่นแรงหอม แปลกและอบอุ่น	ช่วยให้รู้สึกสดชื่นขึ้น และผ่อนคลาย ผิวแพ้ง่าย
ลาเวนเดอร์ (Lavender)	ดอก	หอมแบบดอกไม้	ช่วยให้จิตใจสงบ (เป็นแอนตี้- เซพติกอย่างอ่อน รักษาบริเวณ ที่โดนเผาไหม้
เลมอนกราส (Lemongrass)	ใบ	หอมหวานแบบมะนาว	ช่วยให้สดชื่นและมีพลัง

ตารางที่ 25 (ต่อ)

น้ำมันหอมระเหย	แหล่งที่มา	กลิ่น	คุณสมบัติ
ส้ม (Orange)	เปลือก	กลิ่นหอมเย็น	บำบัดเป่าความเครียด
เปปเปอร์มินท์ (Peppermint)	ใบและดอก	หอมสดชื่น	กระตุ้นให้สดชื่นและให้ความเป็น รักษาอาการปวดศีรษะ และ ระบบย่อยอาหารไม่ปกติ
โรสแมรี่ (Rosemary)	ยอดดอกและใบ	สดชื่นแบบสมุนไพร	กระตุ้นให้เกิดความสดชื่นร่าเริง คลายกล้ามเนื้อที่ตึง รักษาหนัง ศีรษะและขจัดรังแค
ไม้จันทน์ (Sandalwood)	แก่นของลำต้น	กลิ่นหอมแบบ เปลือกไม้และ หอมแปลก	เหมาะกับทุกผิวพรรณ ช่วยทำให้ผิว แห้งชุ่มชื้นขึ้น ช่วยบรรเทา อาการหวัด

ที่มา : (พริบพราย , 2537 : 161)

