

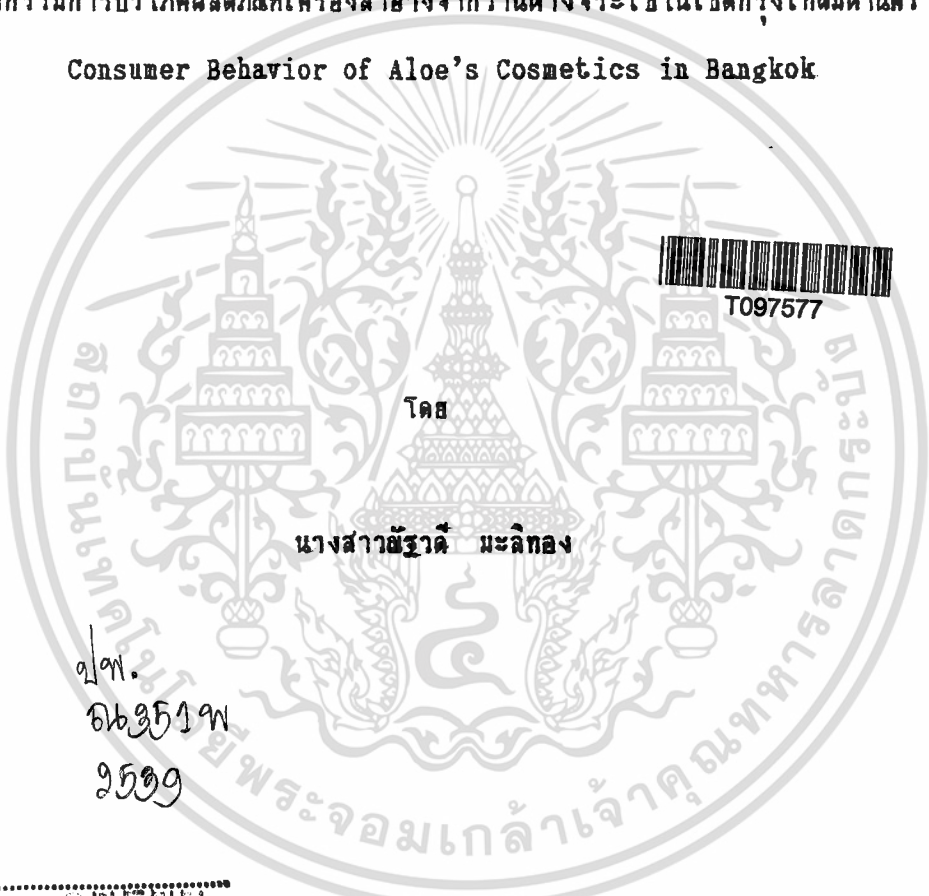


สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง
ปทุมธานี

เรื่อง

พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากวุ้นหางจระเข้ในเขตกรุงเทพมหานคร

Consumer Behavior of Aloe's Cosmetics in Bangkok



โดย

นางสาวธรรดา มะลิกทอง

รฟ.
๖๖๑๕๑๗
๒๕๖๑

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน.....
วัน,เดือน,ปี.....

เสนอต่อ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2539

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้
ในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย : นางสาวณัฐวดี มะลิทอง

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตร์บัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ :  5, 09, 39
(อภิสิทธิ์ แก้วนา)

ปัจจุบันนี้มีการใช้เครื่องสำอางกันอย่างแพร่หลาย ทำให้มีตลาดเครื่องสำอางแข่งขันกันอย่างมากมาย ส่งผลให้ผู้ผลิตแต่ละรายพยายามพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด จึงเริ่มมีการนำสารสกัดจากธรรมชาติต่าง ๆ มาเป็นส่วนผสมของเครื่องสำอาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งว่านหางจระเข้ ซึ่งมีการนำสารสกัดมาเป็นส่วนผสมในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทต่างๆ เช่น สบู่ระดม เป็นต้น ซึ่งได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก แม้ว่าราคาจะสูงกว่าเครื่องสำอางทั่วไป และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ยังไม่ดึงดูดใจผู้บริโภค จึงควรทำการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคและปัจจัยต่างๆ รวมถึงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ภายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการสุ่มตัวอย่างจากประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและเคยบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้จำนวน 100 คน โดยเลือกศึกษาในเขตชุมชนต่าง ๆ ทั้งกรุงเทพมหานคร ทั้งในเขตเมืองและปริมณฑล

จากการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 15-24 ปี สถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน นักศึกษา และประกอบอาชีพรับจ้าง รายได้ต่อเดือน อยู่ในช่วง 20,001-50,000 บาท ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคงใช้เครื่องสำอางที่ผสมว่านหางจระเข้ แต่มีบางส่วนเลิกใช้ เนื่องจากคุณภาพไม่ดี สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ที่ผู้บริโภคนิยมใช้ คือ สบู่ระดม คราที่ใช้เป็นประจำ คือ สบู่ระดมจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร โดยเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จะเลือกซื้อเครื่องสำอางจากवानทางจระเข้ด้วยตนเอง เหตุผลในการเลือกซื้อคือ เชื่อในคุณภาพ และราคาเหมาะสม สถานที่ที่นิยมไปเลือกซื้อ คือ ห้างสรรพสินค้า เพราะความสะดวกสบายในการหาซื้อ และจะซื้อเครื่องสำอางชนิดอื่นแทนหากไม่สามารถซื้อเครื่องสำอางจากวานทางจระเข้ที่ต้องการได้ เหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกใช้เครื่องสำอางจากวานทางจระเข้ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ โดยเหตุผลที่ใช้ในครั้งแรก คือ ทดลองด้วยตนเอง และเลือกซื้อ เนื่องจากคุณภาพเป็นอันดับแรก เมื่อเครื่องสำอางจากวานทางจระเข้ที่ใช้ประจำมีราคาสูงขึ้น จะบริโภคตามปกติ แต่เมื่อตราอื่นมีการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคจะลองใช้ตราอื่น แล้วเปรียบเทียบคุณภาพกับตราที่ใช้ประจำเพื่อตัดสินใจเลือกซื้อ ถ้าตราสินค้าที่ใช้ประจำมีการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคจะซื้อปริมาณเท่าเดิม เหตุผลหลักที่ทำให้ผู้บริโภคใช้เครื่องสำอางจากวานทางจระเข้ลดน้อยลง คือ มีอาการแพ้และระคายเคือง

จากผลการศึกษา ผู้ทำการศึกษาซื้อเสนอแนะสรุปได้ว่า ผู้ผลิตควรทำงานใกล้ชิดกับผลิตภัณฑ์ เพื่อบอกรายละเอียดเกี่ยวกับอาการแพ้ และข้อควรระวัง นอกจากนี้ยังควรมีการควบคุมคุณภาพมาตรฐานของการผลิตเพื่อไม่ให้มีพวกจุลินทรีย์ที่จะทำให้เกิดอันตรายปนอยู่ในผลิตภัณฑ์ ควรปรับปรุงรูปแบบและสีสันทาส่งงาม น่าสนใจมากขึ้น เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค และควรจัดชั้นสินค้าอยู่ในหมวดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากธรรมชาติ นอกจากนี้ควรลดต้นทุนการผลิต เพื่อให้ราคาผลิตภัณฑ์ลดต่ำลง และเพิ่มการกระจายสินค้าไปยังสถานที่ต่าง ๆ ให้ทั่วถึง รวมทั้งทำการส่งเสริมการตลาด ทั้งการโฆษณาและการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย สำหรับผู้บริโภคควรใช้วิจารณญาณในการเลือกซื้อสินค้า เพื่อไม่ให้ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ผลิตที่หวังผลประโยชน์เพียงอย่างเดียว ควรอ่านฉลากของผลิตภัณฑ์อย่างละเอียดและปฏิบัติตาม เพื่อหลีกเลี่ยงอาการแพ้ที่อาจเกิดขึ้นได้ นอกจากนี้ยังควรทำการทดสอบอาการแพ้เครื่องสำอางก่อนการบริโภคทุกครั้ง ในกรณีที่ผู้บริโภคไม่ทราบว่าเกิดอาการแพ้เนื่องจากเครื่องสำอางประเภทใด จะต้องทำการค้นหาเครื่องสำอางที่ทำให้แพ้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิสิทธิ์ แก้วจา ผู้เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริจรรธา เครือวิริยะพันธ์ ซึ่งคอยเป็นที่ปรึกษา ให้คำแนะนำ ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ให้คำแนะนำ สอบถามถึงปัญหาในการจัดทำปัญหาพิเศษในครั้งนี้นี้ จนทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ และขอขอบคุณเพื่อน ๆ พี่ ๆ ที่ห้องโครงการพิเศษ คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่คอยเป็นกำลังใจให้ความช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา

ผู้ศึกษาขอขอบคุณ คุณนิตยา จิตรสง่า และคุณวิภา สุขสวัสดิ์ ๗ อรุณษา ที่ช่วยในด้านการเก็บรวบรวมข้อมูลรวมไปถึงเพื่อน ๆ และน้อง ๆ ทุกคนที่คอยให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ แต่ไม่ได้ออกนามในที่นี้

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณ คุณพ่อและคุณแม่ ผู้เป็นที่รักและเคารพอย่างสูง ซึ่งคอยเป็นกำลังใจ และคอยห่วงใยจนสามารถประสบความสำเร็จได้ดังที่หวัง

ณัฐดิ มะลิกอง

มีนาคม 2539

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตของการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
การตรวจเอกสาร	4
วิธีการศึกษา	7
บทที่ 2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเครื่องสำอาง	8
ความหมายของเครื่องสำอาง	8
ลักษณะของเครื่องสำอาง	8
ประเภทของเครื่องสำอาง	10
ส่วนผสม	11
ลิปสติก	14
ฝุ่นโรยตัว	16
สิ่งปรุงรรมัดหน้า	17
รูจ	20
สิ่งปรุงรรมัดตา	20
ครีมและโลชั่นล้างหน้า	24
สิ่งปรุงรรมะขี้บกลิ่นเหงื่อและกลิ่นตัว	30
อันตรายที่อาจเกิดจากการใช้เครื่องสำอาง	35

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับว่านหางจระเข้	39
ลักษณะทางพฤกษศาสตร์	39
คุณสมบัติของว่านหางจระเข้	40
สภาวะการผลิตว่านหางจระเข้	42
การปลูกว่านหางจระเข้	44
ต้นทุนการผลิต	46
ผลตอบแทนของเกษตรกร	46
บทที่ 4 ผลการศึกษา	48
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค	48
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้	53
ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้	67
ตอนที่ 4 ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้	74
บทที่ 4 สรุปและข้อเสนอแนะ	80
สรุป	80
ข้อเสนอแนะ	82
เอกสารอ้างอิง	85
ภาคผนวก	86

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ประเภทฝุ่นโรตตีที่ผลิตและจำหน่ายในปัจจุบัน	17
2	ประเภทของรูกที่ผลิตและจำหน่ายในปัจจุบัน	21
3	รูปแบบ ส่วนประกอบ และคุณสมบัติของครีмли้งหน้า	27
4	รูปแบบของสิ่งปรุงร้จรงักลิ้งเหงื่อ	31
5	รูปแบบของสิ่งปรุงร้จรงักลิ้งตัว	33
6	ต้นทงการผลิด ในพื้นที่ 1 ไร่ (ไม่รวมค่าที่ดิน)	47
7	ผลตอบทงนของเกษตรกรผู้ปลูกว่านหางจระเข้ต่อไร่ต่อปี	47
8	เพศ	49
9	อายุ	49
10	สถานภาพ	51
11	ระดับการศึกษา	51
12	อาชีพ	52
13	รายได้	52
14	ประเภทเครื่องสำอองจากรว่านหางจระเข้ที่เคยใช้	54
15	พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอองจากรว่านหางจระเข้ในปัจจุบัน	54
16	เหตุผลที่เลิกใช้เครื่องสำอองจากรว่านหางจระเข้	55
17	ประเภทเครื่องสำอองที่ใช้ประจำ	56
18	ตราสินค้าของเครื่องสำอองที่สมว่านหางจระเข้ที่ใช้ประจำ	59
19	พฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอองจากรว่านหางจระเข้	62
20	เหตุผลที่เลือกใช้เครื่องสำอองจากรว่านหางจระเข้ตราต่าง ๆ	63
21	สถานที่ที่นิยมซื้อเครื่องสำอองจากรว่านหางจระเข้	64
22	เหตุผลที่ซื้อเครื่องสำอองจากรว่านหางจระเข้	65
23	พฤติกรรมเมื่อซื้อเครื่องสำอองจากรว่านหางจระเข้ชนิดที่ต้องการไม่ได้	66

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
24	บุคคลอื่นในครอบครัวที่ใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้	67
25	เหตุผลที่ใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้	68
26	อิทธิพลที่มีผลต่อการใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ในครั้งแรก	69
27	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้	70
28	พฤติกรรมเมื่อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ที่ใช้ประจำมีราคาสูงขึ้น	71
29	พฤติกรรมเมื่อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ตราอื่นมีการส่งเสริมการตลาด	71
30	พฤติกรรมเมื่อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ตราที่ใช้ประจำมีการส่งเสริมการตลาด	73
31	สาเหตุที่ทำให้ผู้ใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ลดน้อยลง	73
32	อิทธิพลของการโฆษณาที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้	74
33	ความคิดเห็นที่มีต่อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ในปัจจุบัน	77
34	ความคิดเห็นที่มีต่อว่านหางจระเข้สดกับเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้	77
35	ความคิดเห็นต่อคำโฆษณาสรรพคุณของเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้	78
36	ข้อเสนอแนะที่มีต่อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้	79

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ในปัจจุบันนี้ มีการใช้เครื่องสำอางกันอย่างแพร่หลายจนอาจจะกล่าวได้ว่า เครื่องสำอางเป็นปัจจัยที่สำคัญและจำเป็นต่อมนุษย์ เนื่องจากมีการใช้เครื่องสำอางตั้งแต่เริ่มแรกของชีวิต ขนาดของตลาดใหญ่ขึ้น จึงทำให้มีผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเครื่องสำอางแข่งขันกันอย่างมากมา ส่งผลให้ผู้ผลิตแต่ละรายพยายามพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด ทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่รู้จักกันตามสื่อต่าง ๆ และที่วางจำหน่ายอยู่ทั่วไปในตลาดนั้น มีทั้งเครื่องสำอางที่นำเข้ามาจากต่างประเทศและเครื่องสำอางที่ผลิตขึ้นภายในประเทศ แต่สารเคมีที่อยู่ในเครื่องสำอางนั้น บางชนิดอาจมีโทษหรือมีผลข้างเคียงต่อร่างกาย จึงเริ่มมีการนำสารสกัดจากธรรมชาติต่าง ๆ มาเป็นส่วนผสมของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง เช่น ว่านหางจระเข้ แดงกวา มะละกอ ดอกอัญชันและมะกรูด เป็นต้น (ซึ่งการเลือกที่จะนำสารสกัดจากพืชชนิดต่าง ๆ มาเป็นส่วนผสมในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแต่ละประเภท จะพิจารณาตามความเหมาะสมของลักษณะและสรรพคุณของสารสกัดจากธรรมชาติเหล่านั้น) ส่งผลให้ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคโดยทั่วไปเป็นอย่างมาก เนื่องจากเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมจากธรรมชาติไม่มีผลข้างเคียง ให้เกิดอาการระคายเคือง รวมทั้งผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติเหล่านี้เป็นอย่างดีและบางส่วนอาจเคยนำมาใช้ในการบำรุงรักษาความงามของผิวหนังและเส้นผมโดยตรง

แม้ว่าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากธรรมชาติที่วางจำหน่ายในตลาดปัจจุบันจะมีหลากหลายชนิด แต่ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากธรรมชาติที่น่าสนใจเป็นพิเศษ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ ซึ่งมีการเติบโตของตลาดอย่างรวดเร็ว อีกทั้งว่านหางจระเข้ยังมีคุณสมบัติมากมาย ทำให้มีการนำสารสกัดจากว่านหางจระเข้มาเป็นส่วนผสมในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทต่างๆ เช่น ฮาสะผสม ครีมบรอสเพลเป็น ครีมทาป้องกันแดด ครีมบำรุงผิวพรรณ และสบู่ เป็นต้น โดยส่วนใหญ่ได้จากการนำเข้ามาจากต่างประเทศ (นิรนาม, 2535) ทำให้มีต้นทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สูงส่งผลให้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้มีราคาแพง แต่ในปัจจุบันนี้มีเกษตรกรจำนวนมากได้เริ่มปลูกว่านหางจระเข้เป็นอาชีพเสริม เนื่องจากว่านหางจระเข้สามารถปลูกเป็นพืชแซมในสวนผลไม้ได้ อีกทั้งยังทนต่อสภาพแห้งแล้ง โรคและแมลงศัตรูพืชได้ดี ทำให้ผู้ผลิตเครื่องสำอางเริ่มให้ความสนใจในการนำว่านหางจระเข้มาเป็นส่วนผสมในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง เพื่อให้ได้รับความนิยมนจากผู้บริโภค การที่ผู้ผลิตสามารถผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ได้เองภายในประเทศนั้น ทำให้ลดต้นทุนในการผลิต ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ภายในประเทศจึงมีราคาต่ำลง นอกจากนี้ยังมีเกษตรกรซึ่งรวมกลุ่มกันผลิตยาสระผมและครีมหน้าบำรุงผิวจากว่านหางจระเข้เพื่อจำหน่าย ทำให้มีรายได้มากขึ้น และยังเป็นการนำทรัพยากรภายในท้องถิ่นมาแปรรูปให้มีราคาสูงขึ้น ผลิตภัณฑ์เหล่านี้จึงมีราคาต่ำกว่าผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากโรงงานอุตสาหกรรม แต่เมื่อเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน ที่จำหน่ายภายในท้องตลาด ซึ่งไม่มีว่านหางจระเข้เป็นส่วนผสม ปรากฏว่าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้มีราคาสูงกว่า และลักษณะที่บ่งบอกรูปร่างของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ยังไม่เป็นที่ดึงดูดใจผู้บริโภค จึงควรศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความคิดเห็นในการบริโภค อีกทั้งทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ เนื่องจากผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครเป็นผู้ที่มีกำลังซื้อสูง และชอบพฤติกรรมการตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้หลายตัวอย่างกว้างขวาง

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการใช้บริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ทราบถึงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

ขอบเขตของการศึกษา

ศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคและปัจจัยต่างๆ รวมถึงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ภายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการสุ่มตัวอย่างจากประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและเคยบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้จำนวน 100 คน โดยเลือกศึกษาในเขตชุมชนต่าง ๆ ทั่วกรุงเทพมหานคร ทั้งในเขตเมืองและปริมณฑล คือ หัวขบวน บางกะปิ ลาดพร้าว ประเวศ รามอินทรา ปิ่นเกล้า และรังสิต เพื่อเป็นการกระจายข้อมูลให้มากที่สุด และได้ข้อมูลที่ถูกต้องใกล้เคียงความเป็นจริง

นิยามศัพท์

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการบริโภคสินค้า และหรือการบริการทางเศรษฐกิจ รวมถึงกระบวนการการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อน และเป็นตัวกำหนดให้เกิดการกระทำต่าง ๆ ขึ้น

ผลิตภัณฑ์จากว่านหางจระเข้ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมใดส่วนหนึ่งของต้นว่านหางจระเข้ เป็นส่วนประกอบอยู่ในผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2517. หมายถึง

1. วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ทาถู วนวด ทรอบ ฟัน ทสอดใส่ อบหรือกระทำด้วยวิธีอื่นใด ต่อส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกายเพื่อความสะอาด ความสวยงาม หรือส่งเสริมให้เกิดความสวยงาม และรวมตลอดทั้งเครื่องประทึนผิวต่าง ๆ ด้วย
2. วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอางโดยเฉพาะ หรือ
3. วัตถุก่อนที่กำหนดโดยกระทรวงสาธารณสุขให้เป็นเครื่องสำอาง

การตรวจเอกสาร

กองตรวจโรงงาน (2526) สรุปได้ว่า เครื่องสำอางมีการใช้อย่างแพร่หลาย จนอาจถือว่า เครื่องสำอางเป็นปัจจัยที่สำคัญและจำเป็นต่อมนุษย์ เนื่องจากมีการใช้เครื่องสำอางตั้งแต่เริ่มแรกของชีวิต จึงทำให้มีผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางกันอย่างมากมาย มีการแข่งขันทางการตลาดอย่างกว้างขวาง อีกทั้งยังมีการโฆษณาอวดอ้างเกี่ยวกับประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจนเกินจริง การผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางเป็นไปอย่างอิสระ ไม่มีการควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐานความปลอดภัยที่เหมาะสม ทำให้มีวัตถุดิบหยาบเจือปนอยู่ซึ่งเป็นอันตรายต่อผู้ใช้เครื่องสำอาง และเนื่องจากเครื่องสำอางมีส่วนประกอบจากสารเคมีหลายชนิด อันอาจก่อให้เกิดอาการแพ้ขึ้นได้ ดังนั้นเพื่อสวัสดิภาพของประชาชนผู้ใช้เครื่องสำอาง การมีการควบคุม และให้ความรู้แก่ประชาชน ให้เข้าใจถึงคุณสมบัติและโทษที่อาจเกิดจากเครื่องสำอาง รวมทั้งวิธีใช้ที่เหมาะสม เพราะบางครั้งการแพ้เครื่องสำอาง ไม่ได้เกิดจากสารเคมีที่เป็นส่วนผสมของเครื่องสำอาง แต่เกิดจากการไม่ปฏิบัติตามฉลากที่ผู้ผลิตจัดทำไว้ เช่น ใช้บ่อยเกินไป เป็นต้น หรือบางกรณีอาจเกิดจากการผลิตที่ไม่ได้มาตรฐาน มีเชื้อจุลินทรีย์หรือเชื้อราอยู่ในเครื่องสำอาง เป็นผลให้เกิดการติดเชื้อ นอกจากนี้เครื่องสำอางแต่ละชนิดมีอายุการใช้งานแตกต่างกันไป แต่บางครั้งเครื่องสำอางอาจเสื่อมคุณภาพก่อนกำหนด เนื่องมาจากการเก็บรักษาและการใช้ที่ไม่ถูกต้อง

นิรนาม (2526) สรุปได้ว่า ว่านหางจระเข้เป็นต้นไม้ที่มีความมหัศจรรย์มาก โดยเฉพาะใบของว่านหางจระเข้ ซึ่งเป็นที่เก็บธาตุตามธรรมชาติที่สมบูรณ์ที่สุด คือ เมื่อตัดใบออกจากลำต้น ส่วนที่ถูกตัด ทั้งที่ลำต้นและปลายใบ จะปิดแผลอย่างรวดเร็ว เพื่อสกัดกั้นการสูญเสียน้ำ ใบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จึงรักษาความเขียวสดไว้ได้หลายวัน ถ้าแช่ในตู้เย็นจะอยู่ได้นาน 2-3 สัปดาห์ วันใส่ ๆ ของใบสดช่วยรักษาบาดแผลจากของมีคม และแผลไฟลวก ในปัจจุบันมีการนำว่านทางจระเข้ไปผลิตเป็นสินค้าหลายชนิด โดยใช้เป็นส่วนผสมของยาสระผม โลชั่นทาผิวแก้คันแคะ และยี่ห้อต่าง ๆ ผลิตไฟลวก สินค้าเหล่านี้ได้รับใบอนุญาตจากรัฐบาล หลังจากการตรวจสอบคุณภาพอย่างมาตรฐานที่ ลอส ออลามอส ภาสได้ความอุปถัมภ์ของคณะกรรมการพาณิชย์การพลังงานปรมาณู ประเทศสหรัฐอเมริกา

สุคนธ์ พูนพันธ์ (2531) สรุปว่า ว่านทางจระเข้สามารถใช้บำบัดรักษาโรคต่าง ๆ ได้มากมาย เช่น ราก ใช้รักษาโรคหนองใน และโรคซ้่าริ้ว ใบ ใช้รักษาแผลไฟไหม้ น้ำร้อนลวก แผลในปาก และใช้เป็นยาระบาย เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่ใช้ใบว่านทางจระเข้ในทางยา โดยใช้น้ำเมือกหรือยางซึ่งอยู่ที่เปลือก ซึ่งน้ำเมือกมีฤทธิ์ทางเภสัชวิทยาต่าง ๆ ได้แก่ สมานแผลไหม้ แผลเรื้อรัง แผลในกระเพาะอาหาร และอื่น ๆ ส่วนยางที่เปลือกมีสาร Anthraquinone ซึ่งมีฤทธิ์เป็นยาระบายรู้จักกันทั่วไปว่ายาถ่าย การนำน้ำเมือกมาใช้จึงต้องระวังไม่ให้ยางพากันปะปนมาเพราะอาจเกิดการระคายเคือง และการนำเมือกมาใช้ต้องระวังเรื่องความสะอาด เพราะแม้จะมีฤทธิ์ฆ่าแบคทีเรีย ก็ต้องใช้ความเข้มข้นสูง มิฉะนั้นอาจจะนำเชื้อมาติดแผลได้ วันจากว่านทางจระเข้มีลักษณะไม่คงตัว ราน้ำขุ่น จึงควรเก็บไว้ในที่เย็น และควรเก็บไว้ในรูปใบมากกว่าชูดเก็บไว้

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ (2534) สรุปว่า ว่านทางจระเข้เป็นสมุนไพรที่ชาวไทยรู้จักมานานในด้านของการเป็นยารักษาโรคได้แทบทุกชนิด ทั้งโดยวิธีการรับประทานเป็นยาภายใน และการใช้ทาผิวหนังภายนอก ส่วนที่นำมาใช้ประโยชน์ คือ ใบ ซึ่งให้ผลผลิต 2 ชนิด คือ ยาค่า มีฤทธิ์เป็นยาระบาย และส่วนที่เป็นเมือกหรือวุ้นมีสรรพคุณในการสมานแผลจากไฟไหม้ น้ำร้อนลวก ถูกของมีคมบาด ทำให้หมดค้ำ ผิวน้ำขุ่นขึ้น บ้องกันผิวหนังไหม้เกรียมจากการถูกแดดเผา และใช้เป็นส่วนผสมในเครื่องสำอางประเภทเสริมสุขภาพต่าง ๆ เป็นต้น ในอดีตการปลูกว่านทางจระเข้จะปลูกเป็นไม้ประดับตามบ้านเรือน หรือปลูกไว้เป็นสมุนไพรเพื่อใช้รักษาโรคในครัวเรือนเท่านั้น เนื่องจากเป็นว่านทางจระเข้พันธุ์พื้นเมืองดั้งเดิม ต้นมีขนาดเล็ก ทำให้วันหรือเมือกในใบมีจำนวนน้อย ไม่สามารถนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในเชิงพาณิชย์ได้ แต่ในปัจจุบันมีการขยายพันธุ์ว่านทางจระเข้ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ได้แก่ พันธุ์บาบาริเคนซิส ซึ่งเป็นว่านทางจระเข้ที่มีขนาดใหญ่ ขนาดของใบหนักประมาณ 0.8-1 กิโลกรัม เมื่อปลูกได้ 1 ปี เป็นพันธุ์ที่มีเนื้อวันมาก เหมาะจะใช้เป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุดิบในการผลิตเชิงพาณิชย์ได้ จึงมีการตั้งโรงงานเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์จากว่านหางจระเข้ และ ส่งเสริมให้เกษตรกรขยายการปลูกเป็นการค้าเพื่อจำหน่ายวัตถุดิบให้แก่โรงงานอุตสาหกรรม

นิรนาม (2535) สรุปได้ว่า ว่านหางจระเข้เป็นพืชทะเลทราย ปลูกง่าย เติบโตในดินทุกประเภท เป็นพืชที่ไม่มีแมลงรบกวน ไม่ต้องฉีดยากำจัดศัตรูพืช ดังนั้นจึงนิยมปลูกกันทั่วไป เพื่อประโยชน์ในทางสมุนไพร มีคุณสมบัติทางการแพทย์อย่างกว้างขวาง ทำให้มีการเพาะปลูกอย่างแพร่หลาย มีโรงงานอุตสาหกรรมบรรจุกระป๋องว่านหางจระเข้ในรูปแบบ "วันว่านหางจระเข้ ลอยแก้ว" จำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้โรงงานอุตสาหกรรมบรรจุกระป๋องว่านหางจระเข้ ตั้งอยู่ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดสุพรรณบุรี และในอนาคตอาจมีการขยายโรงงานไปยังพื้นที่เพาะปลูกในภาคอื่น นอกจากนี้ตลาดผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มและอาหารเสริม กำลังเติบโตอีกด้วย

นนท์ สदानุสิทธิ์ (2536) สรุปได้ว่า จากการสำรวจ 120 ตัวอย่าง พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 18-23 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา โดยทั่วไปจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้จากซูเปอร์มาเก็ต สำหรับตราสินค้าที่ซื้อประจำ คือ ชันสนายด์ เนื่องจากเชื่อถือในคุณภาพ ส่วนใหญ่จะให้ยาสมุนไพรที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้และโสมสกัด สาเหตุที่ใช้ คือ เพื่อต้องการบำรุงสุขภาพของเส้นผม ผู้บริโภครู้จักยาสมุนไพรที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้จากญาติและเพื่อนแนะนำ หากหาซื้อตราที่ใช้ประจำไม่ได้จะไม่เปลี่ยนไปซื้อตราอื่น และถ้าตราสินค้าอื่นมีการลด แลก แจก แถม ผู้บริโภคยังคงใช้ผลิตภัณฑ์ตราเดิม แต่ถ้าผลิตภัณฑ์ตราที่ผู้บริโภคใช้ประจำมีการลดราคา หรือ แจกและแถม ผู้บริโภคจะซื้อผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผู้บริโภคจะคำนึงถึงประสิทธิภาพในการบำรุงเส้นผมเป็นสำคัญ ผู้บริโภคมีความเห็นว่า ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรที่มีส่วนผสมจากว่านหางจระเข้มีประสิทธิภาพในการป้องกันผมร่วง และถึงแม้ว่าราคาของผลิตภัณฑ์จะสูง แต่ก็เหมาะสมกับคุณภาพ และรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ควรมีการปรับปรุง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิเป็นข้อมูลที่ได้จากการออกแบบสอบถามโดย

1.1 การสร้างแบบสอบถาม ทำการสร้างแบบสอบถามและทำการทดสอบแบบสอบถามจำนวน 15 ชุด หลังจากนั้นนำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อความสมบูรณ์ และเหมาะสมตามวัตถุประสงค์

1.2 การสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sample) จำนวน 100 ตัวอย่าง เพื่อความเหมาะสมในด้านเวลา แรงงานและค่าใช้จ่าย ซึ่งสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่เคยบริโภคผลิตภัณฑ์จากว่านหางจระเข้ โดยเลือกศึกษาในเขตชุมชนต่างๆ ที่กรุงเทพมหานครทั้งในเขตเมืองและปริมณฑล คือ ห้วยขวาง ลาดพร้าว ประเวศ รามอินทรา ปิ่นเกล้า พระโขนง รังสิตและบางกะปิ เป็นต้น เพื่อเป็นการกระจายข้อมูลของประชากรตัวอย่าง ทั้งในด้านรายได้และทัศนคติ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องใกล้เคียงความเป็นจริง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ บทความเอกสารทางวิชาการ วารสารต่าง ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ตามจำนวนที่กำหนดมาทำการวิเคราะห์โดยหาค่าสถิติอย่างง่าย เช่น การสร้างตารางแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

2. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยการศึกษาข้อมูลในด้านพฤติกรรม และทัศนคติ รวมถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์จากว่านหางจระเข้ และนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาบรรยายโดยอาศัยตารางแจกแจงความถี่ประกอบการอธิบายเพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเครื่องสำอาง

ความหมายของเครื่องสำอาง

เครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2517 หมายถึง

1. วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ ทาถู หนวด โยธ พ่น หยอดใส่ อบหรือกระทำด้วยวิธีอื่นใด ต่อส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกายเพื่อความสะอาด ความสวยงาม หรือส่งเสริมให้เกิดความสวยงาม และรวมตลอดทั้งเครื่องประทึนผิวต่าง ๆ ด้วย
2. วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอางโดยเฉพาะ หรือ
3. วัตถุก่อนที่กำหนดโดยกระทรวงสาธารณสุขให้เป็นเครื่องสำอาง

ลักษณะของเครื่องสำอาง

ลักษณะของเครื่องสำอางที่ผลิตและจำหน่ายในปัจจุบันสามารถแยกได้ ดังนี้

1. เพาเคอร์ (Powders) หมายถึง สิ่งปรุงที่มีลักษณะเป็นผงละเอียด หรือคอลลอยด์ของสารอินทรีย์ อนินทรีย์ที่ไม่ละลายผสมเป็นเนื้อเดียวกัน และไม่ระคายผิวหนัง จะแต่งกลิ่นและสีหรือไม่ก็ตาม
2. โซลูชัน (Solutions) หมายถึง สิ่งปรุงที่มีลักษณะใสและโปร่งตา ได้จากสารละลายของของแข็ง ของเหลวหรือก๊าซในตัวทำละลาย โดยมากเป็นของเหลวที่ไม่แยกจากกันเมื่อตั้งทิ้งไว้
3. ซีส์เพนชัน (Suspensions) หมายถึง สิ่งปรุงที่มีลักษณะเป็นของเหลว มีสารซึ่งไม่ละลายแขวนลอยอยู่ เมื่อตั้งทิ้งไว้อาจแยกตัวออกจากกัน แต่จะกลับกระจายตัวผสมเข้ากันได้เมื่อเขย่า
4. ออสต์เมนต์ (Ointments) หมายถึง สิ่งปรุงที่มีลักษณะกึ่งแข็ง อาจเป็นมัน และมีความเหนียวอยู่ตัวพอที่จะลูบ ทาได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. สติ๊ก (Sticks) หมายถึง สิ่งปรุงที่มีลักษณะเป็นแท่ง ซึ่งมีส่วนประกอบหลักเป็น ลอสมด์เมนต์ อิมัลชัน หรือสบู่ เป็นต้น

6. อิมัลชัน (Emulsions) หมายถึง สิ่งปรุงที่มีลักษณะเหลว หรือกึ่งแข็ง อาจ กิบแสงหรือโปร่งตา ประกอบด้วยของเหลวสองประเภท ซึ่งเดิมไม่รวมเป็นเนื้อเดียวกัน แต่ถูก ทำให้รวมเข้าเป็นเนื้อเดียวและอยู่ตัวได้ โดยของเหลวประเภทหนึ่งกระจายตัวอยู่ในของเหลวอีก ประเภทหนึ่งอย่างสม่ำเสมอ ด้วยกรรมวิธีและตัวช่วยให้อยู่ตัว

7. เพสต์ (Pastes) หมายถึง สิ่งปรุงที่มีลักษณะกึ่งแข็ง ขึ้น และอ่อนนุ่ม โดยมี กัม (Gum) แป้ง (Starches) และน้ำ หรือน้ำมันเป็นส่วนประกอบช่วยให้ความเหนียวอยู่ตัว

8. มิวซิลเลจ (Mucilages) หมายถึง สิ่งปรุงที่มีลักษณะเป็นของเหลว ข้นเหนียว เป็นเมือก ได้จากการผสมกับน้ำกระสาย (Vehicle)

9. แอโรซอล (Aerosols) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีสิ่งปรุงในสภาวะของเหลว ถึง แข็งหรือผง บรรจุในภาชนะ โดยมีก๊าซเหลว (Liquefied Gases) เป็นตัวช่วยที่มีกำลังฉุดฉ่น

10. เค้ก (Cakes) หมายถึง สิ่งปรุงที่มีลักษณะเป็นก้อน หรือแผ่น ซึ่งเกิดจากการ อัดผง หรือเกล็ด ให้อยู่ในรูปทรงต่าง ๆ

11. โลชั่น (Lotions) หมายถึง สิ่งปรุงที่มีลักษณะเป็นของเหลว ประกอบด้วย สารธรรมชาติ หรือสารสังเคราะห์ อาจเป็นสารละลายใส (Clear Solutions) ขี้สเปนข้น หรือ อิมัลชัน

12. เจล (Gels) หมายถึง สิ่งปรุงที่มีลักษณะคล้ายขุ่น ได้จากการกระจายตัว และรวมตัวของอนุภาคคอลลอยด์ของสารจากธรรมชาติ หรือสารสังเคราะห์กับน้ำกระสาย อาจ โปร่งใส หรือเหลืองขาว (Opalescent)

13. ของเหลว (Liquid) หมายถึง ของไหลหรือสารซึ่งไหลได้ มีสภาวะอยู่ กึ่งกลางระหว่างของแข็งและก๊าซ ไม่มีรูปร่างของตัวเอง แต่จะมีรูปร่างตามลักษณะภาชนะบรรจุ และไหลลงสู่ระดับต่ำสุดอยู่เสมอ

14. ครีม (Creames) หมายถึง สิ่งปรุงที่มีลักษณะเป็นอิมัลชันกึ่งแข็ง

ประเภทของเครื่องสำอาง

สามารถจำแนกเครื่องสำอางออกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ดังนี้

1. เครื่องสำอางสำหรับผม (Hair Cosmetics) ได้แก่

- 1.1 แชมพู (Shampoo)
- 1.2 น้ำยาโกรกผม (Hair Rinses)
- 1.3 น้ำยาจับลอน (Wave Sets)
- 1.4 น้ำยาคัดผม (Hair Permanent Waving)
- 1.5 สิ่งปรุงเพื่อใช้กำจัดรังแค (Anti Dandruff)
- 1.6 สิ่งปรุงแต่งสีของเส้นผมและขน (Hair Colouring)
- 1.7 สิ่งปรุงปรับสภาพเส้นผม (Hair Conditioners)
- 1.8 สิ่งปรุงแต่งทรงผม (Hair Dressing or Hair Grooming)

2. เครื่องสำอางแอโรซอล (Aerosol Cosmetics) คือ เครื่องสำอางที่เป็นของเหลวกึ่งแข็งหรือของแข็ง ใช้ด้วยวิธีการฉีดพ่น โดยมีก๊าซเหลวเป็นตัวช่วยในการฉีดพ่น

3. เครื่องสำอางสำหรับใบหน้า ได้แก่

- 3.1 ครีมและโลชั่นล้างหน้า (Cleansing Cream and Lotion)
- 3.2 สิ่งปรุงสมานผิวและสิ่งปรุงทำให้ผิวสดชื่น (Astringent Preparation and Skin Refreshers)

- 3.3 สิ่งปรุงรองพื้น (Foundation Preparations)
- 3.4 สิ่งปรุงผัดหน้า (Face Powders)
- 3.5 สิ่งปรุงแต่งตา (Eye Make-up Preparations)
- 3.6 ฐูจ (Rouges)
- 3.7 ลิปสติก (Lipsticks)
- 3.8 ลิโมลเลี่ยนท์ (Emollients)

4. เครื่องสำอางสำหรับลำตัว ได้แก่

- 4.1 ครีมและโลชั่นทาผิว (Emollient Creams and Lotions)
- 4.2 ครีมและโลชั่นทามือ ทาตัว (Hand, Body Creams and Lotions)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 4.3 สิ่งปรุ่บ้องกันแดดและแต่งผิวให้ผิวคล้ำ (Suntan-Preparation)
- 4.4 น้ำยาทาเล็บและน้ำยาล้างเล็บ (Nail Lacquers and Removers)
- 4.5 สิ่งปรุ่บระจับเหงื่อและกลิ่นตัว (Antiperspirants and Deodorants)
5. เครื่องหอม (Fragrances) ได้แก่
 - 5.1 น้ำหอม (Alcoholic Fragrances)
 - 5.2 ครีมหอม และเครื่องหอมชนิดแข็ง (Emulsified and Solid Fragrances)
6. เบ็ดเตล็ด (Miscellaneous Cosmetics) ได้แก่
 - 6.1 สิ่งปรุ่บสำหรับการโกน ได้แก่ สบู่สำหรับการโกน (Shaving Soaps) ครีมสำหรับการโกน (Shaving Creams) สิ่งปรุ่บสำหรับใช้ก่อนการโกน (Pre-Shave Preparations) และสิ่งปรุ่บสำหรับใช้หลังการโกน (After-Shave Preparations)
 - 6.2 สิ่งปรุ่บทำให้สีผิวจาง และฟลอกสีผิว (Skin Lighteners and Bleaching Preparation) สิ่งปรุ่บทำให้สีผิวจาง (Skin Lighteners) สิ่งปรุ่บฟลอกสีผิว (Bleaching Preparation) สิ่งปรุ่บผสมน้ำอาบ (Bath Preparations) ผุนโรยตัว (Dusting Powders) และสิ่งปรุ่บทำให้ขนร่วง (Depilatories)

แชมพู (Shampoo)

แชมพูที่นิยมใช้ในปัจจุบันส่วนมากจะมีพื้นฐานมาจาก Synthetic Detergents แชมพูที่ดีต้องมีคุณสมบัติ คือ เมื่อใช้สระผมแล้วจะทำให้เส้นผมและหนังศีรษะสะอาด ปราศจากฝุ่น ละออง และไม่ทำให้เกิดอาการระคายเคืองต่อตา เส้นผมอ่อนนุ่ม หวีีเข้ารูปทรงได้ง่าย ในการเลือกใช้แชมพูจะต้องเลือกชนิดที่เหมาะสมกับเส้นผม และสภาพของเส้นผม

แชมพูต้องมีคุณสมบัติดังนี้

1. ความให้ฟอง (Foaming Properties) แชมพูนั้นจะต้องให้ฟองและสะดวกต่อการใช้

2. ง่ายต่อการล้างออกจากเส้นผม เมื่อผมแห้งแล้วจะหวีง่าย กระจุกทรงได้สะดวก เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. สามารถทำความสะอาด ขำระล้างเส้นผมและหนังศีรษะได้ดี (Detergency and Cleansing Action)

4. สามารถขำระปรับสภาพเส้นผมให้ดีขึ้น (Conditioning Action on Hair)

5. ไม่กัดหนังศีรษะ หรือทำให้เกิดอาการคัน มีค่า pH อยู่ระหว่าง 6.0-9.0

6. ไม่ระคายเคืองต่อตา หรืออวัยวะส่วนอื่นของร่างกาย

แชมพูที่ผลิตและจำหน่ายในปัจจุบันมีอยู่หลายแบบ ได้แก่

1. Soap Shampoo มีส่วนประกอบของด่างผสมกับไขมันหรือน้ำมัน น้ำมันที่ใช้เป็นส่วนผสมอาจเป็นน้ำมันมะพร้าว หรือน้ำมันที่สกัดได้จากพืชต่าง ๆ ก็ได้ Soap Shampoo มีฤทธิ์เป็นด่างซึ่งอาจทำลายหนังศีรษะได้ ณะใช้จึงควรระวังเรื่องของปริมาณด่าง (free alkali) ที่อาจมีหลงเหลืออยู่บนเส้นผมหรือหนังศีรษะ จึงควรใช้น้ำยาขำระล้างเส้นผมชนิดที่เป็นกรดอ่อน ๆ (mildly acidly rinse) มาทำความสะอาดเส้นผมอีกครั้งหนึ่ง เพื่อจำกัดด่างที่มีหลงเหลืออยู่บนเส้นผมให้หมดไป

2. Soapless Shampoo มีส่วนประกอบของ Synthetic detergent ของ Alkylsulfate ที่ละลายน้ำได้ สารที่นิยมใช้คือ Sodium Lauryl sulfate และมีการเติมสารเคมีบางชนิดลงไป เพื่อขำระเพิ่มคุณสมบัติของแชมพูให้ดีขึ้น ได้แก่ Citric, sulphamic และ Phosphoric acid เพื่อขำระปรับค่า pH ของแชมพูให้อยู่ในช่วงที่ไม่เป็นอันตรายต่อเส้นผม และหนังศีรษะคือประมาณ 6.8 นอกจากนี้ยังปรับความเหนียวของแชมพูด้วย Sodium chloride

3. Liquid Shampoo มีส่วนประกอบของ Polyphosphate หรือเกลือของ EDTA (ethylene diamine tetraacetic acid) ซึ่งสารตัวนี้ช่วยในการลดความกระด้างของน้ำ ทำให้แชมพูชนิดนี้สามารถใช้ได้กับน้ำกระด้าง

4. Oil Shampoo มีลักษณะเช่นเดียวกับ Liquid Shampoo แต่มีการใช้ Sulfonated oil หรือ Mineral oil มาเป็นส่วนผสม เพื่อขำระทำให้เส้นผมมันเป็นเงางาม จะมีน้ำมันติดอยู่บนเส้นผมเล็กน้อยหลังจากสระผม แชมพูชนิดนี้เหมาะสำหรับผู้ที่มิ่เส้นผมแห้ง และแตกปลาย

5. Lotion Shampoo แชมพูชนิดนี้มีคุณสมบัติดีกว่า Liquid Shampoo เพราะล้างออกจากเส้นผมได้ง่าย ทำให้สารเคลือบบำรุงเส้นผมถูกขำระล้างออกไปด้วย แต่ในปัจจุบันนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การปรับปรุงคุณภาพ โดยการเติมสาร Lanolin , egg powder รวมทั้งสารประกอบของ Alkanolamine ซึ่งมีกรดไขมันสูง มีคุณสมบัติช่วยในการปรับสภาพเส้นผม และอาจทำให้รูปแชมพู ไขมันนุ่ม โดยการเติมสาร Insoluble stearate salts และ Glyceryl stearate Insoluble resin

6. Cream Paste and Gel Shampoo แชมพูชนิดนี้มีผู้นิยมใช้มาก จะเหนียว (stiff) ส่วนมากจะบรรจุอยู่ในหลอดพลาสติกในที่มีความเหนียว ทนต่อการใช้งาน มีส่วนผสมของสารทำความสะอาด (detergent) มีความเข้มข้นสูงและสามารถทำความสะอาดเส้นผมได้ดี Cream Paste Shampoo จะผลิตอยู่ใน 2 รูปแบบ คือ

6.1 Soap super fatted ประกอบด้วย Glycerides , Lanolins และ Fatty alcohol molecule

6.2 Synthetic detergent เช่น Sodium lauryl sulfate. Gel Shampoo เป็นแชมพูที่มีความเข้มข้นและเหนียวกว่า Liquid Shampoo แชมพูชนิดนี้มีลักษณะใส เป็นเนื้อเดียวกัน ภาชนะที่บรรจุจะเป็นหลอดพลาสติกใส ทำให้ดูน่าใช้

7. Aerosol Shampoo แชมพูอยู่ในรูปของเหลวบรรจุในภาชนะปิดสนิท เมื่อเทออกมาจะมีลักษณะเป็นโฟม (Foam) ภาชนะที่บรรจุมักจะเป็นขวดแก้วหรือกระป๋องโลหะ ขวดแก้ว จะใช้ได้ดี เนื่องจากไม่มีการกัดกร่อนที่บริเวณผิว แต่ต้องระวังเพราะแตกง่าย จึงต้องมีพลาสติก หุ้มอีกชั้นหนึ่ง แต่สำหรับภาชนะโลหะมักมีปัญหาเรื่องการกัดกร่อนของแชมพูต่อผิวโลหะ จึงต้องมีการเคลือบผิวของภาชนะก่อนที่จะนำมาบรรจุ เพื่อแก้ปัญหาการกัดกร่อนของผิวโลหะ

8. Dry Shampoo แชมพูชนิดนี้มีลักษณะแห้ง ประกอบด้วยสารดูดซับ (dry absorbent powder) มีคุณสมบัติเป็นค่างอ่อนสามารถทำปฏิกิริยากับสิ่งสกปรกต่าง ๆ บนเส้นผม แชมพูชนิดนี้มักใช้ในรูปของ Aerosol โดยฉีดแชมพูลงบนเส้นผม แล้วทิ้งไว้สักครู่จึงหัวออก สิ่งสกปรกต่าง ๆ จะหลุดออกมา แชมพูนี้เหมาะสำหรับผู้ที่ปวยที่ไม่สามารถสระผมด้วยวิธีธรรมดาได้ หรือผู้ที่ไม่มีเวลาไปทำผม

9. Medicated Shampoo แชมพูชนิดนี้มีคุณสมบัติในการรักษาเส้นผม แต่จะเกิดอาการระคายเคือง หรือแพ้ได้ง่าย เพราะมีส่วนผสมของสารซัลฟิไรต์ เช่น G-11, Compound 22TS, ,2-2'-thiobis เป็นต้น

10. Specialty Shampoo แชมพูชนิดนี้ประกอบด้วย ไข่ (egg) สมุนไพร (herbs) เช่น Saponin , Lanolin และสารประกอบตัวอื่น ๆ เช่น Protein hydrolysate Silicone Compound แชมพูชนิดนี้มีคุณสมบัติที่ดี คือ ไม่ทำให้เกิดอาการระคายเคืองต่อตาของทารกและเด็ก มีกลิ่นหอมน่าใช้ และมีการควบคุมคุณสมบัติของสารเคมีที่ใช้เป็นส่วนผสม รวมทั้งใช้สีที่ถูกต้องและได้รับอนุญาตจากกระทรวงสาธารณสุข

ลิปสติก (Lipsticks)

ลิปสติกเป็นเครื่องสำอางที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย เพื่อใช้ตกแต่งริมฝีปากให้สวยงาม สะดุดตา ลิปสติกมีส่วนผสมของ essential-oil-wax เป็นพื้นฐานที่สำคัญ ส่วนใหญ่สีที่ใช้เป็นส่วนผสมจะเป็นสีแดง สีส้ม สีชมพู ซึ่งลิปสติกที่ดีจะต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

1. ไม่ก่อให้เกิดอาการระคายเคืองต่อริมฝีปาก
2. มีกลิ่นหอมน่าใช้ ไม่เหม็นหืน ไม่แห้ง
3. เมื่อทานแล้วไม่เปลี่ยนสี ไม่ปวดพอง
4. ไม่หักง่าส ถ้าใช้ด้วยวิธีธรรมดา
5. ใช้ทาได้สะดวก และเรียบสม่ำเสมอ มีเนื้อนุ่มเนียน เรียบและเป็นมัน
6. มีสีน่าใช้ ติดทนนาน

วัตถุดิบในการใช้ผลิตลิปสติก

ประกอบด้วยวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตดังนี้

1. Oil มีคุณสมบัติในการเป็นตัวทำละลาย (solvent) สีที่ใช้ผสมในลิปสติก ได้แก่ Vegetable oils , Mineral oils , Castor oil , Butyl stearate , Oleyl alcohol , Solvent oils , Carbitol , Benzyl alcohol , Propylene Cocoa butter , Fatty Materials , Glyceryl monostearate , Lanolin , Lecithin , glycol และอื่น ๆ

2. Waxes มีคุณสมบัติช่วยให้อลิปสติกอยู่ตัวเมื่อทำเป็นรูปแท่งไม่ละลายเป็นของเหลว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อถูกอากาศร้อน และทาริมฝีปากได้เรียบ ใช้สะดวก ได้แก่ Carnauba wax , Candelilla wax , Beewax , Ozokerites , Paraffin , Hydrogenated castor oil , Spermaceti , Stearyl alcohol เป็นต้น Oil และ Wax นี้มีคุณสมบัติแตกต่างกันจึงต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมในการผลิต

3. Perfumes น้ำหอมที่ใช้สำหรับลิปสติกเป็นพวก Perfume oil ในการเลือกใช้น้ำหอมจะต้องระวังเรื่องการระคายเคือง และการให้รสแก่ลิปสติก น้ำหอมที่ใช้ควรมีคุณสมบัติในการกลบกลิ่นไขมัน ซึ่งเป็นส่วนผสมพื้นฐานของลิปสติกได้หมด และติดทนนาน แต่ต้องไม่มีกลิ่นแรงเกินไป กลิ่นที่นิยมใช้ในลิปสติกทั่วไปจะเป็นกลิ่นดอกไม้ หรือกลิ่นเครื่องเทศอ่อน ๆ

4. Antioxidants สารเคมีหลายชนิดที่เป็นส่วนผสมในลิปสติกนั้นจะถูกทำปฏิกิริยาดำออกซิเจนได้ง่าย ทำให้เกิดกลิ่นเหม็นหืน จึงต้องมีการเติมสารกันหืน (preservative) เพื่อช่วยลดการเกิดปฏิกิริยาของสารเคมี สารกันหืนที่นิยมใช้ ได้แก่ Butylated hydroxy anisole , Butylated hydroxy toluene 2 , 5 di-tert-butyl hydroquinone และ Propylgallate Irritation and Sensitization

ในการผลิตเครื่องสำอางทุกชนิดต้องคำนึงถึง อาการแพ้หรืออาการระคายเคืองที่จะเกิดขึ้นต่อผู้ใช้ลิปสติก เพราะลิปสติกเป็นเครื่องสำอางที่ใช้แต่งบริเวณริมฝีปาก ซึ่งเป็นส่วนที่เกิดอาการระคายเคืองหรืออาการแพ้ได้ง่ายกว่าบริเวณส่วนอื่น ๆ ของร่างกาย อีกทั้งผู้บริโภคจะใช้ลิปสติกวันละหลายครั้ง และเป็นเวลานานตลอดเวลาทั้งวัน ส่วนผสมที่ทำให้เกิดอาการระคายเคืองหรืออาการแพ้ได้มีดังนี้ คือ

1. น้ำหอม มีทั้งสกัดได้จากธรรมชาติและสังเคราะห์ขึ้น ซึ่งก่อนที่จะนำมาใช้เป็นส่วนผสมในลิปสติก ควรมีการทดสอบก่อนว่าไม่มีผลทำให้เกิดอาการระคายเคืองต่อริมฝีปาก

2. สี ต้องเป็นสีที่ได้รับอนุญาตจากกระทรวงสาธารณสุขเสียก่อนว่า เป็นสีที่ใช้เป็นส่วนผสมของลิปสติก ในอดีตมีผู้ใช้ Bromo acid มาเป็นส่วนผสมในลิปสติก ซึ่งมีคุณสมบัติไวต่อแสง (photosensitizing properties) โดยจะไม่มีผลต่ออาการระคายเคืองที่ริมฝีปาก แต่จะเกิดอาการแพ้เมื่อถูกแสง แต่ในปัจจุบันได้มีการทดสอบก่อนแล้วว่าไม่ทำให้เกิดอาการระคายเคือง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฝุ่นโรยตัว (Dusting Powder)

ฝุ่นโรยตัวนับเป็นเครื่องสำอางชนิดหนึ่งที่ใช้ทาบริเวณส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย ให้ความรู้สึกสบาย ช่วยให้ความแห้งชื้น ปราศจากความชื้น เหนียว ฝุ่นโรยตัวมีอยู่หลายชนิด ได้แก่ แป้งฝุ่นสำหรับเด็ก (Baby Powder) แป้งฝุ่นโรยตัว (Dusting and Body Powder) แป้งฝุ่นที่ใช้กับเท้า (Foot Powder) ฝุ่นกำจัดกลิ่นตัว (Deodorant Powder) เป็นต้น (ตารางที่ 1)

ประกอบด้วยวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ดังนี้

1. Talc มีคุณสมบัติในการช่วยให้ความแห้งชื้น นวล โปร่งแสง และไม่ให้ความชื้น บางครั้งอาจใช้ Magnesium carbonate เพื่อช่วยในการดูดซับและช่วยให้ความชุ่มชื้นของเนื้อแป้ง

2. Kaolin มีการใช้บ้างเป็นบางครั้ง มีคุณสมบัติช่วยในการดูดซับเหงื่อ และไม่ให้ความแห้งชื้น

3. Boric acid บางครั้งเรียกว่า Borate talcum powder มีคุณสมบัติในการฆ่าเชื้อจุลินทรีย์ต่าง ๆ

นอกจากนี้ยังมีการใช้ส่วนผสมอื่น ๆ เช่น Starch , Precipitated chalk , Zinc Oxide , Metal stearates , Diatomaceous earth , Amorphous silicas เป็นต้น

วัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตฝุ่นโรยตัวจะต้องได้รับการฆ่าเชื้อโรค นอกจากนี้ยังต้องระวังเชื้อจุลินทรีย์ต่าง ๆ ซึ่งอาจมีปะปนมา ดังนั้นวัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์ฝุ่นโรยตัวสำเร็จจะต้องมีการฆ่าเชื้อโรค โดยการสเตอริไลซ์ (Sterilize) สารเคมีที่ใช้เป็นส่วนผสม เช่น Boric Acid ซึ่งต้องมีการควบคุมปริมาณการใช้ เนื่องจากถ้าใช้ถึงร้อยละ 5 ในแป้งฝุ่นโรยตัวสำหรับทารก (Baby Powder) อาจทำให้ทารกเสียชีวิตได้ เนื่องจากทารกจะสูดเข้าทางลมหายใจ จึงควรหลีกเลี่ยงการใช้แป้งฝุ่นที่มีส่วนผสมของ Boric Acid และไม่ควรรทาแป้งฝุ่นใกล้บริเวณจมูกของทารก เพราะสารเคมีจะเข้าสู่ปอดทำให้เกิดอันตราย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 ประเภทฝุ่นโรยตัวที่ผลิตและจำหน่ายในปัจจุบันซึ่งมีส่วนผสมแตกต่างกัน ดังนี้

ชนิด	ส่วนผสม
Talcum Powder	Talc , Corn Starch , Zinc Oxide , Perfume , Boric Acid , Magnesium Carbonate , etc.
Dusting Powder	Talc , Magnesium Carbonate , Starch , Perfume, Boric Acid.
Medicated dusting Powder	Colloidal Silicic Acid , Colloidal Kaolin , Diatomite , Bismuth Subnitrate Colloidal , Ichthammol , Sulfur , Zinc Oxide , Titanium Dioxide , Lanolin , Boric acid , Colloidal Milk Protein , Perfume.
Prickly heat Powder	Camphor , Boric Acid , Salicylic Acid , Talc.

ที่มา : (กองตรวจโรงงาน , 2526)

สิ่งปรุ้งผัดหน้า (Face Powder)

สิ่งปรุ้งผัดหน้าเป็นเครื่องสำอางพื้นฐานซึ่งมีการใช้มานานแล้ว ต้องมีลักษณะปรุ้งใส ทำให้ผิวนุ่มนวล สะอาดตาผู้พบเห็น คุณสมบัติของสิ่งปรุ้งผัดหน้ามีดังนี้ คือ

1. ลื่น เมื่อสัมผัสกับผิวแล้วจะรู้สึกนุ่มนวล ไม่ระคายเคือง มีลักษณะเป็นผงละเอียด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ทาได้ทั่ว สม่ำเสมอ นั่นคือ เมื่อทาแล้วแป้งจะกระจายติดใบหน้าอย่างสม่ำเสมอ
 ช่วยทำให้ใบหน้าลดความมันลง

3. ติดทน สิ่งปรุ้งผัดหน้าที่ดีจะต้องติดหน้าอยู่เป็นเวลานานพอสมควร

4. การดูดซึม มีกลิ่นหอมติดทนนานและสามารถดูดซึมเหงื่อ น้ำมัน หรือสิ่งที่ร่างกาย
 ขับถ่ายออกมาทางผิวหนัง

5. ทำให้ผิวพรรณเปล่งปลั่ง

6. สีและกลิ่น จะต้องมีกลิ่นหอม และสีสวยสม่ำเสมอ

สิ่งปรุ้งผัดหน้าที่ผลิตและจำหน่ายในปัจจุบัน ได้แก่ Loose Face Powder และ
 Compact Face Powder สำหรับ Loose Face Powder มีวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต คือ

1. Talc หรือ Magnesium silicate ($3 \text{ MgO} \cdot 4 \text{ SiO}_2 \cdot \text{H}_2\text{O}$) เป็นส่วน
 ประกอบพื้นฐานของสิ่งปรุ้งผัดหน้า มีคุณสมบัติช่วยทำให้ผิวนุ่มนวล ลื่น มีลักษณะโปร่งใส เป็นเงา
 ละเอียดย่อน มีฤทธิ์เป็นกลาง

2. Kaolin หรือ China clay เป็นส่วนประกอบของ Hydrated aluminium
 silicates ($\text{Al}_2\text{O}_3 \cdot 2 \text{ SiO}_2 \cdot 2 \text{ H}_2\text{O}$) มีคุณสมบัติในการติดผิวน้ำได้ดี และช่วยลดสีชาของ
 Talc ไม่ให้ชาเกินไป สีของ Kaolin จะมีสีขาวจนถึงสีเนื้อ แต่ Kaolin มีคุณสมบัติในการ
 คุ้มน้ำได้ดี จึงไม่ควรใช้เกินร้อยละ 25

3. Calcium carbonate (precipitated chalk) มีคุณสมบัติในการดูดซึม
 น้ำหอม และเหงื่อได้ดี มีสีขาว มีฤทธิ์เป็นด่าง ไม่มีกลิ่น แต่ไม่ค่อยนิ่มมือใช้

4. Magnesium carbonate มีคุณสมบัติในการดูดซึมน้ำหอมไว้ได้ดี แต่จะทำให้
 ผิวน้ำแห้ง

5. Zinc และ Magnesium stearate มีคุณสมบัติช่วยในการไม่ให้เกิดการ
 เหม็นหืน ช่วยให้ง่ายติดผิวน้ำได้ดี และกันความชื้น

6. Zinc oxide มีสีขาว ไม่มีกลิ่น เป็นผงละเอียด มีคุณสมบัติช่วยให้ติดผิวน้ำ
 ได้นาน

7. Titanium dioxide มีสีขาว ลักษณะเป็นผงละเอียด มีราคาแพงกว่า zinc
 oxide และมีคุณสมบัติในการใช้เป็นส่วนผสมของสิ่งปรุ้งผัดหน้าได้ดีกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. Rice starches ปัจจุบันมีผู้ใช้น้อย เนื่องจากบุคคลเสี่ยงจ้อ เพราะเป็นอาหารของเชื้อจุลินทรีย์ แต่มีคุณสมบัติในการดูดซึมน้ำได้ดี

9. Silicas and silicates เป็นสารที่สำคัญของส่วนผสมในการผลิตสิ่งปรุงรรมัดหน้า เพราะสามารถดูดซึมน้ำหอมได้ดี สาร Silicates ที่นิยมใช้ในปัจจุบัน คือ Magnesium trisilicate ซึ่งมีคุณสมบัติช่วยในการคุดน้ำและน้ำมันได้ดี

10. Color สีที่ใช้เป็นส่วนผสมในสิ่งปรุงรรมัดหน้า จะต้องเป็นสีที่ได้รับอนุญาตจากกระทรวงสาธารณสุข

11. Perfume น้ำหอมที่ใช้เป็นส่วนผสมในสิ่งปรุงรรมัดหน้า จะต้องไม่ระคายเคืองต่อผิวหนังและทนต่อสภาพความเป็นด่างอ่อน ไม่ทำปฏิกิริยากับออกซิเจน และส่วนผสมอื่น ๆ ที่ผสมอยู่ ไม่ระเหยได้ง่าย มีกลิ่นหอม ไม่ทำให้สีเปลี่ยนไป ปริมาณน้ำหอมที่ใช้จะต้องอยู่ในปริมาณพอเหมาะ คือ 0.2-1.0 เปอร์เซ็นต์ เพราะถ้าใช้ในปริมาณมากกว่านี้จะทำให้มีกลิ่นจุน และเกิดอาการระคายเคืองต่อผิวหนังได้

สำหรับ Compact Face Powder นั้นวัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนผสมจะเหมือนกับ Loose Face Powder แต่ต้องให้พัพ (Puff) ช่วยในการแต่งหน้า และมีสารช่วยเชื่อม (binding agent) ซึ่งเป็นสารที่ช่วยในการเพิ่มคุณสมบัติของสิ่งปรุงรรมัดหน้าให้สามารถเกาะประสานกันได้ดี ประกอบด้วย 5 ประเภท คือ

1. Dry Binding ได้แก่ Metallic stearates (zinc and magnesium stearate) มีคุณสมบัติให้แป้งเกาะยึดกันแน่น

2. Oil Binder ได้แก่ Mineral oil , Isopropyl myristate และ Lanolin derivatives.

3. Water-soluble binders แต่เดิมมีการใช้สารละลายของกัม (gum) เช่น Tragacanth , Karaya และ Arabic แต่ในปัจจุบันนิยมใช้ Poly vinyl pyrrolidone , Methyl cellulose และ Carboxymethyl-cellulose.

4. Water-repellent binders ชนิดนี้ผู้นิยมใช้มาก ได้แก่ Mineral oil , Fatty esters และ Lanolin derivatives.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. Emulsion binders ได้แก่ Triethanolamine stearate , Nonionic emulsion , Glyceryl monostearate เป็นต้น

รจ (Rouge)

เป็นเครื่องสำอางที่ใช้ตกแต่งใบหน้าบริเวณแก้มให้มีสีชมพู สีที่ใช้ทำรูจน์ี้ มักเป็นสีที่ไม่ละลายน้ำ เช่น ออกไซด์ของเหล็ก (iron oxide) หรือสีที่ได้จากสารอินทรีย์ (organic pigments) สามารถผลิตได้หลายรูปแบบ คือ Water-in-oil emulsion , Oil-in-water emulsion cream , Anhydrous ointment , Sticks Gels and Pressed powder ก็ได้ ซึ่งมีคุณสมบัติคือ ต้องอยู่ตัว ใช้ทาบนใบหน้าได้เรียบและสม่ำเสมอ (ตารางที่ 2)

สิ่งปรังแต่งตา (Eye-Make)

เป็นเครื่องสำอางที่ใช้สำหรับแต่งบริเวณเปลือกตา มีหลายประเภท ได้แก่

1. Eye-shadow เป็นเครื่องสำอางที่ใช้แต่งบริเวณเปลือกตา ให้มีความสวยงาม
2. Mascara เป็นเครื่องสำอางที่ใช้ทาบริเวณเปลือกตาส่วนที่ติดกับขนตาและช่วยแต่งคิ้วให้เข้มขึ้น
3. False Eyelashes คือ ขนตาปลอมที่ใช้ในการช่วยเสริมแต่งให้ดูขนตาขาวขึ้น อาจทำจากเส้นผมธรรมชาติหรือเส้นใยสังเคราะห์ เวลาใช้ต้องให้กาวยาวในการติดขนตาปลอม และต้องสามารถลอกออกได้ง่าย
4. Eyebrow-Pencils เป็นเครื่องสำอางที่ใช้แต่งคิ้วให้เข้ม และระบายบริเวณเปลือกตา ให้มีความสวยงามและสะอาดตาผู้พบเห็น
5. Eye-liner เป็นเครื่องสำอางสำหรับเขียนขอบตาให้เป็นเส้น เพื่อเพิ่มขนาดของดวงตาให้ดูเข้มและโตขึ้น มีลักษณะเป็นของเหลว เวลาใช้ต้องมีการเขย่าก่อนทุกครั้ง มีส่วนผสมโดยทั่วไปดังนี้ คือ Veegum , Water , Polyvinyl pyrrolidone , Pigment , Preservative และอาจมีการใช้ Shellac เป็นส่วนผสมเพื่อช่วยเพิ่มความเงา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 ประเภทของรูจที่ผลิตและจำหน่ายในปัจจุบัน

ชนิด	ส่วนประกอบ	คุณสมบัติ
Dry Rouge , Powder Rouge , Compact Rouge.	Compact Rouge : Talc , Titanium dioxide , Colour , Perfume Emulsion binder. Binder : Light Mineral oil Sobilansesquio leate , Water : deionize , Methyl parasept Propyl parasept. Blush on Rouge : Talo , Hexachlorophene , Kaolin Hexadecyl stearate , Colour , Perfume.	ลักษณะคล้ายสิ่งปรุงรรมัดหน้า (Face powder) รูจชนิด นี้จะต้องทำให้ส่วนผสมต่าง ๆ เปียกขึ้นก่อน แล้วจึงอัด เป็นเค้ก (Cake) โดยทั่วไปใช้ตัวเชื่อม เหมาะสำหรับผู้ที่มี ผิวหน้ามัน มี 2 ประเภท คือ Compact Rouge และ Blush on Rouge แต่ Blush on Rouge ใช้สะดวก กว่า เพราะสามารถใช้นำปรองต่างในทางแต่งหน้าได้ แต่ Compact Rouge ต้องใช้นิ้วมือเกลี่ยให้เรียบสม่ำเสมอ
Stick Rouge or Gleamer	Carnauba , Hexadecyl , stearate Candelilla , Ozokerite ; White , Isopropyl myristate , Castor oil , Beeswax ; White Colour Butylated hydroxy anisole, Perfume.	มีลักษณะเป็นแท่งแข็งคล้ายลิปสติก แต่มีคุณสมบัติมันวาว และเนื้อนุ่มกว่าลิปสติก อาจมีการใช้ Mineral oils Fatty acid ester เพื่อเพิ่มความวาว

หอสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ชนิด	ส่วนประกอบ	คุณสมบัติ
Cream Rouge	Carnauba , Lanolin , Ozokerite , White , Isopropyl lanolate , Petrolatum ; white Colloidal silica , Butylated hydroxy anisole , Perfume , Colour , Isopropyl myristate , Talc , Hexadecyl stearate.	ลักษณะเป็นครีม คุณสมบัติที่สำคัญ คือ การมีจุดหลอมเหลวสูง เพื่อป้องกันการเปลี่ยนเป็นของเหลวเมื่ออุณหภูมิเปลี่ยนแปลงไป เหมาะสำหรับผู้มีผิวแห้ง
Liquid Rouge	Part A : Butylated hydroxy anisole , Oleic acid , Mineral oil , Isostearic acid , Isopropyl myristate , Collidal silica Water , Glyceryl monostearate , Hexachlorophene Propyl parasept. Part B : Deionized , Carboxymethylcellulose , Triethanolamine , Methyl parasept , Perfume Sobitan sesquiolcate.	เป็น Emulsion คล้าย Hand lotion มีความเหนียว ส่วนมากจะบรรจุในขวดขนาดเล็ก ไม่เกิน 1/4 ออนซ์

ที่มา : (กองตรวจโรงงาน , 2526)

วัตถุดิบที่ใช้

วัตถุดิบที่ใช้จะต้องบริสุทธิ์ ปลอดภัย ไม่มีพิษ และไม่มีอาการระคายเคืองในการใช้ โดยเฉพาะบริเวณเปลือกตา ซึ่งเป็นบริเวณที่มีความไวต่ออาการระคายเคืองและอาการแพ้มาก จึงต้องมีการทดสอบให้แน่ใจก่อนที่จะนำมาใช้เป็นส่วนผสม ซึ่งวัตถุดิบมีดังนี้

1. สี (Pigments) สีที่ใช้ในการผลิต Eye-makeup จะต้องได้รับอนุญาตจากกระทรวงสาธารณสุข สีที่ใช้เป็นส่วนผสมในสิ่งปรุงแต่งตาในปัจจุบันนี้ ได้แก่ Carbon black , Iron or Chromium oxide pigments , Carmine N.F. เป็นต้น และนอกจากนี้อาจมีการเติม Titanium dioxide หรือ Zinc oxide เพื่อช่วยให้สีสวยและสว่างขึ้น สีที่ใช้ในการผลิตสิ่งปรุงแต่งตา ได้แก่

สีดำ (Black) : Carbon black or Iron oxide black (Fe_3O_4)

สีน้ำเงิน (Blue) : Ultramarine blue or Prussian blue

สีเขียว (Green) : Chromium oxide

สีน้ำตาล (Brown) : Iron oxides, Sienna shade

สีเหลือง (Yellow) : Iron oxides, Ochre shade

สีแดง (Red) : Carmine N.F. (Aluminium lake of the cochineal pigment)

2. Prtrolatum : มีสีขาว มีคุณสมบัติในการอยู่ตัวได้ดี ไม่แข็งเมื่อเก็บไว้เป็นเวลานาน

3. Lanolin : Cosmetic-grade ใช้ผสมใน Eye-shadow และ Mascara เพื่อให้มีคุณสมบัติในการติดทนนานและลื่น

4. Ceresine : ใช้ในการผลิตสิ่งปรุงแต่งตาแล้วไม่แข็งและเปราะง่าย

5. Carnauba : มีลักษณะเป็นขี้ผึ้ง มักใช้เป็นส่วนผสมใน Mascara

6. Beeswax : มีสีขาว มีคุณสมบัติช่วยให้ผลิตภัณฑ์ไม่แข็งเกินไป ช่วยให้เกิดการยึดหยุ่นไว้เป็นส่วนผสมของ Cake mascara

7. Stearic acid : Stearic acid ที่นิยมใช้มาก คือ Triethanolamine stearate

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. Isopropyl Myristate : เป็น Synthetic fatty acid-ester มีลักษณะใส เป็นของเหลวสีอ่อน ไม่มีกลิ่น มักใช้เป็นส่วนผสมของ Eye-shadow

9. Propylene glycol : ใช้เป็นส่วนผสมของ Eye-shadow มีคุณสมบัติช่วยให้อุณหภูมิคงที่ ไม่เหนียวเกินไป และลื่นขณะใช้

10. Gum Tragacanth : มีคุณสมบัติช่วยในการทำให้ผลิตภัณฑ์เหนียวขึ้น ช่วยเพิ่มความหนืด (viscosity)

11. Methyl Cellulose : เป็น Synthetic gum มีคุณสมบัติเป็นตัวเชื่อม และ Emulsifier

12. Preservative : ที่ใช้ในการผลิต Eye-makeup คือ allyl P-hydroxy benzoates

13. Pearlessence : ช่วยทำให้ผลิตภัณฑ์มีความมันวาวเหมือนมุก (metallic powder) ที่ใช้ใน aluminum bronze powder Bismuth ปัจจุบัน คือ oxychloride mica, mother of pearl (calcium carbonate)

14. Perfume : น้ำหอมมีหลายชนิดที่ใช้เป็นส่วนผสมในการทำสิ่งปรุงแต่งตา มีทั้งที่สกัดได้จากธรรมชาติ กลิ่นดอกไม้ต่าง ๆ และสารอะโรมาติก (aromatic alcohol) การเลือกใช้น้ำหอมนี้จะต้องระวังอาการแพ้และอาการระคายเคืองที่จะเกิดขึ้น

ครีมและโลชั่นล้างหน้า (Cleansing Cream and Lotion)

ครีมล้างหน้า (Cleansing Cream)

ครีมและโลชั่นล้างหน้าเป็นเครื่องสำอางที่ใช้ขจัดสิ่งสกปรกบนใบหน้า หรือชำระล้างไขมันบริเวณใบหน้าและลำคอให้หมดไป ทั้งนี้รวมทั้งการชำระล้างเครื่องสำอางที่ใช้ตกแต่งใบหน้า ซึ่งได้แก่ เครื่องปรุงหน้า (Face Powder) รูจ (Rouge) ครีมรองพื้น ลิปสติก และเครื่องสำอางสำหรับปรุงแต่งตา แม้ว่าจะสามารถทำความสะอาดใบหน้าด้วยน้ำและสบู่ธรรมดาก็ตาม แต่การใช้ครีมหรือโลชั่นล้างหน้า จะสามารถชำระล้างสิ่งสกปรกบนใบหน้าได้หมดจดกว่า เพราะไปช่วยขจัดสารเคมีที่เป็นส่วนผสมของเครื่องสำอางได้และไม่ทำให้เกิดอาการระคายเคืองต่อผิวหนัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ช่วยให้ผิวหนังอ่อนนุ่มและเพิ่มปริมาณน้ำหล่อเลี้ยงแก่ผิวหนัง จึงเหมาะสำหรับผู้ที่ผิวหน้าแห้งกร้าน แต่ผู้ที่ผิวหน้ามันไม่ควรใช้ครีมล้างหน้าชนิดนี้ ปกติแล้วสภาวะสรีรส่วนใหญ่จะใช้ครีมล้างหน้าชำระล้างเครื่องสำอางออกให้หมดเสียก่อน แล้วจึงล้างหน้าอีกครั้งด้วยสบู่และน้ำสะอาด นอกจากนี้ยังมีผู้ผลิตครีมและโลชั่นล้างหน้าสำหรับผู้ที่มีผิวหน้ามัน ครีมล้างหน้าชนิดนี้จะมีส่วนผสมของสารทำความสะอาด (Detergent) และตัวทำละลาย (Solvent) เพื่อช่วยชำระล้างความมันและสิ่งสกปรกบนผิวหนังได้หมดจด ซึ่งถ้าใช้สบู่และน้ำจะไม่สามารถล้างได้สะอาดเท่าที่ควร ซึ่งคุณสมบัติของครีมและโลชั่นล้างหน้ามีดังต่อไปนี้

1. เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่อยู่ตัวไม่สลายตัวได้ง่าย
2. สามารถทำความสะอาดผิวหน้าได้ดี
3. ใช้สะดวก เวลาทาแล้วไม่รู้สึกเป็นมันเหนียว และเมื่อใช้ไปนาน ๆ ความชื้นจะระเหยไปบ้าง ครีมที่เหลืออยู่จะต้องไม่เหนียวจนเกินไป

4. ไม่มีการอุดขี้ผึ้งต่อผิวหนัง แต่ช่วยทำให้รูขุมขนเปิด เพื่อช่วยในการชำระล้างได้สะอาด

5. เมื่อใช้แล้วจะรู้สึกว่าผิวหน้ามีผ่องบาง ๆ เคลือบอยู่ ทำให้ผิวหนังนุ่มนวล

ครีมล้างหน้ามี 3 ประเภท คือ

1. Cold cream type หรือเรียกว่า Beewax-borax type of cream
2. Translucent Liquifying type
3. Miscellaneous Emulsion type

นอกจากนี้ยังมีการผลิตครีมล้างหน้าชนิดพิเศษ ซึ่งสามารถทำลายเชื้อจุลินทรีย์บนผิวหนังได้ คือ Antibacterial Cleansing Preparatian ครีมล้างหน้าชนิดนี้จะมีการเติมสารจำพวกสารปลอดเชื้อลงในส่วนผสม ซึ่งจะช่วยให้ต่อต้านการติดเชื้อจากจุลินทรีย์ต่าง ๆ ได้ สารปลอดเชื้อที่ใช้เป็นส่วนผสมจะต้องแน่ใจว่าปลอดกษ อนุตัว มีกลิ่นหอม ราคาไม่แพง แต่จะไวต่อแสงมาก ทำให้เกิดอาการแพ้เมื่อถูกแสง (ตารางที่ 3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โลชั่นล้างหน้า (Cleansing Lotion)

โลชั่นทำความสะอาดผิวหนังมีผู้นิยมใช้มาก ทั้งนี้เนื่องจากสะดวกในการใช้ สามารถใช้ทาได้บาง ๆ สะดวกและประหยัดกว่าแบบครีม ส่วนมากจะบรรจุอยู่ในขวดพลาสติก แต่กรรมวิธีการผลิตจะสูงกว่าแบบครีม โลชั่นทำความสะอาดผิวมี 2 ชนิด คือ

1. เป็นโลชั่นแบบง่าย ๆ ในรูปของ Water-in-oil emulsion มีส่วนผสมทั่วไป คือ Triethanolamine , Lauryl sulfate กับน้ำ หรือ Sulfonated olive oil กับน้ำ
2. มีลักษณะในรูปของ Oil-in-water emulsion มีส่วนผสมทั่วไป คือ Triethanolamine stearate , Mineral oil , Beewax , Water , Perfume โลชั่นชนิดนี้มักจะมีปัญหาด้านความหนืด (Viscosity) จะสูงขึ้นเมื่อทิ้งไว้นาน ๆ แต่อาจแก้ไขโดยการเติม Ethoxylate หรือ Cholesterol ลงในส่วนผสม

นอกจากนี้ยังมีการผลิตครีมล้างหน้าสำหรับผู้ที่มีผิวมัน (Cleansing Preparation for Oily skin) ซึ่งมีความสำคัญมากในปัจจุบันเนื่องจากผู้ที่มีผิวหน้ามันมักจะมึนสกปรกมาเกาะบริเวณผิวหนังจำนวนมากและเป็นมันเหนียวตลอดเวลา ปัญหาของผู้ที่มีผิวหน้ามัน คือ เมื่อล้างหน้าแล้วจะทำให้เครื่องสำอางบางชนิดเปลี่ยนสีไป ดังนั้นผู้ที่มีผิวหน้ามันมักใช้น้ำกับสบู่ในการทำความสะอาดผิวหนัง ผู้ผลิตเครื่องสำอางจึงพยายามคิดค้นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่เหมาะสมสำหรับผู้ที่มีผิวหน้ามัน โดยจะประกอบด้วยสารทำความสะอาด (Synthetic Detergent) ซึ่งมีการผลิตหลายรูปแบบ อาจอยู่ในรูปแท่ง (Solid Bar) ครีม (Cream) หรือ โลชั่น (Lotion) นอกจากนี้ยังอาจมีการใส่สารฆ่าเชื้อจุลินทรีย์ เช่น Salicylic acid , Hexachlorophene และ Sulfur Resorcinol สารละลายที่ใช้ได้แก่ Ethyl หรือ Isopropyl Alcohol ประมาณร้อยละ 50 ซึ่งช่วยทำความสะอาดน้ำมันบนผิวหนังได้สะอาด แต่ถ้าใช้นาน ๆ ไม่ควรใช้ Alcohol ที่มีความเข้มข้นเกินร้อยละ 50 เพราะจะทำให้ผิวแห้ง และอาจเกิดอาการระคายเคืองได้

ตารางที่ 3 รูปแบบ ส่วนประกอบ และคุณสมบัติของครีมล้างหน้า

ชนิด	ส่วนประกอบ	ลักษณะทั่วไปและคุณสมบัติ
Acid Containing Cleansing Creams.	Lanolin , Wool Waxes , Stearyl alcohol , Petrolatum , Glycerol , Lactic acid , Water , Perfume และอาจมีการใช้ส่วนผสมของ Citric acid , Lactic acid , Lemon juice ด้วย	ครีมชนิดนี้ มีคุณสมบัติเป็นกรดอ่อน ๆ เหมาะสำหรับ ใช้ทำความสะอาดผิวหนัง ซึ่งตามปกติผิวหนังของคน ทั่วไปจะมีค่า pH ประมาณ 5-6 และประกอบด้วย ชั้นของกรด ซึ่งสามารถป้องกันเชื้อจุลินทรีย์ต่าง ๆ ได้ ในกรณีที่ใช้สบู่ทำความสะอาดผิวหนัง อาจทำให้ ค่า pH เปลี่ยนไป เนื่องจากความเป็นด่างของสบู่
Washable Cleansing Cream	Ethoxylate oleyl ether emulsion phosphate ester from Phosphate Esters , Ethoxylated Oleyl Alcohols, Triethanolamine Lanolate	อยู่ในรูป Oil-in-water ทนต่อการทำปฏิกิริยา ของออกซิเจนในอากาศ และการ hydrolysis ครีมชนิดนี้สามารถชำระล้างเครื่องสำอางบนผิวหนัง ได้หมดจด และล้างอีกครั้งด้วยน้ำสะอาด จะช่วย ให้ผิวหนังอ่อนนุ่ม

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ชนิด	ส่วนประกอบ	ลักษณะทั่วไปและคุณสมบัติ
Cold cream	Beewax, Borax, Mineral oil, Water, Perfume และสารทำความสะอาดความมันบนผิวหนัง ได้แก่ Mineral oil , Spermaceti , Cetyl alcohol , Lanolin, Vegetable oil , Cersin Cccon butter และอื่น ๆ	มีสีขาว ลักษณะเป็นเนื้อครีมข้น มีความมันสูง และทำความสะอาดผิวได้ดี เหมาะสำหรับผู้ที่มีผิวแห้งแห้ง และผิวแห้งปกติ มีค่า pH เป็นกลางและไม่ทำให้เกิดการระคายเคือง ทำความสะอาดเครื่องสำอางบนใบหน้าได้ดี
Detergent	Synthetic detergent : ได้แก่ Sulfonate และ	ครีมชนิดนี้อยู่ในรูปของ Emulsion มีส่วนผสมของ
Cleansing Cream	Sulfate ผสมกับ Glycerol monostearate , Cetyl alcohol , Isopropyl myristate หรือ Lanolin เพื่อช่วยให้ผิวอ่อนนุ่ม และส่วนผสมของ Polyethylene glycol monostearate , stearic acid , Potassium hydroxide , Glycerol , Water , Preservative , Perfume.	Nonionic detergent ผสมอยู่ใน Vanishing cream base ช่วยทำให้ผิวอ่อนนุ่ม ทำความสะอาดผิวหน้าได้ดี

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ชนิด	ส่วนประกอบ	ลักษณะทั่วไปและคุณสมบัติ
Miscellaneous Emulsion type Sorbitan Fatty acid Ester Emulsion	Sorbitan fatty acid ester และ Polyoxethylidene derivatives.	ครีมชนิดนี้ใช้ครีมล้างหน้าที่อยู่ตัวได้ดี สะดวกในการใช้ และให้ผลดี ผลิดได้ง่าย มีทั้งในรูปของ Water-in-oil และ oil-in-water emulsion type
Liquifying Cleansing Cream	Mineral oil, Petrolatum, Cetyl alcohol, Paraffin, Spermaceti, Beewax, Ozokerite Lanolin และ Perfume ครีมชนิดนี้จะมีลักษณะใส แต่อาจทำให้ทึบได้โดยการเติม Zinc oxide, Titanium dioxide, Magnesium stearate, Zinc stearate หรือ Hydrous lanolin.	ลักษณะโปร่งใส ละลายได้ง่าย สามารถซึมเข้าสู่ผิวหนังได้ดี เป็นของเหลว มีคุณสมบัติในการทำความสะอาดผิวหนัง เช่นเดียวกับ Cold cream

ที่มา : (กองตรวจโรงงาน , 2526)

สิ่งปรุรงระงับกลิ่นเหงื่อและกลิ่นตัว (Antiperspirants and Deodorants)

สิ่งปรุรงระงับกลิ่นเหงื่อ (Antiperspirants)

สิ่งปรุรงระงับกลิ่นเหงื่อ จัดเป็นเครื่องสำอางชนิดหนึ่งที่ใช้ระงับการขับถ่ายของเหงื่อ โดยมีผลทำให้รูขุมขนตีบ ผิวหนังบริเวณที่ถูกล้อมรอบขุมขนจะหนองตัวขึ้น ทำให้รูขุมขนตีบหรือปิดเข้าหากัน สิ่งปรุรงระงับเหงื่อนี้ประกอบด้วยเกลือของโลหะ เช่น อะลูมิเนียม (Aluminum) เหล็ก (Iron) โครเมียม (Chromium) ตะกั่ว (Lead) ปรอท (Mercury) สังกะสี (Zinc) และเซอร์โคเนียม (Zirconium) สารเหล่านี้มีคุณสมบัติในการระงับการขับถ่ายของเหงื่อให้ลดลง แต่มีโลหะบางตัวไม่เหมาะที่จะนำมาใช้ เนื่องจากมีพิษต่อร่างกาย สารที่นิยมใช้ในัจจุบัน ได้แก่ เกลือของอะลูมิเนียมและสังกะสี ซึ่งได้แก่ Sulfate, Chloride, Chlorhydroxide และ Phenolsulfonate นอกจากนี้มีการใช้ Basic formate, Lactate, Sulfamate และ Alums เป็นต้น แต่ Acetate ไม่ค่อยมีผู้นิยมใช้ เนื่องจากกลิ่นของ acetic acid ทำให้ไม่น่าใช้และสารจำพวก Formates มักจะทำให้เกิดอาการแพ้ได้ง่าย เพราะเกลือเหล่านี้มี pH อยู่ประมาณ 2.5-4.2 อาจมีผลต่อการระคายเคืองต่อผิวหนังที่ใช้ได้ จึงควรมีการเติมสารเคมี เช่น Zinc Oxide, Magnesium Oxide, Aluminium hydroxide หรือ Triethanolamine ลงไปเล็กน้อย เพื่อช่วยลดอาการระคายเคืองต่อผิวหนัง นอกจากนี้ก่อนการใช้ควรมีการทดสอบก่อนว่าไม่เกิดอาการแพ้ ส่วนผสมของสิ่งปรุรงระงับกลิ่นเหงื่อประกอบด้วย Powdered alum, Aluminum chloride crystal, น้ำกลั่น, Borax, ซึ่ง Aluminum chloride จะเป็นตัวช่วยลดการขับเหงื่อ ส่วน Alum และ Borax จะเป็นสารที่ช่วยลดอาการระคายเคืองของผิวหนัง (ตารางที่ 4)

สิ่งปรุรงระงับกลิ่นตัว (Deodorants)

จัดเป็นเครื่องสำอางชนิดหนึ่งที่ใช้ในการกำจัดกลิ่นตัว ซึ่งเกิดขึ้นเนื่องจากปฏิกิริยาของเชื้อจุลินทรีย์ที่มีต่อเหงื่อซึ่งร่างกายขับถ่ายออกมาทางผิวหนัง สารที่ใช้ในสิ่งปรุรงระงับกลิ่นตัวจะต้องมีคุณสมบัติในการทำลายเชื้อจุลินทรีย์ด้วย (ตารางที่ 5)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4 รูปแบบของสิ่งปรุงระงับกลิ่นเหม็น

ชนิด	ส่วนประกอบ	ลักษณะทั่วไปและคุณสมบัติ
Antiperspirant sticks	Ethyl alcohol , Propylene glycol , Sodium stearate , Perfume , Sodium aluminium chlorhydroxy lactate complex.	ลักษณะทำเป็นรูปแท่ง มีส่วนผสมของไขมัน , Oleate , Zinc phenolsulfonate บางครั้งมีการทำเป็นเจล โดยการเติม Alcohol , Sodium stearate ทำให้มีลักษณะนุ่มใช้ และรู้สึกเย็นสบายขณะใช้ แต่ต้องระวังการระเหย จึงต้องมีการบรรจุที่มิดชิด
Liquid Antiperspirants	Part A : Propylene glycol , Alcohol , Hexachlorophene , Perfume. Part B : Chlorhydroxide , Aluminium , Water.	มักนิยมใช้ในรูปแบบสเปรย์ มีส่วนผสมของสารกำจัดกลิ่น (Deodorant , Hydroalcohol solution) ซึ่งช่วยในการระเหยของเหงื่อ ระงับการขับเหงื่อ และน้ำหอม สารที่กำจัดกลิ่นที่นิยมใช้ ได้แก่ Chlorophyll แต่สิ่งปรุงระงับเหม็น มีคุณสมบัติเป็นกรด น้ำหอมที่ใช้จึงต้องเลือกให้เหมาะสม และต้องมีการทดสอบก่อนว่าไม่ทำให้เกิดอาการระคายเคืองต่อผิวหนัง

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ชนิด	ส่วนประกอบ	ลักษณะทั่วไปและคุณสมบัติ
Antiperspirant lotion	Glyceryl monostearate , Water , Polyethylene glycol , perfume , Aluminum chlorhydroxide.	ลักษณะคล้ายครีมแต่ความเหนียวน้อยกว่า วัสดุที่ผลิตใช้ในกระบวนการผลิตจะต้องระวังส่วนผสมของโลหะหนักที่ปนเปื้อนเข้ามาในเนื้อครีมเป็นส่วนผสมเสริมจะต้องควบคุมอุณหภูมิ และความหนืดด้วย
Antiperspirants Cream	Part A : Spermaceli , Glyceryl monostearate acid , stabilizer. Part B : Sodium lauryl sulfate , Propylene glycol , Water , Titanium dioxide , Urea , Aluminum sulfate , Perfume.	ลักษณะเป็นครีม มีเนื้อเนียนนุ่ม มีส่วนผสมของสิ่งปรุงแต่งที่ช่วยให้ผิวเนียนนุ่มและนุ่มนวล 15-20 มีส่วนผสมของสารที่ช่วยให้ผิวเนียนนุ่ม การผสมส่วนผสมเข้าด้วยกัน จะต้องนำไปทำให้เป็นเนื้อเดียว และควบคุมอุณหภูมิทั้งขณะผสม และขณะบรรจุ เพราะถ้าบรรจุที่อุณหภูมิสูงมาก เนื้อครีมจะแข็งเกินไป

ที่มา : (องค์การวิจัย , 2526)

ตารางที่ 5 รูปแบบของสิ่งปรุงระงับกลิ่นตัว

ชนิด	ส่วนประกอบ	ลักษณะทั่วไปและคุณสมบัติ
Liquid Deodorant	Quaternary ammonium compound ซึ่งได้ทดสอบแล้วว่า ว่าจะไม่ก่อให้เกิดอาการระคายเคือง ได้แก่ Hymines (diisobutyl phenoxy ethyl dimethyl benzyl ammonium chloride) Trimethyl long-chain alkyl ammonium bromide , Alkyl dimethyl benzyl ammonium chloride.	มีลักษณะเป็นของเหลว มีการผลิตในรูปแบบสเปรย์ และอาจมีการเติม Alcohol ในส่วนผสมหรือไม่ได้
Stick Deodorant or Deodorant Cologne Stick or Alcohol Gel Deodorant Stick	Sodium stearate , Tribromosalicy anilide , Sorbitol syrup , Ethyl alcohol , Water , Perfume.	สิ่งปรุงระงับกลิ่นตัวชนิดนี้ จะไม่มีส่วนประกอบของสารระงับการขับเหงื่อ (Antiperspirant) มีลักษณะเป็นแท่ง

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ชนิด	ส่วนประกอบ	ลักษณะทั่วไปและคุณสมบัติ
Deodorant Cream	Part A : Hexachlorophene , Stearic acid , Glyceryl monostearate , Isopropyl myristate , Cetyl alcohol, Part B : Potassium hydroxide , Propylene glycol , Water , Perfume.	มีลักษณะเป็นครีม มียูนิฟอร์มใช้โดยมักมีส่วนผสมของ สารทำลายเชื้อจุลินทรีย์ คือ Hexachlorophene อยู่ด้วย สำหรับส่วนผสมอื่น ๆ จะคล้ายกับครีมทํา ความสะอาดผิว ซึ่งสามารถดูดซับกลิ่นที่หลุดมาจาก ผิวหนังและทำลายเชื้อจุลินทรีย์ได้
Deodorant Powder	Talc , Chalk : Zinc phenolsulfonate , Boric acid , Zinc oxide , Light precipitated , Perfume.	ลักษณะเป็นผงแข็ง ตัดลงผสมให้เป็นเนื้อเดียวกัน

ที่มา : (กองตรวจโรงงาน , 2526)

สารเคมีที่ใช้เป็นส่วนผสมในสิ่งปรุงระงับกลิ่นตัวประกอบด้วย

1. Aluminum salt เป็นสารที่มีคุณสมบัติในการระงับการขับถ่ายของเหงื่อ และเป็นสาร antiseptic ด้วย ซึ่งได้แก่ Alum , Aluminum potassium sulfate , Aluminum acetate , Aluminum formate , Aluminum formoacetate และ Aluminum chloride ซึ่ง Aluminum chloride นี้มีคุณสมบัติในการหยุดการเจริญเติบโตของเชื้อจุลินทรีย์

2. ส่วนประกอบของโลหะ เช่น Zinc oxide , Zinc peroxide , Zinc stearate มีคุณสมบัติในการระงับการขับถ่ายของเหงื่อและสามารถทำลายเชื้อจุลินทรีย์ ส่วนมากจะใช้อ้อยู่ในรูปของผง (Powder) แต่สำหรับ Zinc phenosulfonate จะอยู่ในรูปของเหลวกำจัดกลิ่นตัว (Liquid deodorant)

3. Quaternary ammonium compounds เป็นสารที่ใช้ควบคุมกลิ่นเหงื่อที่ขับถ่ายออกมา มักใช้ผสมกับ Alcohol แต่ไม่ควรใช้ผสมกับแป้ง (Talc) ในรูปผง (Powder) เพราะแป้ง (Talc) จะลดคุณสมบัติในการทำลายเชื้อจุลินทรีย์ลง

4. สารทำลายเชื้อจุลินทรีย์ (Antibacterial agents) ได้แก่ Biphenols , Hexachlorophene แต่การใช้สารนี้เป็นส่วนผสมจะต้องระวังอาการระคายเคืองต่อผิวหนัง และอาจทำให้เกิดอาการแพ้ขึ้นได้ ซึ่งได้แก่ Formaldehyde จะมีผลต่ออาการระคายเคืองต่อผิวหนัง Chlorinated salicylanilide เป็นสารที่ทำให้เกิดการแพ้ต่อแสง เป็นต้น

อันตรายที่อาจเกิดจากการใช้เครื่องสำอาง

เครื่องสำอางที่ใช้อาจก่อให้เกิดอันตรายแก่ผู้ใช้ได้ ดังต่อไปนี้

1. ลักษณะโดยทั่ว ๆ ไปของอันตรายจากเครื่องสำอาง คือ อาการผิวหนังอักเสบ ซึ่งเกิดเนื่องจากสารเคมีในเครื่องสำอาง มีลักษณะดังนี้

1.1 กัดผิวหนัง (Primary Irritant Reaction)

1.2 อาการแพ้ (Allergic dermatitis)

1.3 อาการแพ้แสงแดด (Photo Sensitivity Reaction)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 อาการบวม เนื่องจากต่อมเหงื่อ และกลุ่มขนลุดตัน (Granulomatous Reaction)

1.5 อาการอื่น ๆ เช่น ขน ผม เล็บแตก

2. ประเภทของอันตรายจากเครื่องสำอาง แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

2.1 อันตรายอันเนื่องมาจากอาการแพ้ (Allergic Reaction) เครื่องสำอาง

2.2 อันตรายอันเนื่องมาจากพิษ (Toxic) ของสารเคมีในเครื่องสำอาง

อันตรายอันเนื่องมาจากอาการแพ้เครื่องสำอาง

มักเกิดกับผู้ใช้เครื่องสำอางโดยตรง ซึ่งผู้ใช้สามารถป้องกันหรือหลีกเลี่ยงได้ ถ้าผู้ใช้มีความระมัดระวัง ทั้งนี้เพราะอันตรายชนิดนี้เกิดจากอาการแพ้สารเคมีบางอย่าง ที่มีอยู่ในเครื่องสำอาง ทำให้เกิดอาการผื่นคัน บวม หรือมีอาการที่รุนแรง บางครั้งอาการแพ้อาจจะมิใช่เนื่องมาจากเครื่องสำอางโดยตรง แต่เกิดจากสารบางอย่างในเครื่องสำอางชนิดนั้น ทำให้ผู้ใช้มีอาการแพ้ต่อรังสีได้ง่าย เช่น แพ้แสงแดด (Photo Sensitive)

อันตรายอันเนื่องมาจากพิษ

เครื่องสำอางอาจมีส่วนผสมของสารพิษอยู่ด้วย เมื่อสารพิษเข้าไปในร่างกายก็จะก่อให้เกิดอันตรายได้มาก ทั้งนี้เป็นผลมาจากวิวัฒนาการของเครื่องสำอางในปัจจุบัน ซึ่งพิษที่เกิดขึ้นนี้จะเกิดกับทุกคนที่ใช้เครื่องสำอาง โดยไม่มีการป้องกันได้ นอกเสียจากว่า จะมีการขยับระบอบส่วนประกอบของเครื่องสำอางชนิดนั้นไว้อย่างชัดเจน รวมทั้งอันตรายที่เกิดขึ้นจากตัวยาเหล่านั้น เพื่อที่จะหลีกเลี่ยง นอกจากนี้ยังมีการควบคุมคุณภาพมาตรฐานของการผลิตและสัญลักษณ์ เพื่อไม่ให้มีพวกจุลินทรีย์ที่จะทำให้เกิดโรค ปนอยู่ในเครื่องสำอางนั้นได้

เครื่องสำอางที่พบว่ามีผู้แพ้มาก ได้แก่

1. เครื่องสำอางจำพวกที่เรียกว่า เมคอัพ "Make Up" คือ เครื่องสำอางที่ใช้กับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบหน้า ใต้แก้ม ครีมหน้าผาก ลอกหน้า ครีมรองพื้น แป้งหน้า และที่แพร่หลายในขณะนี้ คือ ครีม
กำจัดสิวฝ้าประเภทครีมไข่มุกต่าง ๆ

2. เครื่องสำอางประเภทอาห้อมผม สบู่ ลิปสติก น้ำยาดัดผม ยาทาเล็บ ฮาตัมกลิ่น
น้ำหอม และสเปรย์ฉีดผม

ปฏิกิริยาการแพ้เครื่องสำอางมักจะเป็นการอักเสบที่เกิดจากการแพ้สารที่สัมผัส แบ่ง
ออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. เครื่องสำอางนั้นมีสารประกอบที่ก่อให้เกิดการระคายเคืองต่อผิวหนังโดยตรง
2. เครื่องสำอางนั้นทำให้เกิดปฏิกิริยาเกี่ยวกับภูมิแพ้ในร่างกายนั่นเอง คือ เครื่องสำอาง
นั้นทำตัวเป็นสิ่งแปลกปลอมไปกระตุ้นให้ร่างกายสร้างภูมิคุ้มกันต้านทานขึ้น และเมื่อถูกสารนั้นเข้าก็ทำ
ปฏิกิริยาเกิดเป็นปฏิกิริยาภูมิแพ้ขึ้น
3. เกิดการเป็นพิษเมื่อถูกแสงแดด
4. เกิดการแพ้เมื่อถูกแสงแดด หมายความว่า เมื่อสัมผัสกับเครื่องสำอางนั้นแล้ว
จะเกิดปฏิกิริยาก็ต่อเมื่อถูกแสงแดด ถ้าไม่มีแสงจะไม่เกิดปฏิกิริยาอะไร ส่วนมากจะมีอาการบวม
แดง ต่อมาค่อย ๆ หายไป แล้วบริเวณที่สัมผัสกับเครื่องสำอางนั้นจะกลายเป็นสีดำ นอกจากนี้
เครื่องสำอางบางชนิดยังทำให้เกิดเป็นสิ่ว ฝ้า หรือจุดด่างดำขึ้น

วิธีค้นหาเครื่องสำอางที่ทำให้แพ้

1. โดยวิธีทดสอบใช้ชั่วคราว
 - 1.1 หยอดใช้เครื่องสำอางทุกชนิด เว้นแต่ลิปสติก (ถ้าริมฝีปากไม่แพ้)
 - 1.2 สระผมด้วยสบู่ธรรมดาที่ไม่มีน้ำหอมเจือปน เพื่อจะล้างเครื่องสำอาง เช่น
น้ำมันใส่ผม หรืออาห้อมผม ออกเสียให้หมด
 - 1.3 ล้างหน้าด้วยสบู่ธรรมดาที่ไม่มีน้ำหอมเจือปน
 - 1.4 ล้างยทาเล็บออกให้หมด
 - 1.5 นำเครื่องสำอางทั้งเก่าและใหม่ให้แพทย์ทดสอบรวมทั้งฟองน้ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6 ถ้าเพิ่งเริ่มใช้เครื่องสำอางชนิดนั้น ๆ และเกิดอาการแพ้ ให้นำเครื่องสำอางนั้นส่งให้แพทย์ตรวจสอบ

1.7 เครื่องสำอางที่แพ้ อาจเป็นชนิดใหม่หรือเก่าก็ได้ หรืออาจเป็นชนิดเก่าแต่ผลิตขึ้นใหม่ โดยเปลี่ยนหรือเติมส่วนผสมใหม่

2. โดยวิธีทำ Patch Test โดยการทาเครื่องสำอางที่คิดว่าทำให้แพ้ลงบนผิวหนัง ถ้าแพ้จะเกิดอาการเป็นผื่นขึ้นภายใน 48 ชั่วโมง โดยการทาเครื่องสำอางชนิดดังกล่าวลงบนผิวหนังบริเวณที่เราใช้จริง ๆ หรือบริเวณใกล้เคียง แล้วสังเกตอาการ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับว่านหางจระเข้

ลักษณะทางพฤกษศาสตร์

ว่านหางจระเข้ หรือ Aloe มีชื่อวิทยาศาสตร์คือ Aloe vera Linn เป็นพืชในวงศ์ Liliaceae มีสารที่สำคัญ ได้แก่ สารกลุ่ม Glycoprotein ชื่อ alectin A หรือ lectin P-2 ซึ่งออกฤทธิ์ในการสมานแผล จากผลการทดลองทางเภสัชวิทยา น้ำเมือกจากใบว่านหางจระเข้ สามารถรักษาแผลจากการถูกความร้อน และจากการฉายรังสีเอ็กซ์ในสัตว์ทดลองได้ดีโดยช่วยส่งเสริมการเจริญเติบโตของเซลล์ที่บาดแผล จึงเป็นการเร่งให้แผลหายเร็ว ในด้านการยับยั้งการเจริญเติบโตของเซลล์แบคทีเรียที่เป็นสาเหตุของหนอง พบว่าน้ำเมือกจากใบว่านหางจระเข้ที่มีความเข้มข้นร้อยละ 50 สามารถยับยั้งการเจริญเติบโตของแบคทีเรียที่เป็นสาเหตุของหนองได้ นอกจากนี้ยังมีฤทธิ์ต่อต้านการอักเสบได้อีกด้วย

ว่านหางจระเข้จัดเป็นพืชในตระกูลล้มลุก เป็นไม้อวบน้ำมีอายุหลายปี ใบเป็นแฉก ลักษณะลำต้นแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับพันธุ์ บางพันธุ์ลำต้นตั้งตรงขึ้นอยู่เป็นกลุ่ม บางพันธุ์มีลำต้นแข็ง ภาสในกลวง ลำต้นเป็นพวงไม้เนื้ออ่อน ใบหนา อวบน้ำ ใบเรียวยาวคล้ายหอก ตามขอบใบจะหยักและมีหนาม ด้านในใบจะมีเส้นใส ๆ เป็นเมือกเหนียว ดอกเป็นดอกแบบช่อแตกดอกออกทางด้านข้างของลำต้น การจัดเรียงช่อดอกไม่แน่นอน หลังจากออกดอก ใบและลำต้นจะไม่ตาย ดอกจะบานจากด้านล่างขึ้นข้างบน ลักษณะผลแบบแห้งแตก โดยจะแตกออกเป็น 3 ส่วน บางพันธุ์ผลมีลักษณะนุ่ม ๆ

ต้นว่านหางจระเข้ ได้มีการศึกษาวิจัยกันมาอย่างช้านาน ว่าสามารถใช้รักษาโรคต่าง ๆ ตั้งแต่การรักษาบาดแผล โรคนอนไม่หลับ ภาวะอาหารทำงานไม่ปกติ ท้องผูก รวมทั้งการบำรุงผิวพรรณ สารอะโลอิน อะโลอีโมดิน และกรดคูมาริก ในว่านหางจระเข้ มีฤทธิ์ต้านเชื้อไวรัส สารโพลียูโรโนล มีคุณสมบัติในการรักษาบาดแผลธรรมดา แผลน้ำร้อนลวกและถ้าใช้สารที่มีความเข้มข้นร้อยละ 5 ทาบนบาดแผล จะช่วยป้องกันไม่ให้สิ่งสกปรก และเชื้อโรคเข้าสู่ร่างกาย เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทางบาดแผลได้ สารอะโลอินในวุ้นหางจระเข้สามารถลดแสงอุลตราไวโอเล็ตจากแสงแดด ที่ทำให้ผิวหนังไหม้ เมื่อถูกแดดนาน ๆ และช่วยทำให้ผิวหนังที่แห้งหรือเหี่ยวย่นกลับชุ่มชื้นและเต่งตึงขึ้นมาได้ สารอะโลอิน และสารอะลอคตินเอ ในวุ้นหางจระเข้ยังมีฤทธิ์กระตุ้นให้สารในเลือดทำลายเชื้อโรค และสิ่งแปลกปลอมที่เข้าไปในร่างกาย นอกจากนี้ยังมีสารอะโลอิน ซึ่งมีฤทธิ์ต้านมะเร็งในเม็ดเลือดขาวได้

คุณสมบัติของวุ้นหางจระเข้

ปัจจุบันนี้ สรรพคุณของวุ้นหางจระเข้ได้รับการยอมรับมาก ทั้งจากวงการแพทย์ และวิทยาศาสตร์ทั่วโลก ซึ่งมีอยู่หลากหลายด้วยกัน

ใช้รับประทาน

เป็นยาบำรุงกระเพาะ ปรับการทำงานของกระเพาะลำไส้ให้ดีขึ้น สามารถรักษาแผลเปื่อยในกระเพาะลำไส้ แก้อาการท้องผูก สามารถคลายพิษ และเสริมสมรรถภาพการทำงานของตับ จัดการเมตาบอลิซึม นอกจากนี้ยังสามารถใช้ป้องกันไข้หวัดได้อีกด้วย เพราะสารจากวุ้นชนิดนี้ สามารถระงับการขยายตัวของเชื้อไวรัสที่ก่อให้เกิดไข้หวัด หากรับประทานอย่างต่อเนื่องเป็นเวลานาน จะช่วยเสริมสุขภาพของผู้ป่วยที่เป็นความดันโลหิตต่ำและโรคเบาหวานให้มีอาการดีขึ้น

ใช้เป็นยาทาภายนอก

น้ำเมือกหรือวุ้นในใบวุ้นหางจระเข้มีสรรพคุณในการใช้เป็นยารักษาแผลภายนอกได้เป็นอย่างดี ทั้งในด้านการรักษาบาดแผลและการบำรุงรักษาความงาม เช่น

1. รักษาผิวไหม้เพราะถูกแดดเผา ยาน้ำที่ทำจากวุ้นหางจระเข้มีสารกันแสงที่ช่วยป้องกันการถูกแดดเผาได้ โดสใช้ทา ก่อน และหลังที่จะถูกแดด หรือขณะที่เหงื่อออกมาก ๆ น้ำยากันแดดที่ดีจะกันแสงที่ทำให้ผิวไหม้ได้ร้อยละ 90 และจะรับแสงที่ช่วยทำให้ผิวคล้ำมากขึ้นร้อยละ 75

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. บำรุงผมและหนังศีรษะ ในปัจจุบันนี้ยาสระผมหลายตรา จะผสมว่านหางจระเข้ เพื่อช้บำรุงหนังศีรษะ ก่อนมีการผลิตยาสระผมผสมว่านหางจระเข้ ออกมาอย่างกว้างขวางเช่นนี้ มีการใช้น้ำเมือกจากว่านหางจระเข้ใส่ผมโดยตรงมาก่อน โดยใช้เป็นยาสระผม และครีมนวด ซึ่งได้ผลดีต่อหนังศีรษะ และเส้นผมอย่างเห็นได้ชัด

3. ลบรอยแผลเป็น ว่านหางจระเข้มีประสิทธิภาพในการลดรอยแผลเป็นเล็ก ๆ ได้ หรืออาจสามารถทำให้หายไปได้ โดยทาน้ำเมือกว่านหางจระเข้ทุกเช้าเย็น แต่ได้ผลช้าจะต้องใช้เวลาหลายเดือน และอาจใช้ว่านหางจระเข้ควบคู่ไปกับวิตามินอีจะได้ผลดี

4. ลดจุดด่างดำบนผิวหนัง จุดด่างดำบนผิวหนังมักจะเกิดขึ้นเมื่อมีอายุมากขึ้น หรือบนผิวหนังที่ถูกแดดมาก ซึ่งจุดด่างดำเหล่านี้สามารถทำให้ลดลง โดยการทาน้ำเมือก หรือวันธอง ว่านหางจระเข้ วันละ 2 ครั้ง เป็นเวลาหลายเดือน จุดด่างดำบนผิวจะค่อย ๆ ลดลงและหายไปได้

5. รักษาสิว สิวเกิดจากการติดเชื้อตรงรูของต่อมไขมันที่ถูกอุดตัน ต่อมาจะอยู่ลึกลงไปใต้ผิว คนหนุ่มสาวเป็นสิวบ่อยเพราะเป็นวัยที่ผิวหนังมีเปลี่ยนแปลง วิธีป้องกันไม่ให้ผิวหนังมีริ้วรอยจากสิว มีดังนี้คือ

5.1 การระวังรักษาความสะอาด ทักเข้าและเส้น ผิวน้ำควรรได้รับการชำระล้างอย่างดี สบู่ธรรมดาจะกระด้างเกินไปหรืออาจทำให้เกิดการแพ้ สบู่ที่ผลิตจากว่านหางจระเข้จะให้ผลดีกว่า นอกจากนี้ยังไม่ควรใช้ครีมล้างหน้าธรรมดา เพราะมีน้ำมันผสมอยู่ การมีน้ำมันบนผิวหนังมากเกินไปจะเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดสิว

5.2 ทาว่านหางจระเข้ ว่านหางจระเข้จะทำหน้าที่ในการยับยั้งการติดเชื้อ ช้บเร่งการเจริญเติบโตของเนื้อเยื่อ และช้บทำให้แผลหายเร็วโดยไม่เป็นแผลเป็น เนืองใช้น้ำจากใบทากที่ใบหน้า หรืออาจจะใช้วันธองขูด หรือขี้ผึ้งว่านหางจระเข้ทากที่ใบหน้า ฤกษ์ผาดสมานของว่านหางจระเข้จะช้บลดความมันบนผิวหนังได้

5.3 สิวที่อักเสบหรือตุ่มที่อักเสบต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นบนใบหน้า สามารถรักษาได้ด้วยขี้ผึ้งว่านหางจระเข้ เพราะจะช้บทำให้แผลหายเร็ว และลดการเกิดแผลเป็น

ความเป็นพิษของว่านหางจระเข้

สำหรับวันธองและน้ำเมือกของว่านหางจระเข้ นี้ ยังไม่มีการพบความเป็นพิษ แต่สำหรับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำต้นและขางอาจเป็นพิษได้ คือ

1. ทำให้เป็นมะเร็งในจุก เนื่องจากมีสารชนิดหนึ่ง คือ เบนโซไพเร็น ซึ่งมีสาเหตุทำให้เป็นมะเร็งในจุกได้
2. ขางหรือฮาดำจากว่านหางจระเข้ห้ามใช้รับประทานสำหรับคนที่มีอาการปวดท้อง ล่อนเพลีย ไตอักเสบ เป็นโรคสีดวงทวาร หรือหญิงมีครรภ์และหญิงที่อยู่ในระหว่างให้นมบุตรเพราะอาจทำให้ทั้งลูก และทำให้ลูกที่กินนมแม่ท้องเสียได้
3. สำหรับผู้ที่ผิวแห้ง ไม่ควรใช้น้ำเมือกเพียงอย่างเดียวในการบำรุงผิวเพราะจะทำให้ผิวแห้งยิ่งขึ้น ควรใช้ควบคู่กับน้ำมันหรือครีมบำรุงผิว
4. การรับประทานขางและฮาดำมากเกินไปจะทำให้ท้องเสียและปวดท้อง เพราะลำไส้เกร็งตัวเนื่องจากขางหรือฮาดำนี้มีสารอะโลอิน ซึ่งมีฤทธิ์เป็นสาระบาย และถ้ารับประทานต่อกันเป็นเวลานาน ๆ อาจทำให้เป็นโรคปวดตามข้อได้
5. สำหรับผู้ที่เป็นโรคเบาหวาน การดื่มน้ำว่านหางจระเข้มีผลทำให้ระดับอินซูลินมากขึ้น ดังนั้นผู้ที่ใช้อินซูลินอยู่แล้ว ถ้าดื่มน้ำว่านหางจระเข้ อาจจะทำให้มีอินซูลินในเลือดมากเกินไป ซึ่งมีอันตรายมาก อาจทำให้ช็อคได้ ดังนั้นผู้ที่รับประทานน้ำว่านหางจระเข้โดยที่ใช้อินซูลินอยู่ควรปรึกษาแพทย์ เพื่อให้ใช้อินซูลินอย่างถูกต้องและเหมาะสม
6. การแพ้ว่านหางจระเข้ คนที่แพ้ว่านหางจระเข้มีน้อยมากไม่ถึงร้อยละ 1 การแพ้แสดงให้เห็นจากอาการเจ็บแสบและมีผื่นแดงบาง ๆ ซึ่งโดยปกติจะเกิดขึ้นภายในเวลา 2-3 นาที ดังนั้น การทดลองว่ามีอาการแพ้ว่านหางจระเข้ สามารถทำได้โดย การทาน้ำเมือกที่สกัดหรือที่หลังใบหู ถ้าเกิดอาการปวดแสบ หรือผื่นคันขึ้นมาภายในสองสามนาที ก็ไม่ควรใช้ต่อ แม้ว่าจะมีบางคนแพ้ว่านหางจระเข้ แต่คนที่แพ้ของอื่น ๆ ว่านหางจระเข้กลับช่วยให้หายหรือบรรเทาลงได้ ดังนั้นสำหรับคนส่วนใหญ่แล้ว ว่านหางจระเข้เป็นยาแก้แพ้ที่ดี

สภาวะการผลิตว่านหางจระเข้

ในอดีตการปลูกว่านหางจระเข้ จะปลูกเป็นไม้ประดับตามบ้านเรือน หรือปลูกไว้ใช้เป็นสมุนไพรรักษาโรคเฉพาะในครัวเรือนเท่านั้น เนื่องจากว่านหางจระเข้ที่ปลูกกันในสมัยนั้นเป็นว่านหางจระเข้พันธุ์พื้นเมืองดั้งเดิม ต้นมีขนาดเล็ก ทำให้วันหรือเมือกในใบมีจำนวนน้อยไปด้วย เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จึงไม่สามารถนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเชิงพาณิชย์ได้ แต่ในปัจจุบันได้มีการขยายพันธุ์ว่านหางจระเข้ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ได้แก่ พันธุ์บาร์เดนซิส ซึ่งเป็นว่านหางจระเข้ที่มีขนาดใหญ่ โดยเมื่อปลูกได้ประมาณ 1 ปี ขนาดของใบจะหนักประมาณ 0.8-1.0 กิโลกรัม มีเนื้อวุ้นมาก เหมาะที่จะใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเชิงพาณิชย์ จึงมีการตั้งโรงงานเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์จากว่านหางจระเข้ และมีการส่งเสริมให้เกษตรกรขยายการปลูกว่านหางจระเข้ เป็นการค้าเพื่อจำหน่ายวัตถุดิบให้กับโรงงานอุตสาหกรรม

ปริมาณความต้องการว่านหางจระเข้ในตลาดโลก

ปริมาณความต้องการว่านหางจระเข้ในตลาดต่าง ๆ เพื่อใช้ในการอุตสาหกรรมและเวชภัณฑ์ มีดังนี้

1. ตลาดสาธารณรัฐเยอรมัน ความต้องการว่านหางจระเข้ในประเทศเยอรมันจากการนำเข้าทั้งหมดมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นจาก 50 ตัน ในปี พ.ศ. 2527 เป็น 149 ตัน ในปี พ.ศ. 2530 โดยส่วนใหญ่นำเข้าจากประเทศแอฟริกาใต้
2. ตลาดสหรัฐอเมริกา ประเทศสหรัฐอเมริกา มีการปลูกว่านหางจระเข้กันอย่างกว้างขวาง เนื่องจากสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศเหมาะสม มีการนำเข้าจากเม็กซิโก และสาธารณรัฐโดมินิกันเป็นส่วนใหญ่
3. ตลาดญี่ปุ่น ว่านหางจระเข้ยังไม่มีบทบาทสำคัญทางการค้าในประเทศญี่ปุ่น
4. ตลาดฮ่องกง ว่านหางจระเข้ยังไม่มีบทบาทสำคัญทางการค้าในฮ่องกง

รูปแบบของสินค้าที่ตลาดต้องการ

รูปแบบของว่านหางจระเข้ที่ตลาดต่าง ๆ ต้องการเพื่อใช้ในการอุตสาหกรรมและเวชภัณฑ์ มีดังนี้

1. สาธารณรัฐเยอรมัน มีการนำเข้าในรูปของ Aloe gel เพื่อใช้ในการอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและเวชภัณฑ์ เนื่องจากทำให้ผิวชุ่มชื้น และเป็นยาสมานแผล ซึ่งจะบรรเทาขนาดแก้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขนาดประมาณขนาดละ 10 กิโลกรัม นอกจากนี้ยังนำเข้าไปในรูปของสาค่า โดยบรรจุในถังโลหะ ขนาด 20-25 กิโลกรัม

2. สหรัฐอเมริกา มีการนำเข้าว่านหางจระเข้ 3 ลักษณะ คือ

2.1 Aloe gel บรรจุในถังโลหะ โดยควบคุมอุณหภูมิให้เย็นอยู่เสมอ

2.2 Aloe บรรจุในถังโลหะ แต่ไม่มีการควบคุมอุณหภูมิ

2.3 Aloe powder บรรจุในถังโลหะ แต่ไม่มีการควบคุมอุณหภูมิ

การปลุกว่านหางจระเข้

การปลุกว่านหางจระเข้ในปัจจุบัน แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. การปลุกเพื่อขายพันธุ์ เนื่องจากเกษตรกรจำนวนมากมีการขยายการเพาะปลุกว่านหางจระเข้กันอย่างกว้างขวาง จึงมีความต้องการพันธุ์ว่านหางจระเข้บับบาร์เดนซิส เพื่อใช้ในการเพาะปลูกเป็นจำนวนมาก มีการซื้อ-ขายพันธุ์ว่านหางจระเข้พันธุ์บับบาร์เดนซิส โดยเมื่อว่านหางจระเข้มีอายุประมาณ 6 เดือน จะมีการซื้อ-ขายกัน ในราคาหน่วยละ 10 บาท
2. การปลุกเพื่อขายใบว่าน โดยใบว่านที่จะขายต้องมีอายุประมาณ 1 ปี น้ำหนักประมาณ 0.8-1.0 กิโลกรัม ซื้อ-ขายกันประมาณกิโลกรัมละ 3 บาท

ลักษณะในการปลุกว่านหางจระเข้ในปัจจุบัน ส่วนใหญ่จะเป็นการให้เกษตรกรผู้ปลุกว่านหางจระเข้เป็นสมาชิกของโรงงาน โดยมีสัญญาผูกพันการรับซื้อผลผลิตคืน ในราคาประกันที่กำหนดไว้ล่วงหน้า (Contract Farming) ซึ่งมักจะเป็นโรงงานที่ทำการผลิตผลิตภัณฑ์จากว่านหางจระเข้ โดยโรงงานจะเพาะพันธุ์ว่านหางจระเข้ และจำหน่ายให้กับเกษตรกรที่สนใจนำไปเพาะปลูก พร้อมกับอบรมให้ความรู้ในการปลุกและบำรุงรักษาว่านหางจระเข้ที่ถูกต้อง รวมทั้งวิธีการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยวผลผลิต ให้ผลผลิตมีคุณภาพดี เพื่อที่โรงงานจะมีวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตอย่างสม่ำเสมอ และมีคุณภาพตรงตามความต้องการของโรงงาน

ว่านหางจระเข้ เป็นพืชที่สามารถปลุกได้กับดินทุกชนิด แต่จะเจริญงอกงามได้ดีในดินตามชายทะเล ซึ่งมีลักษณะเป็นดินร่วนซุย เช่น ดินปนทราย ที่สามารถระบายน้ำได้ดี บริเวณที่มีเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การปลุกว่านหางจระเข้อย่างแพร่หลาย ได้แก่ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในการปลุกจะมีการเตรียมดินก่อนการปลุกด้วยวิธีการยกแปลงให้สูงจากพื้นดินประมาณ 20-30 เซนติเมตร กว้างประมาณ 1.0-1.5 เมตร ส่วนความยาวของแปลงนั้นขึ้นอยู่กับเนื้อที่ที่ใช้ปลุก นอกจากนี้ยังควรเว้นช่องว่างเป็นทางเดินระหว่างแปลงกว้างประมาณ 0.5-1.0 เมตร เพื่อความสะดวกในการปฏิบัติงาน ระยะห่างในการปลุกว่านหางจระเข้ ควรห่างกันประมาณ 80-90 เซนติเมตร หรือในกรณีที่มีความจำกัดในด้านพื้นที่อาจปลุกห่างกันเพียง 70-80 เซนติเมตร ซึ่งใน 1 ไร่ จะปลุกได้ประมาณ 2,000-2,500 ต้น และ 3,000-3,600 ต้นตามลำดับ

ว่านหางจระเข้เป็นพืชที่มีรากค้ำ จึงมีปัญหาเรื่องความแน่นของหน้าดิน จึงควรมีการยกแปลงให้สูงขึ้น และในแปลงหนึ่งควรปลุกเป็นแถวคู่แบบสลับฟันปลา เพื่อไม่ให้ว่านหางจระเข้ชนกัน และสะดวกในการปฏิบัติงาน ดินที่ขุดขึ้นมาจากหลุมปลุกนั้น ควรตากแดดไว้จนแห้งสนิท เพื่อเป็นการทำลายเชื้อโรคที่ตกค้างอยู่ในดิน สำหรับหน่อว่านหางจระเข้ที่นำมาปลุกใหม่นั้น เมื่อปลุกเสร็จแล้ว ควรใช้วัสดุคลุมเนื้อพรางแสงแดด เช่น ทางมะพร้าว เนื่องจากหากถูกแสงแดดจัด จะทำให้ชะงักการเจริญเติบโต แคร่แกร่น และอาจเน่าตายได้ ซึ่งว่านหางจระเข้ต้นโตจะปลุกง่ายกว่าว่านหางจระเข้ที่มีต้นขนาดเล็ก ดังนั้นต้นว่านหางจระเข้ที่ควรจะนำมาปลุกต้องมีใบยาวที่สุดประมาณ 1 ฝ่ามือขึ้นไป หรือมีใบประมาณ 8-10 ใบ

การบำรุงรักษาดินว่านหางจระเข้ ทำได้โดยการพรวนดิน เพราะว่านหางจระเข้ชอบดินร่วน และคลุกเคล้าโคนต้น เมื่อดินว่านหางจระเข้โตขึ้น โดยจะกลบให้ดินอยู่ติดชิดกับใบล่างสุด อีกทั้งต้องหมั่นถอนต้นใหม่ที่งอกอยู่เสมอ เพราะต้นว่านหางจระเข้ต้นใหม่จะแย่งอาหารจากต้นแม่ แต่ควรเหลือไว้ขยายพันธุ์บ้าง นอกจากนี้ควรใส่ปุ๋ยปีละ 1-2 ครั้ง

ว่านหางจระเข้จะเป็นโรคน้อยมาก แต่ก็อาจจะมีโรคได้ ดังนี้ คือ โรคยอดเน่าและหลุดออกไป จากนั้นใจกลางลำต้นจะเริ่มเน่าและใบจะหลุดออกไป และโรคใบเป็นจุดดำ ซึ่งเป็นเพียงบางต้นเท่านั้น สำหรับแมลง หรือศัตรูของว่านหางจระเข้ ได้แก่ เพลี้ยกินใบ จะทำให้ใบว่านหางจระเข้มีจุดสีขาว และหอยทาก ซึ่งจะทำให้ใบว่านหางจระเข้เปลี่ยนเป็นสีน้ำตาลเหมือนถูกไฟเผา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลังจากปลุกว่านหางจระเข้ไปประมาณ 10-12 เดือน กาบใบว่านหางจระเข้จะมีขนาดใหญ่นุ่มพร้อมจะตัดได้ มีน้ำหนักเฉลี่ยใบละประมาณ 0.8 กิโลกรัมขึ้นไป ซึ่งเหมาะจะทำการเก็บเกี่ยวได้ โดยสังเกตลายที่ใบจะลบหมดทั้งใบ การเก็บเกี่ยวจะเก็บจากใบล่างขึ้นไปถึงใบบน

ต้นทุนการผลิต

ต้นทุนการผลิตว่านหางจระเข้ในพื้นที่ 1 ไร่ โดยประมาณ ประกอบด้วย ค่าดินพันธุ์ 3,200 ต้น ราคาต้นละ 8-10 บาท เป็นเงิน 32,000 บาทต่อไร่ ค่าปุ๋ย 600 บาท ค่าเตรียมดิน 300 บาท ค่าแรงงานในการบำรุงรักษา 1,500 บาท รวมทั้งค่าดอกเบี๊ยะและอื่น ๆ ประมาณ 4,500 บาท รวมทั้งสิ้น 38,900 บาทต่อไร่ (ตารางที่ 6)

ผลตอบแทนของเกษตรกร

ผลตอบแทนของเกษตรกรผู้ปลุกว่านหางจระเข้โดยประมาณ ในพื้นที่ 1 ไร่ โดยเฉลี่ย จะปลุกว่านหางจระเข้ได้ประมาณ 3,000-3,200 ต้น ซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายประมาณ ไร่ละ 40,000 ถึง 50,000 บาท โดยใช้ระยะเวลาในการปลุกประมาณ 10-12 เดือน จึงเริ่มเก็บเกี่ยวผลผลิต ซึ่งใน 1 เดือน จะเก็บใบว่านได้ต้นละ 1 ใบ เพื่อไม่ให้ต้นว่านหางจระเข้ทรุดโทรมและหยุดการเจริญเติบโต หรือกล่าวได้ว่า ในเวลา 1 ปี จะเก็บใบว่านได้ ประมาณ 12 ใบต่อต้น ดังนั้นว่านหางจระเข้ประมาณ 3,000 ต้น จะได้ใบว่านทั้งหมดปีละ 36,000 ใบ ($3,000 * 12$) ซึ่งโดยปกติแล้วใบว่าน 1 ใบ มีน้ำหนักอย่างน้อยประมาณ 0.8 กิโลกรัม ฉะนั้นจะได้ใบว่าน คิดเป็นน้ำหนักประมาณ 28,800 กิโลกรัม ($36,000 * 0.8$) ราคาซื้อขายใบว่านหางจระเข้ในปัจจุบัน ประมาณกิโลกรัมละ 3 บาท ดังนั้นในเวลา 1 ปี เกษตรกรจะมีรายได้ประมาณ 76,000 บาท ($28,800 * 3$) เมื่อหักต้นทุนการผลิตแล้ว จะมีกำไรประมาณ 26,000 บาทต่อไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 50 ของต้นทุนการผลิต (ตารางที่ 7)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 6 ต้นทุนการผลิต ในพื้นที่ 1 ไร่ (ไม่รวมค่าที่ดิน)

ค่าใช้จ่าย	จำนวนเงิน (บาท)
ค่าต้นพันธุ์ 3,200 ต้น	32,000
ค่าปุ๋ย	600
ค่าเตรียมดิน	300
ค่าแรงงานบำรุงรักษา	1,500
ค่าดอกเป็ช และอื่น ๆ	4,500 (อาจไม่มี)
รวม	38,900

ที่มา : (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์)

ตารางที่ 7 ผลตอบแทนของเกษตรกรผู้ปลูกว่านหางจระเข้ต่อไร่ต่อปี

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
รายได้จากการขายใบว่านหางจระเข้ 28,800 กิโลกรัม (32,000 * 0.8)	76,000
ค่าใช้จ่ายในการปลูกว่านหางจระเข้เป็นระยะเวลา 1 ปี	50,000
กำไร หรือผลตอบแทนจากการขายใบว่านหางจระเข้	26,000

ที่มา : (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษานฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครนี้ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยการใช้แบบสอบถามจำนวน 100 ชุด จากสถานที่ต่าง ๆ โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอน คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ นฤติกรรม การใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ ปัจจัยที่มีผลกระทบบต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ และทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ ปรากฏผลการศึกษาดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

เพศ

จากการสุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้จำนวน 100 ราย ปรากฏว่าเป็นผู้บริโภคเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือ เพศหญิงจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 67.00 และเป็นเพศชายจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 (ตารางที่ 8)

อายุ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 รองลงมามีอายุระหว่าง 25-34 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 ส่วนผู้บริโภคที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 (ตารางที่ 9)

สถานภาพ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 รองลงมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 เพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	67	67.00
ชาย	33	33.00
รวม	100	100.00

ตารางที่ 9 อายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
15-24 ปี	37	37.00
25-34 ปี	28	28.00
35-44 ปี	25	25.00
45 ปีขึ้นไป	10	10.00
รวม	100	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นผู้ที่สมรสแล้ว มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 นอกจากนี้เป็นผู้บริโภคที่มีสถานภาพ
หย่าร้าง มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 (ตารางที่ 10)

ระดับการศึกษา

ผู้บริโภคเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี
จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 รองลงมาที่มีการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า
จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 ส่วนผู้บริโภคที่มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษาที่มีจำนวน
น้อยที่สุด คือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 (ตารางที่ 11)

อาชีพ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา และเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพรับจ้างซึ่งมีจำนวน
เท่ากัน คือ 27 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 รองลงมาประกอบอาชีพรัฐวิสาหกิจ จำนวน 22 คน
คิดเป็นร้อยละ 22.00 ผู้บริโภคที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ
10.00 นอกจากนี้เป็นผู้บริโภคที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว และรับราชการ มีจำนวนเท่ากัน คือ 7 คน
คิดเป็นร้อยละ 7.00 (ตารางที่ 12)

รายได้

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-50,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็น
ร้อยละ 25.00 รองลงมาที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ
21.00 ผู้บริโภคที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 ส่วน
ผู้บริโภคที่มีรายได้ 50,000 บาทขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00
(ตารางที่ 13)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 10 สถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	62	62.00
สมรส	33	33.00
หย่าร้าง	5	5.00
รวม	100	100.00

ตารางที่ 11 ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	2	2.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	7	7.00
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	9	9.00
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	13	13.00
ปริญญาตรี	62	62.00
สูงกว่าปริญญาตรี	7	7.00
รวม	100	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 12 อาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน นักศึกษา	27	27.00
รับจ้าง	27	27.00
รัฐวิสาหกิจ	22	22.00
พนักงานเอกชน	10	10.00
รับราชการ	7	7.00
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	7	7.00
รวม	100	100.00

ตารางที่ 13 รายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 3,000 บาท	13	13.00
3,000 - 5,000 บาท	18	18.00
5,001 - 10,000 บาท	19	19.00
10,001 - 20,000 บาท	21	21.00
20,001 - 50,000 บาท	25	25.00
มากกว่า 50,000 บาท	4	4.00
รวม	100	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตเห็นาเบไซบระเอยชนด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้

ประเภทเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ที่ผู้บริโภคเคยใช้

ประเภทเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยใช้ คือ ยาสระผม จำนวน 82 คำตอบ ร้อยละ 53.95 รองลงมาเคยใช้โฟม หรือครีมล้างหน้า จำนวน 22 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 14.47 ผู้ที่เคยใช้สบู่นั้น มีจำนวน 18 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 11.84 ส่วนผู้ที่เคยใช้ลิปสติกและลิปกลอสมีจำนวนน้อยที่สุด คือ 3 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 1.97 (ตารางที่ 14)

พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ในปัจจุบัน

จากผู้บริโภคเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ทั้งหมด 100 คน ผู้ที่ไม่ใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้แล้ว มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 67.00 และผู้ที่ยังคงใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้จนถึงปัจจุบัน มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 (ตารางที่ 15)

เหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคเลิกใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้

จากผู้ที่ไม่เลิกใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ทั้งหมด 33 คน ส่วนใหญ่ระบุเหตุผลที่เลิกใช้ คือ คุณภาพไม่ดีเป็นจำนวน 24 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 72.72 รองลงมา ได้แก่ หาซื้อยาก จำนวน 18 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 54.54 (ตารางที่ 16)

เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ที่ผู้บริโภคใช้ประจำ

จากผู้บริโภคที่ยังคงใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้จนปัจจุบัน จำนวน 67 คน ส่วนใหญ่นิยมใช้ยาสระผมเป็นประจำ จำนวน 34 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 45.21 รองลงมาได้แก่ โฟมล้างหน้า จำนวน 13 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 17.81 ส่วนเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ที่ผู้บริโภคนิยมนำใช้น้อยที่สุด คือ ลิปสติกและลิปกลอส ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน คือ ประเภทละ 1 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 1.37 (ตารางที่ 17)

เอกสารฉบับนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 14 ประเภทเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ที่เคยใช้ ^{1/}

เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ยาสระผม ครีมขนาดนม	82	53.95
โฟม ครีมล้างหน้า	22	14.47
สบู์	18	11.84
ครีมทาเล็บรอสเพลเป็น	14	9.21
ครีมถนอมและบำรุงผิว	9	5.93
ครีมทาป้องกันแดด	4	2.63
ลิปสติกและลิปกลอส	3	1.97
รวม	152	100.00
หมายเหตุ ^{1/} ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ		
<u>ตารางที่ 15</u> พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ในปัจจุบัน		
พฤติกรรมของผู้บริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ยังคงใช้อยู่	67	67.00
เลิกใช้แล้ว	33	33.00
รวม	100	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 16 เหตุผลที่เลิกใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ 1/ 2/

เหตุผล	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
คุณภาพไม่ดี	24	72.72
หาซื้อยาก	18	54.54
มีอาการแพ้, ระคายเคือง	14	42.42
ราคาแพง	3	9.09
บรรจุภัณฑ์ชำรุดเสียหาย	2	6.06
รวม	33	100.00

หมายเหตุ 1/ เฉพาะผู้ที่ไม่ใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้แล้ว

2/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตราสินค้าของเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ที่ผู้บริโภคใช้ประจำ

สาส์ระผม

จากผู้บริโภคที่ยังคงใช้สาส์ระผมที่ผสมของว่านหางจระเข้ทั้งหมด 34 คน ปรากฏว่า ตราสินค้าของสาส์ระผมจากว่านหางจระเข้ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้เป็นประจำ ได้แก่ สาส์ระผมจาก กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 14.71 รองลงมา ได้แก่ สาส์ระผมชั้นวีล และชั้นสมาส์ มีจำนวนเท่ากัน คือ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 11.76 (ตารางที่ 18)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 17 ประเภทเครื่องสำอางที่ใช้ประจำ ๑/ ๒/

เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ยาสระผม	34	45.21
โฟมล้างหน้า	13	17.81
ครีมทาบลบรอยแผลเป็น	7	9.59
ครีมหน้าผม	6	8.22
ครีมทาป้องกันแดด	4	5.48
ครีมถนอมและบำรุงผิว	3	4.11
สบู่	2	2.74
เจลอาบน้ำ	2	2.74
ลิปสติก	1	1.37
ลิปกลอส	1	1.37
รวม	73	100.00

หมายเหตุ 1/ เฉพาะผู้บริโภครายที่ยังคงใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ในปัจจุบัน

2/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ครีมหน้าผม

ผู้บริโภครายที่ยังคงใช้ครีมหน้าผมที่ผสมของว่านหางจระเข้มีทั้งหมด 11 คน ปรากฏว่า ตราสินค้าของครีมหน้าผมจากว่านหางจระเข้ที่ผู้บริโภครายส่วนใหญ่ใช้เป็นประจำ ได้แก่ ครีมหน้าผม ตราใบว่าน มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 45.46 รองลงมา ได้แก่ ตราซินซิล และครีมหน้าผม ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร มีจำนวนเท่ากันคือ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 27.27 (ตารางที่ 18)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โพล์ล้างหน้า

จากผู้บริโภคที่ยังคงใช้โพล์ล้างหน้าที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้มีทั้งหมด 13 คน ปรากฏว่า คราสินค้าของโพล์ล้างหน้าจากว่านหางจระเข้ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้เป็นประจำ ได้แก่ BE NATURAL จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 46.15 รองลงมา คือ ครา MOOD IN LOVE จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 30.78 นอกจากนี้มีคราสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกใช้เป็นจำนวนเท่ากัน คือ คราละ 1 คน ได้แก่ S&V LABORATORY , AVON และคราสินค้าของต่างประเทศ คิดเป็น ร้อยละ 7.69 (ตารางที่ 18)

ครีมถนอมและบำรุงผิว

ผลิตภัณฑ์ครีมถนอมและบำรุงผิวที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ ยังไม่เป็นที่นิยมของผู้บริโภค จะสังเกตได้จากผู้บริโภคที่ยังคงใช้ครีมถนอมและบำรุงผิวที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ ในปัจจุบันมีทั้งหมดเพียง 3 คนเท่านั้น ซึ่งคราสินค้าของครีมถนอมและบำรุงผิวจากว่านหางจระเข้ ที่ผู้บริโภคเลือกใช้เป็นประจำ ได้แก่ ROC , PHARMAGEL และบานาน่าบีท สินค้าทั้ง 3 ครา นี้มีผู้บริโภคเลือกใช้เป็นจำนวนเท่ากัน คือ คราละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 (ตารางที่ 18)

ลิปสติก

ผลิตภัณฑ์ลิปสติกที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ ยังไม่เป็นที่นิยมของผู้บริโภค สังเกตได้จากผู้บริโภคที่ยังคงใช้ลิปสติกที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ในปัจจุบันมีเพียง 1 คนเท่านั้น ซึ่ง คราสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกใช้ คือ คราอริเฟลม (ตารางที่ 18)

ลิปกลอส

ผลิตภัณฑ์ลิปกลอสที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ ยังไม่เป็นที่นิยมของผู้บริโภค จะสังเกตได้จากผู้บริโภคที่ยังคงใช้ลิปกลอสที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ในปัจจุบันมีเพียง 1 คน เท่านั้น ซึ่งคราสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกใช้ คือ คราอริเฟลม (ตารางที่ 18)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ครีมทาป้องกันแดด

ผลิตภัณฑ์ครีมทาป้องกันแดดที่ผสมของว่านหางจระเข้ยังไม่เป็นที่นิยมของผู้บริโภค จะสังเกตได้จาก ผู้บริโภคที่ยังคงใช้ครีมทาป้องกันแดดที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ในปัจจุบัน มีทั้งหมดเพียง 4 คน ซึ่งตราสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกใช้เป็นประจำได้แก่ ORIENTAL PRINCESS จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ ตรา AVON และบานาน่าบีท มีจำนวนเท่ากัน คือ ตราละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 (ตารางที่ 18)

ครีมทาลบรอยแผลเป็น

ผู้บริโภคที่ยังคงใช้ครีมทาลบรอยแผลเป็นที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ ในปัจจุบันมีทั้งหมด 12 คน ตราสินค้าที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้เป็นประจำ ได้แก่ SMOOTH E มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 58.33 รองลงมาคือ ตรา PRIMROSE-E จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 นอกจากนี้ผู้บริโภคยังเลือกใช้ตราสินค้า TRADER JOE'S เป็นจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 (ตารางที่ 18)

สบู่

สบู่ที่ผสมของว่านหางจระเข้ ยังไม่เป็นที่นิยมของผู้บริโภค สังเกตได้จากผู้บริโภคที่ยังคงใช้สบู่ที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ในปัจจุบันมีทั้งหมดเพียง 2 คน ซึ่งตราสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกใช้เป็นประจำ ได้แก่ มอนเดล และ S&V LABORATORY (ตารางที่ 18)

เจลอาบน้ำ

ผลิตภัณฑ์เจลอาบน้ำที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ ยังไม่เป็นที่นิยมของผู้บริโภค จะสังเกตได้จากผู้บริโภคที่ยังคงใช้เจลอาบน้ำที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ในปัจจุบันมีเพียง 1 คน ตราสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกใช้ คือ บานาน่าบีท (ตารางที่ 18)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 18 ราคาสินค้าของเครื่องสำอางที่ผสมว่านหางจระเข้ที่ใช้ประจำ ^{๕/}

ราคาสินค้า	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ยาสระผม		
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร	5	14.71
ชั้นวิล	4	11.76
ชั้นสมายด์	4	11.76
ใบว่าน	3	8.83
บ้านท่าทราย	3	8.83
V. EXCEL	3	8.83
AVON	2	5.88
S&V LABORATORY	2	5.88
TOP ROYAL	1	2.94
มอนเดล	1	2.94
นุทรี	1	2.94
MODERN	1	2.94
ไม้ระบู่	4	11.76
รวม	34	100.00
ครีมหน้าผมห		
ใบว่าน	5	45.46
ชั้นวิล	3	27.27
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร	3	27.27
รวม	11	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 18 (ต่อ)

ตราสินค้า	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
<u>โพลีแลงหน้า</u>		
BE NATURAL	6	46.15
MOOD IN LOVE	4	30.78
อื่น ๆ	3	33.07
รวม	13	100.00
<u>ครีมกันแดดและบำรุงผิว</u>		
ROC	1	33.33
PHARMAGEL	1	33.33
BANANABOAT	1	33.33
รวม	3	100.00
<u>ลิปสติก</u>		
ออร์เฟลม	1	100.00
รวม	1	100.00
<u>ลิปกลอส</u>		
ออร์เฟลม	1	100.00
รวม	1	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 18 (ต่อ)

ตราสินค้า	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
<u>ครีมทาป้องกันแดด</u>		
ORIENTAL PRINCESS	2	50.00
BANANABOAT	1	25.00
AVON	1	25.00
รวม	4	100.00
<u>ครีมทาลดรอยแผลเป็น</u>		
SMOOTH E	7	58.33
PRIMROSE-E	3	25.00
TRADER JOE'S	2	16.67
รวม	12	100.00
<u>สบู่</u>		
S&V LABORATORY	1	50.00
มอนเดอ	1	50.00
รวม	2	100.00
<u>เจลอาบน้ำ</u>		
BANANABOAT	1	100.00
รวม	1	100.00

หมายเหตุ 1/ เฉพาะผู้บริโภคที่ยังคงใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ในปัจจุบัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ด้วยตนเอง มีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 79.00 รองลงมาผู้เลือกซื้อคือ พี่ น้อง มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และผู้เลือกซื้อ คือ บิดา มารดา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ส่วนจำนวนน้อยที่สุด คือ ผู้ซื้อให้เป็นของขวัญ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 19 พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้

พฤติกรรมการเลือกซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้บริโภคเป็นผู้เลือกซื้อ	79	79.00
พี่น้องเป็นผู้เลือกซื้อ	8	38.09
บิดา มารดาเป็นผู้เลือกซื้อ	5	23.81
สามี ภรรยาเป็นผู้เลือกซื้อ	3	14.29
เพื่อนเป็นผู้เลือกซื้อ	3	14.29
ผู้ซื้อให้เป็นของขวัญ	2	9.52
รวม	100	100.00

เหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ

เหตุผลที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ตราสินค้าต่าง ๆ เนื่องจากเชื่อในคุณภาพ จำนวน 47 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 38.84 รองลงมาเพราะราคาเหมาะสม จำนวน 31 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 25.62 ส่วนผู้ที่เลือกซื้อเนื่องจากเป็นสมาชิกของผลิตภัณฑ์นั้น มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 1 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 0.83 (ตารางที่ 20) เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับภาริใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 20 เหตุผลที่เลือกใช้เครื่องสำอางจากवानทางจระเข้ตราต่าง ๆ ^{1/} ^{2/}

เหตุผล	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
เชื่อในคุณภาพ	47	38.84
ราคาเหมาะสม	31	25.62
หาซื้อง่าย	20	16.53
รูปแบบของบรรจุภัณฑ์	11	9.09
ชอบการโฆษณา	7	5.78
ความเคสชิน	4	3.31
เป็นสมาชิกของเครื่องสำอางตราอื่น ๆ	1	0.83
รวม	121	100.00

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2/ เฉพาะผู้ที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากวานทางจระเข้ด้วยตนเอง

สถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมซื้อเครื่องสำอางจากวานทางจระเข้

ผู้บริโภคทั้งหมดที่เป็นผู้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากวานทางจระเข้ด้วยตนเอง จำนวน 79 คน ส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อจากห้างสรรพสินค้า จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 65.17 รองลงมา คือร้านสะดวกซื้อ หรือ Convenion Store จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 14.61 นอกจากนี้ยังมีผู้บริโภคเลือกซื้อจากสหกรณ์ สิวาจำหน่าย และจากกลุ่มเกษตรกรโดยตรง ซึ่งมีจำนวนน้อยที่สุด คือ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.98 (ตารางที่ 21)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 21 สถานที่ที่นิยมซื้อเครื่องสำอางจากร้านทางจระเข้ 1/ 2/

สถานที่	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ห้างสรรพสินค้า	58	65.17
ร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store)	13	14.61
ร้านค้าปลีก	10	11.24
อื่น ๆ 3/	8	8.98
รวม	89	100.00

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2/ เฉพาะผู้ที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากร้านทางจระเข้ด้วยตนเอง

3/ อื่น ๆ ได้แก่ สหกรณ์ สาขาจำหน่าย และจากกลุ่มเกษตรกรโดยตรง

เหตุผลที่ผู้บริโภคซื้อเครื่องสำอางจากร้านทางจระเข้

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อเครื่องสำอางจากร้านทางจระเข้จากสถานที่ต่าง ๆ เนื่องจากสะดวกสบายในการหาซื้อ จำนวน 67 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 43.26 รองลงมา คือ สามารถเลือกซื้อได้หลายชนิดจำนวน 27 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 19.85 และเหตุผลที่ผู้บริโภคซื้อเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของร้านทางจระเข้เพราะความเชื่อมั่นในชื่อเสียงของสถานที่นั้น และเนื่องจากสถานที่นั้นเป็นศูนย์การจำหน่ายเพียงแห่งเดียว มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.21 (ตารางที่ 22)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 22 เหตุผลที่ซื้อเครื่องสำอางจากร้านทางจระเข้ 1/ 2/

เหตุผล	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ความสะดวกสบายในการหาซื้อ	67	43.26
สามารถเลือกซื้อได้หลายชนิด	27	19.85
ซื้อได้ราคาถูก	13	9.56
การจัดร้านสวยงาม หาสินค้าได้ง่าย	10	7.35
มีบริการที่ดี	9	6.62
ความสะดวกของร้าน	7	5.15
อื่น ๆ <u>3/</u>	3	2.21
รวม	136	100.00

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2/ เฉพาะผู้ที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากร้านทางจระเข้ด้วยตนเอง

3/ อื่น ๆ ได้แก่ เชื่อมั่นในสถานที่ดังกล่าว และเป็นศูนย์การจำหน่ายเพียงแห่งเดียว

พฤติกรรมของผู้บริโภคเมื่อซื้อเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ชนิดที่ต้องการไม่ได้

จากผู้บริโภคที่เป็นผู้เลือกซื้อเครื่องสำอางจากร้านทางจระเข้ทั้งหมด 79 คน เมื่อไม่สามารถซื้อเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ชนิดที่ต้องการได้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อเครื่องสำอางชนิดอื่นแทน แม้จะไม่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ก็ตาม จำนวน 35 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 44.30 รองลงมาผู้บริโภคจะระงับการซื้อชั่วคราวจำนวน 21 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 26.58 และพฤติกรรมที่ผู้บริโภคปฏิบัติน้อยที่สุด คือ ซื้อเครื่องสำอางที่ผสมว่านหางจระเข้จากร้านอื่น (ตารางที่ 23)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 23 พฤติกรรมเมื่อซื้อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ชนิดที่ต้องการไม่ได้ ^{1/} ^{2/}

พฤติกรรม	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ซื้อเครื่องสำอางชนิดอื่น	35	44.30
ระงับการซื้อชั่วคราว	21	26.58
ซื้อเครื่องสำอางที่ผสมว่านหางจระเข้ตราอื่นแทน	12	15.19
ซื้อเครื่องสำอางที่ผสมว่านหางจระเข้จากร้านอื่น	11	13.93
รวม	79	100.00

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2/ เฉพาะผู้ที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ด้วยตนเอง

บุคคลอื่นในครอบครัวของผู้บริโภคที่ใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้

บุคคลอื่นในครอบครัวของผู้บริโภคส่วนใหญ่จะไม่ใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาจะใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ทั้งครอบครัว จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 ใช้เพียง ที่ นื่อง มีจำนวน 15 คน และ ผู้บริโภคที่มีญาติใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2 (ตารางที่ 24)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 24 บุคคลอื่นในครอบครัวที่ใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้

บุคคลอื่นที่ใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีบุคคลอื่นในครอบครัวใช้	54	54.00
ทั้งครอบครัว	18	18.00
พี่น้อง	15	15.00
บิดา มารดา	8	8.00
สามี ภรรยา	3	3.00
ญาติ	2	2.00
รวม	100	100.00

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลกระทบท่อการเลือกใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้

เหตุผลที่ผู้บริโภคใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้

เหตุผลที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ จำนวน 74 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมา เลือกใช้เพราะมีสรรพคุณในด้านการบำรุงรักษาความงาม ทั้งผิวพรรณและเส้นผม เป็นจำนวน 57 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 25.68 นอกจากนี้ยังใช้เนื่องจากไม่เกิดอาการแพ้หรือระคายเคือง มีจำนวน 43 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 19.37 และเหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ในอันดับสุดท้าย ได้แก่ มีคุณภาพดีเช่นเดียวกับว่านหางจระเข้สด จำนวน 17 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 7.66 (ตารางที่ 25)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 25 เหตุผลที่ใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ ^{1/}

เหตุผล	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ	74	33.33
มีสรรพคุณในด้านการบำรุงรักษาความงาม	57	25.68
ไม่เกิดอาการแพ้หรือระคายเคือง	43	19.37
สะดวกในการใช้	31	13.96
มีคุณภาพดีเช่นเดียวกับว่านหางจระเข้สด	17	7.66
รวม	222	100.00

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อิทธิพลที่มีผลต่อการใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ของผู้บริโภคในครั้งแรก

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ครั้งแรก เนื่องจากทดลองด้วยตนเอง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมาเนื่องจากญาติพี่น้องแนะนำ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 และจากเพื่อนซี้กซ่าน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ส่วนอิทธิพลที่ทำให้ผู้บริโภคใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ในครั้งแรก เนื่องจากเหตุผลอื่น ๆ มีจำนวนน้อยที่สุด คือเพียง 3 คน ได้แก่ ผู้ซื้อให้เป็นของขวัญ และอยากสนับสนุนผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 3.00 (ตารางที่ 26)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 26 อิทธิพลที่มีผลต่อการใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ในครั้งแรก

อิทธิพล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทดลองด้วยตนเอง	53	53.00
ญาติพี่น้องแนะนำ	18	18.00
เพื่อนชักชวน	16	16.00
การโฆษณา	10	10.00
อื่น ๆ ^{1/}	3	3.00
รวม	100	100.00

หมายเหตุ ^{1/} อื่น ๆ ได้แก่ ผู้ซื้อให้เป็นของขวัญ และอาสาสมัครสนับสนุนผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ของผู้บริโภค

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้เนื่องจากคุณภาพเป็นอันดับแรก จำนวน 62 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 62.00 ปัจจัยรองที่จะพิจารณา คือ ราคา จำนวน 33 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 40.24 และปัจจัยที่สามที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจบริโภค คือ ความสะดวกในการซื้อ จำนวน 19 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 24.67 (ตารางที่ 27)

พฤติกรรมของผู้บริโภคเมื่อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ที่ใช้ประจำมีราคาสูงขึ้น

หากเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ที่ใช้ประจำราคาสูงขึ้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคงบริโภคตามปกติ เป็นจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 รองลงมา ได้แก่ บริโภคน้อยลง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 และเปลี่ยนไปบริโภคตราสินค้าอื่น จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 ส่วนพฤติกรรมที่ผู้บริโภคปฏิบัติน้อยที่สุดเมื่อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ที่เอกลีขานนี้เป็นเอกลีขานที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกลีขานทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 27 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ของผู้บริโภค ^{1/}

รายการ\ปัจจัย	ปัจจัยแรก		ปัจจัยรอง		ปัจจัยที่สาม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	62	62.00	10	12.19	-	-
ราคา	9	9.00	33	40.24	19	24.67
สีห่อที่ใช้ประจำ	7	7.00	-	-	-	-
สะดวกในการซื้อ	-	-	11	13.41	20	25.97
ขนาดบรรจุ	-	-	-	-	9	11.68
รวม	100	100.00	82	100.00	77	100.00

หมายเหตุ 1/ ตอบเรียงลำดับตามความสำคัญ

ใช้ประจำมีราคาสูงขึ้น ได้แก่ พิจารณาความเหมาะสมของราคาผลิตภัณฑ์ที่สูงขึ้น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 (ตารางที่ 28)

พฤติกรรมของผู้บริโภคเมื่อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ตราสินค้าอื่นมีการส่งเสริมการตลาด

พฤติกรรมของผู้บริโภคส่วนใหญ่ เมื่อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ตราสินค้าอื่นมีการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ลองใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ตราสินค้าที่มีการส่งเสริมการตลาดแล้วเปรียบเทียบกับเครื่องสำอางตราที่ใช้ประจำ เพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อต่อไป จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 รองลงมาผู้บริโภคจะยังคงใช้ตราสินค้าเดิม จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 นอกจากนี้จะเปลี่ยนไปซื้อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ตราที่ทำ การส่งเสริมการตลาดแทน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 (ตารางที่ 29)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 28 พฤติกรรมเมื่อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ที่ใช้ประจำมีราคาสูงขึ้น

พฤติกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริโภคตามปกติ	33	33.00
บริโภคน้อยลง	26	26.00
เปลี่ยนไปบริโภคตราสินค้าอื่น	24	24.00
เลิกบริโภค	13	13.00
พิจารณาความเหมาะสมของราคาที่สูงขึ้น	4	4.00
รวม	100	100.00

ตารางที่ 29 พฤติกรรมเมื่อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ตราอื่นมีการส่งเสริมการตลาด

พฤติกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ลองใช้ตราสินค้านั้นแล้วเปรียบเทียบกับคุณภาพ	68	68.00
ยังคงใช้ตราสินค้าเดิม	23	23.00
เปลี่ยนไปซื้อตราอื่นแทน	9	9.00
รวม	100	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมของผู้บริโภคเมื่อเครื่องสำอางจากवानหางจระเข้ตราที่ใช้ประจำมีการส่งเสริมการตลาด

พฤติกรรมที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ปฏิบัติ เมื่อเครื่องสำอางจากวานหางจระเข้ตราสินค้าที่ใช้ประจำ มีการส่งเสริมการตลาด คือ ซื้อเท่าเดิม จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 รองลงมาผู้บริโภคจะซื้อเพิ่มขึ้น จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 และมีผู้บริโภคจำนวน 24 คน ที่ไม่แน่ใจว่าจะปฏิบัติอย่างไร เมื่อเครื่องสำอางจากวานหางจระเข้ตราที่ใช้ประจำมีการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 24.00 (ตารางที่ 30)

เหตุผลที่จะทำให้ผู้บริโภคใช้เครื่องสำอางจากวานหางจระเข้ลดน้อยลง

เหตุผลหลักที่จะทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้เครื่องสำอางจากวานหางจระเข้ลดน้อยลง ได้แก่ มีอาการแพ้และระคายเคือง จำนวน 42 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 42.00 เหตุผลรองลงมาเนื่องจากคุณภาพไม่ดี จำนวน 39 คำตอบ (จากผู้บริโภค 95 คน) คิดเป็นร้อยละ 41.06 และเหตุผลที่สาม ที่ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้เครื่องสำอางจากวานหางจระเข้ลดน้อยลง ได้แก่ ราคาแพง และหาซื้อยาก จำนวนเท่ากัน คือ 22 คน (จากผู้บริโภคทั้งหมด 70 คน) คิดเป็นร้อยละ 31.43 (ตารางที่ 31)

อิทธิพลของการโฆษณาที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางจากวานหางจระเข้ของผู้บริโภค

การโฆษณามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางจากวานหางจระเข้ของผู้บริโภคส่วนใหญ่บ้างเล็กน้อย จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 รองลงมาการโฆษณามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 และการโฆษณาไม่มีผลในการตัดสินใจซื้อ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และมีผู้บริโภคส่วนน้อยที่ไม่แน่ใจว่าการโฆษณามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางจากวานหางจระเข้ เป็นจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 (ตารางที่ 32)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 30 พฤติกรรมเมื่อเครื่องสำอองจากว่านทางจระเข็ดตราที่ใช้ประจำ มีการส่งเสริมการ
ตลาด

พฤติกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซื้อเท่าเดิม	39	39.00
ซื้อเพิ่มขึ้น	37	37.00
ไม่แน่ใจ	24	24.00
รวม	100	100.00

ตารางที่ 31 เหตุผลที่ทำให้ใช้เครื่องสำอองจากว่านทางจระเข็ดคนน้อยลง^{1/}

รายการ\เหตุผล	เหตุผลหลัก		เหตุผลรอง		เหตุผลที่สาม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีอากาศแห้ง, ระบายเคื่อง	42	42.00	-	-	-	-
คุณภาพไม่ดี	26	26.00	39	41.06	-	-
ราคาแพง	18	18.00	29	27.37	22	31.43
หาซื้อยาก	-	-	17	17.89	22	31.43
บรรรุษภัณฑ์ชำรุดเสียหาย	-	-	-	-	16	22.86
รวม	100	100.00	95	100.00	70	100.00

หมายเหตุ 1/ ตอบเรียงลำดับตามความสำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 32 อภิธานของการโฆษณาที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้

อภิธาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีเลย	10	10.00
มีบ้างเล็กน้อย	57	57.00
มีส่วนชวอมมาก	29	29.00
ไม่แน่ใจ	4	4.00
รวม	100	100.00

ตอนที่ 4ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้

คุณภาพ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้มีคุณภาพดี เป็นจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมามีความคิดเห็นว่าคุณภาพพอใช้ เป็นจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 ส่วนผู้บริโภคที่มีความคิดเห็นว่าเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้มีคุณภาพควรปรับปรุง มีเพียง 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 (ตารางที่ 33)

ขนาดบรรจุ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าขนาดบรรจุของเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้มีขนาดพอใช้ เป็นจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 รองลงมามีความคิดเห็นว่าขนาดบรรจุดีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 ส่วนผู้บริโภคที่มีความคิดเห็นว่าเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้มีขนาดบรรจุควรปรับปรุง มีเพียง 1 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.00 (ตารางที่ 33)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 ส่วนผู้บริโภครู้สึกเห็นว่าเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้มีขนาดบรรจุควรรีปรับปรุง มีเพียง 1 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.00 (ตารางที่ 33)

ลักษณะบรรจุภัณฑ์

ผู้บริโภครู้สึกส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า บรรจุภัณฑ์ของเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้มีลักษณะพอใช้ เป็นจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมาเห็นว่าควรมีการปรับปรุง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 ส่วนผู้บริโภครู้สึกว่ามีลักษณะบรรจุภัณฑ์ดี มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 (ตารางที่ 33)

ราคา

ผู้บริโภครู้สึกส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ราคาของเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้อยู่ในระดับพอใช้ มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 รองลงมาเห็นว่าควรมีการปรับปรุง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 ส่วนผู้บริโภครู้สึกว่ามีราคาอยู่ในระดับดี มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 (ตารางที่ 33)

การกระจายสินค้า

ผู้บริโภครู้สึกส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า การกระจายสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ควรได้รับการปรับปรุง เป็นจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมาเห็นว่ากระจายสินค้าอยู่ในระดับพอใช้ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 ส่วนผู้บริโภครู้สึกเห็นว่ากระจายสินค้าดี มีเพียง 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 (ตารางที่ 33)

การโฆษณา

ผู้บริโภครู้สึกส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า การโฆษณาของเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ควรได้รับการปรับปรุง เป็นจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาเห็นว่าอยู่ในเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรนำไปใช้

ระดับพอใช้ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 ส่วนผู้บริโภครู้สึกว่าไม่มีการโฆษณาดี มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 (ตารางที่ 33)

การส่งเสริมการขาย

ผู้บริโภครู้สึกว่าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ ควรมีการปรับปรุงทางการส่งเสริมการตลาด เป็นจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาไม่มีความเห็นว่าการส่งเสริมการตลาดพอใช้ จำนวน 37 คน หรือร้อยละ 37.00 ส่วนผู้บริโภครู้สึกว่าไม่มีการส่งเสริมการตลาดดี มีเพียง 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 (ตารางที่ 33)

กลิ่น

ผู้บริโภครู้สึกว่าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้มีกลิ่นพอใช้ เป็นจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาไม่มีความเห็นว่าการปรับปรุง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 ส่วนผู้บริโภครู้สึกว่าไม่กลิ่นดี มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 (ตารางที่ 33)

วันว่านหางจระเข้สด

ผู้บริโภครู้สึกว่าชอบเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้มากกว่าวันว่านหางจระเข้สด เป็นจำนวน 53 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 53.00 ส่วนผู้บริโภครู้สึกว่าไม่ชอบวันว่านหางจระเข้สด มีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 (ตารางที่ 34)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 33 ความคิดเห็นที่มีต่อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ในปัจจุบัน

รายการ\ความคิดเห็น	ดี		พอใช้		ควรปรับปรุง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	46	46.00	37	37.00	17	17.00	100	100.00
ขนาดบรรจุ	37	37.00	62	62.00	1	1.00	100	100.00
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	17	17.00	52	52.00	31	31.00	100	100.00
ราคา	12	12.00	57	57.00	31	31.00	100	100.00
การกระจายสินค้า	9	9.00	39	39.00	52	52.00	100	100.00
การโฆษณา	11	11.00	33	33.00	56	56.00	100	100.00
การส่งเสริมการขาย	9	9.00	37	37.00	54	54.00	100	100.00
กลิ่น	21	21.00	55	55.00	24	24.00	100	100.00

ตารางที่ 34 ความคิดเห็นที่มีต่อว่านหางจระเข้สกัดกับเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้

ความคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชอบเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้มากกว่า	53	53.00
ชอบว่านหางจระเข้สดมากกว่า	47	47.00
รวม	100	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 35 ความคิดเห็นต่อค่าโฆษณาสรรพของเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้

ความคิดเห็น	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ไม่จริงดังค่าโฆษณา	55	55.00
จริงดังค่าโฆษณา	39	39.00
ไม่แน่ใจ	6	6.00
รวม	100	100.00

ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะว่าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ ควรมีการกระจายสินค้าไปยังสถานที่ต่าง ๆ จำนวน 63 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 21.65 รองลงมา จำนวน 59 คำตอบ หรือร้อยละ 20.27 มีข้อเสนอแนะว่า ควรมีชนิดของสินค้าให้เลือกมากขึ้น นอกจากนี้ยังเสนอแนะว่าควรจัดการส่งเสริมการขายให้มากขึ้น เป็นจำนวน 56 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 19.24 รวมทั้งเสนอแนะให้จัดขึ้นของสินค้าอยู่ในหมวดผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ จำนวน 44 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 15.12 และแนะนำว่าควรมีราคาถูกลง จำนวน 43 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 14.78 มีผู้บริโภคเพียง 9 คน หรือร้อยละ 3.09 ที่เสนอแนะว่าควรเน้นการโฆษณาและจัดทำหีบห่อบรรจุภัณฑ์ให้มีลักษณะที่สวยงามน่าสนใจมากยิ่งขึ้น (ตารางที่ 36)

ตารางที่ 36 ข้อเสนอแนะที่มีต่อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ ^{1/}

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ควรกระจายสินค้าไปยังสถานที่ต่าง ๆ ให้มากขึ้น	63	21.65
ควรมีชนิดของสินค้าให้เลือกมากขึ้น	59	20.27
ควรจัดให้มีการส่งเสริมการขายให้มากขึ้น	56	19.24
การจัดชั้นของสินค้าควรจัดเฉพาะอยู่ในหมวดผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ	44	15.12
ราคาควรจะถูกลง	43	14.78
การจัดชั้นของสินค้าควรจัดรวมอยู่ในหมวดเครื่องสำอาง	17	5.84
อื่น ๆ ^{2/}	9	3.09
รวม	291	100.00

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2/ อื่น ๆ ได้แก่ ควรจัดให้มีการโฆษณาให้มากขึ้น และจัดทำรูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคมลพิษที่เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกรรมการบริโภครวมทั้งทัศนคติของผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อมลพิษที่เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ โดยการสุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภคเฉพาะที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ทั้งหมด 100 คน จากสถานที่ต่าง ๆ สรุปผลได้ดังนี้

จากการสุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ ปรากฏว่าเป็นผู้บริโภคเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 15-24 ปี สถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน นักศึกษา และประกอบอาชีพรับจ้าง มีรายได้อยู่ในช่วง 20,001-50,000 บาท

ประเภทเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยใช้ คือ ยาสระผม และส่วนใหญ่ยังคงใช้เครื่องสำอางที่ผสมว่านหางจระเข้อยู่ แต่มีผู้บริโภคบางส่วนเลิกใช้ เพราะคุณภาพไม่ดี สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมใช้ คือ ยาสระผม ซึ่งตราสินค้าที่ใช้เป็นประจำ คือ ยาสระผมจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ด้วยตนเอง เหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกซื้อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ตราสินค้าต่าง ๆ เนื่องจากเชื่อในคุณภาพ และราคาเหมาะสม สถานที่ที่นิยมไปเลือกซื้อคือ ห้างสรรพสินค้า เพราะความสะดวกสบายในการหาซื้อ แต่จะซื้อเครื่องสำอางชนิดอื่นแทน แม้ไม่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ก็ตามหากไม่สามารถซื้อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ชนิดที่ต้องการได้ นอกจากนี้บุคคลในครอบครัวของผู้บริโภคส่วนใหญ่จะไม่ใช่เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เหตุผลที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกใช้เครื่องสำอางจากवानหางจระเข้ เนื่องจาก เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ รองลงมาเลือกใช้เพราะมีสรรพคุณในด้านการบำรุงรักษาความงาม ทั้ง ผิวพรรณและเส้นผม ผู้บริโภคใช้เครื่องสำอางจากวานหางจระเข้ครั้งแรก เนื่องจากทดลองด้วยตนเอง ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากวานหางจระเข้ เนื่องจากคุณภาพเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ราคา และปัจจัยที่สามคือ ความสะดวกในการซื้อ เมื่อเครื่องสำอางจากวานหางจระเข้ที่ใช้ประจำมีราคาสูงขึ้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะบริโภคตามปกติ แต่เมื่อเครื่องสำอางจากวานหางจระเข้ตราสินค้าอื่นมีการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคจะลองใช้เครื่องสำอางตราอื่น แล้วเปรียบเทียบกับคุณภาพกับตราที่ใช้ประจำ เพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อ อย่างไรก็ตามถ้าตราสินค้าที่ใช้ประจำมีการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคจะซื้อปริมาณเท่าเดิม สาเหตุหลักที่จะทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้เครื่องสำอางจากวานหางจระเข้ลดน้อยลง ได้แก่ มีอาการแพ้และระคายเคือง รองลงมา คือ คุณภาพไม่ดี

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเครื่องสำอางจากวานหางจระเข้มีคุณภาพดี ขนาดบรรจุ ลักษณะบรรจุภัณฑ์ กลิ่น และราคาอยู่ในระดับพอใช้ แต่มีความคิดเห็นว่า การกระจายสินค้า การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดของเครื่องสำอางจากวานหางจระเข้ควรได้รับการปรับปรุง ผู้บริโภคส่วนใหญ่ ชอบเครื่องสำอางจากวานหางจระเข้มากกว่าวันวานหางจระเข้สด เนื่องจากสะดวกในการใช้ มีการผสมส่วนผสมต่าง ๆ ที่มีประโยชน์ ทำให้มีคุณสมบัติมากขึ้น มีกลิ่นหอม และน่าใช้มากกว่าวันวานหางจระเข้สด แต่สำหรับผู้บริโภคที่ชอบวันวานหางจระเข้สดมากกว่า เนื่องจากมาจากเป็นธรรมชาติอย่างแท้จริง ไม่มีการผสมสารเคมี และคิดว่าจะได้รับคุณค่าทางด้านต่าง ๆ อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ยังหาได้ง่าย และเห็นผลเร็วกว่าการใช้เครื่องสำอางจากวานหางจระเข้อีกด้วย อย่างไรก็ตามผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าเครื่องสำอางจากวานหางจระเข้มีสรรพคุณดังคำโฆษณา และมีข้อเสนอแนะว่า ควรมีการกระจายสินค้าไปยังสถานที่ต่าง ๆ ให้ทั่วถึง ควรมีชนิดของสินค้าให้เลือกซื้อ และการส่งเสริมการขายให้มากขึ้น รวมทั้งเสนอแนะให้จัดชั้นของสินค้าให้อยู่ในหมวดผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ และควรมีราคาถูกลง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ใน
เขตกรุงเทพมหานคร มีข้อเสนอแนะดังนี้

ผู้ผลิต

ควรพิจารณาปรับปรุงดังนี้

1. ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะเครื่องสำอางประเภท เมค-อัพ จะก่อให้เกิดอาการแพ้ได้ง่าย ดังนั้นผู้ผลิตควรทำการศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เพื่อบอกรายละเอียดเกี่ยวกับอาการแพ้ และข้อควรระวัง เนื่องจากเครื่องสำอางบางชนิดอาจมีส่วนผสมของสารพิษอยู่ด้วย จึงควรมีการบ่งระบุส่วนประกอบของเครื่องสำอางชนิดนั้นไว้อย่างชัดเจน รวมทั้งอันตรายที่เกิดขึ้นจากตัวยาเหล่านั้น เพื่อที่จะหลีกเลี่ยงหรือป้องกัน นอกจากนี้ยังควรมีการควบคุมคุณภาพมาตรฐานของการผลิต และสุขลักษณะ เพื่อไม่ให้มีพวกจุลินทรีย์ที่จะทำให้เกิดโรค ปนอยู่ในผลิตภัณฑ์
2. ด้านหีบห่อ ผู้ผลิตควรปรับปรุงรูปแบบและสีสันทให้สวยงาม น่าสนใจมากขึ้น เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคขณะที่ตั้งอยู่บนชั้นแสดงสินค้า ซึ่งควรจัดอยู่ในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากธรรมชาติ นอกจากนี้ยังควรปรับปรุงในด้าน ฝาเปิด-ปิด ให้สะดวกและง่ายแก่การใช้ มีขนาดที่สามารถจับได้สะดวก และถนัดมือ เพื่อให้รู้สึกว่าคุณผลิตภัณฑ์มีคุณค่าเหมาะสมกับราคา
3. ด้านราคา ผู้ผลิตควรลดต้นทุนการผลิต เพื่อให้การกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ลดต่ำลง ซึ่งอาจกระทำได้โดยการส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกว่านหางจระเข้มากขึ้น เป็นการแก้ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ ที่ส่งผลถึงราคาของผลิตภัณฑ์ หรือหากผู้ผลิตมีกำลังการผลิตเพียงพอ การทำธุรกิจในลักษณะครบวงจร คือ ผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ เช่น ว่านหางจระเข้บรรจุกระป๋อง และนำว่านหางจระเข้ จากนั้นนำเศษของวัตถุดิบคือ ว่านหางจระเข้ที่เหลือจากการผลิตว่านหางจระเข้บรรจุกระป๋อง มาผลิตเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ จะเป็นวิธีการใช้วัตถุดิบอย่างคุ้มค่าวิธีหนึ่ง และเป็นการช่วยลดต้นทุนที่ทำให้ราคาของผลิตภัณฑ์ต่ำลงได้ จะมีส่วนทำให้ผู้บริโภคใช้ผลิตภัณฑ์เป็นประจำเพิ่มขึ้น สามารถเพิ่มยอดขายได้อีกจำนวนหนึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ผลิตควรเพิ่มการกระจายสินค้าไปยังสถานที่ต่าง ๆ ให้ทั่วถึง ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก และอาจเพิ่มการขายตรงไปยังผู้บริโภคให้มากขึ้น เพราะทำให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงสรรพคุณ และประโยชน์ต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น ทำให้สามารถเพิ่มยอดขายได้ระดับหนึ่ง

5. ด้านการส่งเสริมการตลาด หากผู้ผลิตมีงบประมาณมากพอ ควรเน้นทางด้านการโฆษณา ทั้งทางโทรทัศน์ วิทยุและสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เพื่อให้เครื่องสำอางที่วางจำหน่ายเป็นที่รู้จัก ทำให้ผู้บริโภคทราบถึงประโยชน์ หรือสรรพคุณของส่วนผสมชนิดนั้นมากขึ้น และควรมีกิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การแจกและแถม ที่สามารถดึงดูดให้มีการซื้อผลิตภัณฑ์มากขึ้น และทำให้ผู้บริโภคที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าอื่นลองเปลี่ยนมาใช้ตราสินค้าของผู้ผลิตมากขึ้น เป็นการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด และเพิ่มยอดขายให้ผู้ผลิต ซึ่งแม้จะต้องเสียงบประมาณบางส่วนกับค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมากก็ตาม แต่หากดำเนินงานอย่างมีการวางแผนการตลาดที่ดี ประโยชน์ที่ได้รับก็จะทำให้บริษัทสามารถเพิ่มส่วนแบ่งในตลาดได้มากยิ่งขึ้น

ผู้บริโภค

1. ด้านการเลือกซื้อสินค้า ผู้บริโภคควรใช้วิจารณญาณก่อนจะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า เพื่อไม่ให้ถูกเอาเปรียบหรือเบียดเบียนจากผู้ผลิตที่หวังผลประโยชน์ส่วนตัวเพียงอย่างเดียว เพราะจำนวนผู้ผลิต และจำหน่ายเครื่องสำอางเพิ่มขึ้นอย่างมากมาย การแข่งขันทางการตลาดจึงเป็นไปอย่างกว้างขวาง ทำให้มีผู้ผลิตบางรายโฆษณาอ้างสรรพคุณของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเกินจริง นอกจากนี้การผลิตและจำหน่ายยังเป็นได้ค่อนข้างอิสระ ไม่มีการควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐาน ความปลอดภัยที่เหมาะสม ทำให้มีวัตถุดิบพิษเจือปนอยู่ซึ่งเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค

2. ด้านการอ่านและปฏิบัติตามฉลากสินค้า เนื่องจากเครื่องสำอางประกอบด้วยสารเคมีหลายชนิด อันอาจก่อให้เกิดอาการแพ้ ดังนั้นผู้บริโภคควรอ่านฉลากที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทุกชนิดอย่างละเอียด และเข้าใจ อีกทั้งปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด เพราะบางครั้งการแพ้เครื่องสำอางไม่ได้เกิดจากสารเคมีที่เป็นส่วนผสมในเครื่องสำอาง แต่เกิดจากการไม่ปฏิบัติตามฉลากที่ผู้ผลิตจัดทำไว้ เช่น ใช้บ่อยเกินไป นอกจากนี้เครื่องสำอางแต่ละชนิดมีอายุการใช้งานต่างกันไป แต่บางครั้งอาจเสื่อมคุณภาพก่อนกำหนด เนื่องจากการเก็บรักษาและการใช้ที่ไม่ถูกต้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. การทดสอบเครื่องสำอางก่อนการใช้ ผู้บริโภคควรทราบถึง อันตรายของเครื่องสำอางที่อาจก่อให้เกิดอาการแพ้ อาการที่แสดงถึงการแพ้เครื่องสำอาง และควรทดสอบอาการแพ้เครื่องสำอางก่อนการใช้เครื่องสำอางทุกชนิด เนื่องจากอันตรายจากเครื่องสำอางชนิดใดก็ตาม ผู้ใช้สามารถป้องกัน หรือหลีกเลี่ยงได้ถ้ามีความระมัดระวัง และควรมีการทดลองใช้เครื่องสำอางประเภทที่เกิดอาการแพ้ได้ง่าย เช่น เครื่องสำอางจำพวก เมคอัพ "Make Up" คือ เครื่องสำอางที่ใช้กับใบหน้า ได้แก่ ครีมหน้าผาก ลอกหน้า ครีมรองพื้น แป้งน้ำ และที่แพร่หลายในขณะนี้ คือ ครีมกำจัดสิวฝ้าประเภทครีมไข่มุกต่าง ๆ

4. การค้นหาเครื่องสำอางที่ทำให้แพ้ ในกรณีที่ผู้บริโภคไม่ทราบว่า เกิดอาการแพ้เนื่องจากเครื่องสำอางประเภทใด จะต้องทำการค้นหาเครื่องสำอางที่ทำให้แพ้ โดยการใช้วิธีผิวหนัง หรือการทำ Patch Test คือทาเครื่องสำอางที่คิดว่าทำให้แพ้ลงบนผิวหนัง ถ้าแพ้จะเกิดอาการเป็นผื่นขึ้นภายใน 48 ชั่วโมง โดยจะต้องทาเครื่องสำอางชนิดดังกล่าวลงบนผิวหนังบริเวณที่เราใช้จริง ๆ หรือบริเวณใกล้เคียง แล้วสังเกตอาการ

เอกสารอ้างอิง

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ . 2534 . รายงานการสัมมนาทางเศรษฐกิจ เรื่อง ว่านหางจระเข้
ครั้งที่ 32,9 สิงหาคม 2534 . (ลัดสำเนา) .

_____ . 2532 . "ว่านหางจระเข้" . คู่มือแนะนำพืชสมุนไพรและเครื่องเทศ .
(กันยายน 2532) : น. 105-110.

กองตรวจโรงงาน . 2526 . "โครงการตรวจป้องกันอันตรายโรงงานเครื่องสำอาง" .
โรงงาน . ปีที่ 2 (3) : น. 1-41 .

นางนุช สถาพรชัยสิทธิ์ . 2536 . พฤติกรรมของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์อาสาระงที่มีส่วนผสมของ
ว่านหางจระเข้ในเขตกรุงเทพมหานคร . กรุงเทพมหานคร . ปัญหาพิเศษ ,
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง .

นิตนาม . 2526 . คู่มือว่านหางจระเข้ สมุนไพรมหัศจรรย์จากธรรมชาติ . กรุงเทพมหานคร :
แสงรุ่งการพิมพ์ .

_____ . 2534 . รายงานข้อมูลการผลิตและการตลาดว่านหางจระเข้ จังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์ . สำนักงานพาณิชย์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ . (ไม่ระบุสำนักพิมพ์) .

_____ . 2535 . "ว่านหางจระเข้:พืชสมุนไพรในธุรกิจอุตสาหกรรม" . เกษตรวันนี้ .
ปีที่ 11 (127) : น. 22-26 .

สุคนธ์ พูนพัฒน์ . 2531 . ก้าวไปกับสมุนไพร . กรุงเทพมหานคร : อดิศรพิมพ์ .

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม โครงการปัญหาพิเศษ

เรื่อง พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากवानหางจระเข้ในเขตกรุงเทพมหานคร

กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงใน () หน้าคำตอบที่ท่านต้องการและเติมข้อความในช่องว่างให้สมบูรณ์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. เพศ

- () ชาย () หญิง

2. อายุ

- () 15 - 24 ปี () 35 - 44 ปี
() 25 - 34 ปี () ตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

- () โสด () แยกกันอยู่
() สมรส () อื่น ๆ ระบุ _____
() หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

- () ประถมศึกษา () ปริญญาตรี
() มัธยมศึกษาตอนต้น () สูงกว่าปริญญาตรี
() มัธยมศึกษาตอนปลาย, ปวช. () อื่น ๆ ระบุ _____
() อนุปริญญา, ปวส.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. อาชีพ

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> นักเรียน, นักศึกษา | <input type="checkbox"/> รับจ้าง |
| <input type="checkbox"/> รับราชการ | <input type="checkbox"/> พนักงานเอกชน |
| <input type="checkbox"/> ประกอบธุรกิจส่วนตัว | <input type="checkbox"/> แม่บ้าน |
| <input type="checkbox"/> รัฐวิสาหกิจ | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ ระบุ _____ |

6. รายได้เฉลี่ย (บาท/เดือน)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 3,000 บาท | <input type="checkbox"/> 10,001 - 20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3,000 - 5,000 บาท | <input type="checkbox"/> 20,001 - 50,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5,001 - 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 50,000 บาท |

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้

7. ประเภทเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ที่ท่านเคยใช้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> สบู่ | <input type="checkbox"/> ครีมทาป้องกันแดด |
| <input type="checkbox"/> ฝอย, ครีมล้างหน้า | <input type="checkbox"/> ลิปติกและลิปกลอส |
| <input type="checkbox"/> ครีมบำรุงผิว | <input type="checkbox"/> ครีมทาเล็บ |
| | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ ระบุ _____ |

8. ปัจจุบันนี้ท่านยังคงใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้หรือไม่

- ไม่ได้ใช้แล้ว
- ยังใช้อยู่ (กรุณาข้ามไปตอบข้อ 10)

9. สาเหตุที่ทำให้ท่านเลิกใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ราคาแพง | <input type="checkbox"/> คุณภาพไม่ดี |
| <input type="checkbox"/> หาซื้อยาก | <input type="checkbox"/> บรรลุถึงขีดสุดแล้ว |
| <input type="checkbox"/> มีอาการแพ้, ระคายเคือง | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ ระบุ _____ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ที่ท่านใช้ประจำ ระบุตราที่ใช้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
(ผู้ที่ไม่ใช่เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้แล้วในปัจจุบันไม่ต้องตอบข้อนี้)

เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ที่ใช้ประจำ	ตราสินค้าที่ใช้ประจำ
() ยาสระผม	_____
() ครีมทาผิว	_____
() โฟมล้างหน้า	_____
() ครีมกันแดดและบำรุงผิว	_____
() ลิปสติก	_____
() ลิปกลอส	_____
() ครีมทาป้องกันแดด	_____
() ครีมทาผิวหรือสเนลเป็น	_____
() สบู่	_____
() เจลอาบน้ำ	_____
() อื่น ๆ ระบุ _____	_____

11. ท่านเป็นผู้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้เองหรือไม่

() ใช่

() ไม่ใช่ ผู้เลือกซื้อ คือ _____ (กรุณาข้ามไปตอบข้อ 16)

12. สาเหตุที่ท่านเลือกซื้อตราดังกล่าว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() เชื่อในคุณภาพ

() ความเคยชิน

() หาซื้อง่าย

() รูปแบบของบรรจุภัณฑ์

() ราคาเหมาะสม

() อื่น ๆ ระบุ _____

() ชอบการโฆษณา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

13. ท่านมักจะซื้อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้จากสถานที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () ห้างสรรพสินค้า () Convenion Store (ร้านสะดวกซื้อ)
- () ร้านค้าปลีก () อื่น ๆ ระบุ _____
14. สาเหตุที่ท่านซื้อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้จากสถานที่ดังกล่าว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () ความสะดวกสบายในการหาซื้อ () สามารถเลือกซื้อได้หลายชนิด
- () ความสะอาดของร้าน () มีบริการที่ดี
- () ซื้อได้ราคาถูก () อื่น ๆ ระบุ _____
- () การจัดร้านสวยงาม หาสินค้าได้ง่าย
15. เมื่อท่านซื้อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ชนิดที่ต้องการไม่ได้ ท่านจะ
- () ซื้อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้จากร้านอื่น
- () ซื้อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ตราอื่นแทน
- () ซื้อเครื่องสำอางชนิดอื่นแทน แม้จะไม่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ก็ตาม
- () ระวังการซื้อซ้ำคราว
16. มีบุคคลอื่นในครอบครัวของท่านใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้หรือไม่
- () 1. มี ระบุ _____ () 2. ไม่มี

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้

17. สาเหตุที่ท่านใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ
- () มีสรรพคุณในด้านการบำรุงรักษาความงามทั้งผิวพรรณ และเส้นผม
- () ไม่เกิดอาการแพ้หรือระคายเคือง
- () มีคุณภาพดีเช่นเดียวกับวันจากว่านหางจระเข้สด ๆ
- () สะดวกในการใช้
- () อื่น ๆ ระบุ _____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

18. อิทธิพลที่ทำให้ท่านใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้

- () เพื่อนชักชวน () ทดลองด้วยตนเอง
 () ญาติพี่น้องแนะนำ () อื่น ๆ ระบุ _____
 () การโฆษณา

19. ปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้

(ตอบเรียงลำดับตามความสำคัญ โปรดระบุเป็นเลข 1, 2, 3, ...)

- () คุณภาพ () โฆษณา
 () ราคา () ขนาดบรรจุ
 () สะดวกในการซื้อ () ความหลากหลายของสินค้า
 () หีบห่อบรรจุภัณฑ์ไม่บอบสลาย () สีที่ดูดีใช้เป็นประจำ
 () ชื่อเสียงของผู้ผลิต () กลิ่น
 () การส่งเสริมการตลาด () อื่น ๆ ระบุ _____

20. หากเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ที่ท่านใช้อยู่เป็นประจำ มีราคาสูงขึ้น ท่านจะ

- () เปลี่ยนไปบริโภคตราอื่นแทน () บริโภคตามปกติ
 () เลิกบริโภค () อื่น ๆ ระบุ _____
 () บริโภคน้อยลง

21. ถ้าตราอื่นมีการลด แลก แจก แถม ท่านจะ

- () ยังคงใช้ตราเดิม () เปลี่ยนไปซื้อตราอื่นแทน
 () ลองใช้ตราที่ลดราคาแล้วเปรียบเทียบคุณภาพเพื่อใช้ในการตัดสินใจบริโภค

22. ถ้าตราที่ท่านซื้อประจำมีการลด แลก แจก แถม ท่านจะ

- () ซื้อเท่าเดิม () ไม่แน่ใจ
 () ซื้อเพิ่มขึ้น () อื่น ๆ ระบุ _____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

23. สาเหตุที่จะทำให้ท่านใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ลดน้อยลง

(ตอบเรียงลำดับตามความสำคัญ โปรดระบุเป็นเลข 1,2,3,...)

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| () ราคาแพง | () คุณภาพไม่ดี |
| () หาซื้อยาก | () บรรจุภัณฑ์ชำรุดเสียหาย |
| () มีอาการแพ้, ระคายเคือง | () อื่น ๆ ระบุ _____ |

24. การโฆษณาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ของท่านหรือไม่

- | | |
|--------------------|-----------------------|
| () ไม่มีเลย | () ไม่แน่ใจ |
| () มีบ้างเล็กน้อย | () อื่น ๆ ระบุ _____ |
| () มีส่วนช่วยมาก | |

ตอนที่ 4 ทิศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้

25. ความคิดเห็นของท่านที่มีต่อเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้ที่จำหน่ายในปัจจุบัน

	ดี	พอใช้	ควรปรับปรุง	ข้อเสียนอแนะ
คุณภาพ
ขนาดบรรจุ
ลักษณะบรรจุภัณฑ์
ราคา
การกระจายสินค้า
การโฆษณา
การส่งเสริมการขาย
กลิ่น
อื่น ๆ ระบุ _____

26. ท่านมีความคิดเห็นต่อว่านหางจระเข้สกัดกับเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้อย่างไร

() ชอบว่านหางจระเข้สดมากกว่า เพราะ _____

() ชอบเครื่องสำอางจากว่านหางจระเข้มากกว่า เพราะ _____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งไว้ในเวลาเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำซ้ำโดยไม่ขออนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

