

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ประเทศไทยเป็นประเทศที่อยู่ในเขตร้อน จึงมีอุณหภูมิโดยทั่วไปค่อนข้างสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเข้าสู่หน้าร้อนก็ยิ่งจะมีอุณหภูมิสูงขึ้น เมื่อต้องอยู่ในสภาวะที่อากาศร้อน ร่างกายจะมีการขับเหงื่อเพิ่มมากขึ้น เพื่อช่วยลดอุณหภูมิของร่างกาย แต่สิ่งที่เกิดขึ้นตามมา ก็คือ กลิ่นตัว โดยปกติแล้วทุกคนจะมีกลิ่นเฉพาะกายเรียกว่า กลิ่นกาย ซึ่งเป็นกลิ่นเฉพาะตัวของแต่ละบุคคลแตกต่างจากคนอื่น เช่นเดียวกับเสียงและลายมือ กลิ่นกายเกิดจากหลังสารจากต่อมกลิ่นที่อยู่ใต้ผิวหนัง ปกติแล้วจะมีกลิ่นอ่อนๆ บริเวณผิวหนังบางบริเวณในที่อับชื้น เช่น รักแร้ ซอกขา ซอกนิ้วเท้า โอกาสที่สิ่งขับถ่ายจากผิวหนัง เช่น เหงื่อ สารหลังจากต่อมกลิ่น จะระเหยออกไปนั้นเป็นไปได้ค่อนข้างยาก ทำให้เกิดการหมักหมมและเป็นอาหารอย่างดีของเชื้อจุลินทรีย์เกิดการย่อยสลายเป็นสารกลิ่นฉุนระเหยออกมาก่อให้เกิดเป็นกลิ่นตัว นั่นเอง ซึ่งถ้าการหมักหมม มีมากก็จะเกิดกลิ่นฉุนฉุนรุนแรงมาก และสร้างปัญหาให้กับเจ้าของกลิ่นได้มาก เช่น ก่อให้เกิดความหงุดหงิด รำคาญใจ หรือขาดความมั่นใจในการพบปะผู้คนกลายเป็นคนเก็บตัว ไม่ชอบเข้าสังคม ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต่างหาผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ระงับกลิ่นที่เกิดขึ้นเหล่านี้ มาระงับกลิ่นอันไม่พึงประสงค์ ไม่ว่าจะเป็นกลิ่นกาย กลิ่นไต่วงแขน เป็นต้น (บอดี้สเลน, 2549, มิถุนายน 12)

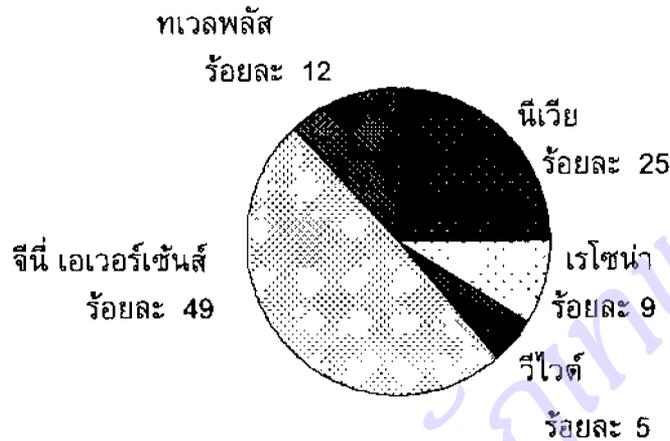
ผิวหนังของมนุษย์นั้นมีผิวชั้นหนังกำพร้าอยู่นอกสุด และหลุดลอกออกเป็นขี้ไคลตามกาลเวลา ส่วนลึกลงไปชั้นหนังแท้ซึ่งจะมีต่อมเหงื่อและต่อมไขมันอยู่ ต่อมไขมันบางบริเวณจะเป็นต่อมผลิตกลิ่นโดยเฉพาะ เช่น ต่อมที่รักแร้และขาหนีบ ต่อมทั้งสองนี้จะขับเหงื่อและไขมันออกมาที่ผิวด้านนอก และทำให้เกิดกลิ่นของบุคคลคนนั้นซึ่งเป็นกลิ่นเฉพาะตัว กลิ่นที่ว่านี้เป็นกลิ่นธรรมชาติ พบได้ตั้งแต่แรกเกิดซึ่งจะเห็นว่าเด็กแรกเกิดก็จะมีกลิ่นหอมจางๆ คนแต่ละคนจะมีกลิ่นเฉพาะตัว แต่คนมีประสาทจมูกไม่ไว จึงอาจจะแยกไม่ออก ทราบแต่ว่ามีกลิ่นเหม็นเท่านั้น นอกจากนั้น กลิ่นตัวอาจแตกต่างกันตามเชื้อชาติ เช่น ในคนผิวดำจะมีกลิ่นตัวรุนแรงกว่าคนผิวขาว ซึ่งเกิดจากมีต่อมกลิ่นขนาดใหญ่และผลิตไขมันมาก กลิ่นตัวของคนจะแรงขึ้นเมื่อเข้าวัยรุ่น ซึ่งเป็นอิทธิพลของฮอร์โมนเพศ และมีการปรับองค์ประกอบบางอย่างในไขมันที่ขับออกมา กลิ่นตัวที่กล่าวนี้ยังเป็นกลิ่นปกติ ซึ่งถ้าดูแลความสะอาดอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ มีสุขลักษณะที่ดีและมีสุขภาพดีก็ยังคงเป็นคนที่น่าคบและมีเสน่ห์อยู่ แต่ถ้าดูแลความสะอาดไม่ดีหรือในบางคนที่มีเหงื่อหรือผิวขับไขมันมากหรือต้องอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ร้อนทำให้ขับเหงื่อและไขมันมาก ก็จะทำให้เกิดการหมักหมมและเกิดกลิ่นตัวเหม็นได้ ทั้งนี้เกิดจากผิวที่มีเหงื่อและไขมันทำให้เกิดความชื้นทำให้เกิดการเปียกชุ่มและลอกของผิวหนังซึ่งเป็นโปรตีนที่เป็นอาหารอย่างดีของ

เชื้อโรค คือแบคทีเรียและเชื้อราซึ่งมีเกาะอยู่แล้วที่ผิวหนังก็จะเจริญงอกงามเกิดการเน่าและ กลิ่นเหม็นที่ผิวได้ ทำให้เกิดกลิ่นตัว บริเวณที่พบกลิ่นตัวแรงเป็นบริเวณที่อับชื้น เช่น รักแร้ หรือ ข้อพับ เช่น รักแร้และต้นขา ซึ่งมีต่อมไขมันอยู่มาก ดังนั้นการป้องกันไม่ให้เกิดกลิ่นตัวเหม็นคือ การอาบน้ำทำความสะอาดตัวอย่างสม่ำเสมอ เพราะประเทศไทยเป็นเมืองร้อน มีเหงื่อไคลมาก และต้องอาบน้ำอย่างทั่วถึงทุกซอกทุกมุมในร่างกายโดยเฉพาะบริเวณอับชื้นหรือข้อพับที่กล่าว แล้ว ในกรณีที่อาบน้ำดีแล้วยังมีกลิ่นตัวก็ต้องแก้ไข โดยทำให้เหงื่อหรือไขมันออกน้อยลงเช่น การใช้ยาระงับเหงื่อทาหรืออาจใช้สารสัมฤทธิ์ได้อีกทางหนึ่งก็คือการทำลายเชื้อแบคทีเรียและ เชื้อโรคที่ผิวหนัง เช่นการใช้สบู่ผสมยาฆ่าเชื้อหรือการทายาปฏิชีวนะหรือยาฆ่าเชื้อราในบางราย อาจต้อง ใช้การรับประทานยาด้วย (จิโรจ สินธวานนท์, 2550, พฤษภาคม 3)

แหล่งกำเนิดกลิ่นอยู่บนร่างกายด้วยกันหลายจุด จุดสำคัญที่สุดของกลิ่นตัว คือต่อม เหงื่อชนิดหนึ่งที่พบมากบริเวณรักแร้ และอวัยวะเพศ ต่อมเหงื่อชนิดนี้มีชื่อเรียกว่า อโปไครน์ (apocrine) ซึ่งจะเริ่มทำงานเมื่อเข้าสู่วัยรุ่น ต่อมเหงื่อชนิดนี้มีหน้าที่สร้างสารที่มีกลิ่นคล้าย พีโรโมน สารชนิดนี้มีสีขาวขุ่น ในระยะแรกที่หลังออกมาจะไม่มีกลิ่น หลังจากถูกย่อยโดยเชื้อ แบคทีเรียซึ่งอาศัยอยู่บนผิวหนังจึงทำให้เกิดกลิ่นขึ้น ส่วนเหงื่อใสๆ ที่หลังออกมาเวลาอากาศ ร้อนขณะออกกำลังกาย หรือเป็นไขนั้นหลังออกมาจากต่อมเหงื่ออีกชนิดหนึ่งเรียกว่า เอ็คโครน์ (eccrine) เหงื่อชนิดนี้เป็นน้ำใส ไม่มีสี ไม่มีกลิ่น แต่จะเป็นตัวนำพาให้กลิ่นตัวที่เกิดจากต่อมอโป ไครน์กระจายออกไป นอกจากนี้กลิ่นตัวยังเกิดได้จากเซลล์ผิวหนังที่อับชื้น และถูกย่อยสลาย โดยเชื้อแบคทีเรียที่ย่อยสลายของไขมันที่หลังออกมาจากต่อมไขมันตามผิวหนังซึ่งพบในคนผิวมัน และยังอาจเกิดจากสารที่รับประทานเข้าไปแล้วขับออกมาทางเหงื่อ เช่น ยาบางชนิด สารหนู และอาหารบางอย่าง โดยเฉพาะจำพวกเครื่องเทศต่างๆ เป็นต้น ถ้าลองสังเกตดูจะรู้สึกได้ว่าบน ร่างกายของมนุษย์นั้นก็มีกลิ่นที่แตกต่างกันไปในแต่ละจุด รวมถึงคนแต่ละคนก็มีกลิ่นตัวที่ แตกต่างกันไปด้วยเช่น บนตัวคนมีสารที่ทำให้เกิดกลิ่นตัวอยู่หลายประเภท นอกจากนี้ยัง ขึ้นกับกลไกการเกิดกลิ่น ตำแหน่งที่เกิดกลิ่น ตลอดจนชนิดและปริมาณของเชื้อแบคทีเรียที่ทำให้ เกิดกลิ่น กลิ่นตัวบริเวณรักแร้ส่วนใหญ่เกิดจากการย่อยสลายของสารที่หลังออกมาจากต่อม เหงื่ออโปไครน์ กลิ่นตามซอกพับและที่เท้าเกิดจากการย่อยสลายของเซลล์ผิวหนังและกลิ่น บริเวณหนังศีรษะ บนใบหน้า ส่วนใหญ่เกิดจากการย่อยสลายของไขมันจากต่อมไขมันที่ผิวหนัง สารที่เกิดขึ้นจากกระบวนการย่อยสลายเหล่านี้เป็นสารเคมีที่แตกต่างกัน จึงทำให้กลิ่นตัวในแต่ละ ตำแหน่งของร่างกายแตกต่างกันไปด้วย เช่นเดียวกันกับกลิ่นที่เกิดจากสารที่ขับออกมาทาง เหงื่อก็จะมีกลิ่นเฉพาะตัวที่แตกต่างกันออกไป กลิ่นอันหลากหลายบนเรือนกายของแต่ละคนเมื่อ รวมกันแล้วก็จะทำให้คนแต่ละคนมีกลิ่นกายเฉพาะตัวที่แตกต่างกันทำให้เกิดการรับรู้กลิ่นด้วย ตนเอง (สุดสายชล หอมทอง, 2550, เมษายน 10)

ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่น จัดว่าเป็นเครื่องสำอางเพื่อสุขภาพที่บางคนใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งมีความเสี่ยงที่จะเกิดอันตรายน้อยกว่าผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอื่นๆ เช่น อาหาร ยา เครื่องมือแพทย์ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีส่วนผสมของสารเคมี หากนำผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพไม่ดีมาใช้ หรือใช้ผิดวิธี อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพได้ เครื่องสำอางเป็นเพียงผลิตภัณฑ์ที่ใช้เพื่อทำความสะอาดหรือเติมแต่งความสวยงามในชีวิตประจำวัน ช่วยชะล้างคราบเหงื่อไคลและสิ่งสกปรกออกจากร่างกาย ไม่จำเป็นต้องสะอาด ถึงขั้นปราศจากเชื้อโรค หรือใช้เครื่องสำอางเพื่อช่วยบำรุง ปกป้องปกป้องปิดกั้นกลิ่นรื้อรอย จุดด่างดำ ทำให้แลดูดี รวมทั้งช่วยเสริมสร้างความมั่นใจ เช่น ระงับกลิ่นกาย แต่งกลิ่นหอม ช่วยให้ผู้ใช้สดชื่นขึ้นได้ เนื่องจากเครื่องสำอางส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับผิวหนังภายนอก และไม่มีผลต่อโครงสร้างหรือการทำหน้าที่ต่างๆ ของร่างกาย ดังนั้น การกำกับดูแลจึงไม่เข้มงวด โดยเฉพาะการโฆษณา ผู้ประกอบธุรกิจสามารถทำการโฆษณาได้โดยไม่ต้องขออนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา แต่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จะติดตามตรวจสอบการโฆษณาที่ออกสู่สายตาประชาชนว่าถูกต้องเหมาะสมหรือไม่ หากเป็นการโฆษณาที่เป็นเท็จเกินความจริง ก็จะมี ความผิดตามกฎหมาย ดังนั้น ผู้บริโภคพึงพิจารณาก่อนเลือกซื้อเครื่องสำอาง อย่าหลงเชื่อคำโฆษณาแต่เพียงอย่างเดียว เพราะผู้ขายย่อมนำเสนอแต่ข้อดีของผลิตภัณฑ์ และที่สำคัญโปรดสังเกตว่า สรรพคุณที่กล่าวอ้างเกินความเป็นเครื่องสำอางหรือไม่ ถ้ามีการกล่าวอ้างสรรพคุณ บำบัด บรรเทา รักษาโรค หรือความเจ็บป่วย หรืออ้างผลต่อโครงสร้าง หรือการทำหน้าที่ใด ๆ ของร่างกาย เช่น บรรเทาอาการผื่นแพ้ ผิวหนังอักเสบ รักษาสิวฝ้า ปลุกลม บรรเทาอาการปวดฟัน รำมะนาด เหงือกบวม เลือดออกตามไรฟัน เสริมทรวงอก หรือสลายไขมัน ช่วยให้ร่างกายหอมเปรี้ยว รูปร่างได้สัดส่วน ถือว่าเป็นการโฆษณาเกินกว่าความเป็นเครื่องสำอางเข้า ข่ายโฆษณาด้วยข้อความเท็จ เกินความจริง ซึ่งผิดกฎหมาย (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2545, ธันวาคม 7)

ตลาดผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นได้วงแขน เป็นตลาดที่มีศักยภาพและน่าสนใจ เนื่องจากเป็นตลาดที่มีโอกาสในการขยายตัว แต่ที่ผ่านมาผู้ประกอบการธุรกิจยังไม่มีการศึกษาการตลาดอย่างจริงจัง โดยเฉพาะกับกลุ่มที่ยังไม่มีการใช้ผลิตภัณฑ์ อย่างเช่นคนในต่างจังหวัด แม้แต่ผลิตภัณฑ์นี้เวีย ที่ก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำตลาดผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นได้วงแขน ด้วยการทำการตลาดในเชิงรุกก็ยังไม่มีการปฏิบัติอย่างจริงจัง โดยสิ่งที่ผลิตภัณฑ์นี้เวียผลิตส่วนใหญ่จะเป็นการปกป้องตลาด ทั้งในสูตรของการเพิ่มความสดชื่นได้วงแขน และตัวที่แห้งไวขึ้น เพื่อปิดช่องว่างของตลาดผลิตภัณฑ์ ไม่เหลือให้คู่แข่งอื่นแทรกเข้ามาในตลาด



ภาพ 1 แนวโน้มการเติบโตตลาดผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นไต้วงแขน ปี พ.ศ. 2549

ที่มา : (บิสิเนสไทย, 2548, พฤศจิกายน 11)

จากแนวโน้มตลาดผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นไต้วงแขนในปี พ.ศ.2549 ที่มีอัตราการเติบโตประมาณ ร้อยละ 10 จากมูลค่าตลาดรวม 1,800 ล้านบาท โดยมี จีเน่ เอเวอร์เซนส์ เพรชแอนด์ ดราย (G-neee eversense) เป็นผู้นำตลาด ครองส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 49 ขณะที่นีเวีย (NIVEA) เป็นอันดับสอง ร้อยละ 25 ทเวลพลัส (12 Plus) ร้อยละ 12 เรโซน่า (Rexona) ร้อยละ 9 และ วีไวต์ (VIVITE) ร้อยละ 5 ส่งผลให้สภาพตลาดมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง และผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นไต้วงแขน ต่างใช้กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด (integrated marketing communtcation: IMC) ตลาดผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นไต้วงแขน เป็นตลาดที่มีโอกาสการขายตัวสูง แม้จะเป็นตลาดเล็กๆ แต่มีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่า หรือมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องตลอด 2-3 ปี กว่าร้อยละ 10 (บิสิเนสไทย, 2548, พฤศจิกายน 11)

มนุษย์ส่วนมิกลิ้นเฉพาะตัว บางคนก็มิกลิ้นเพียงอ่อนๆ ไม่สร้างปัญหาแต่อย่างใด แต่บางคนกลับมิกลิ้นตัวที่แรงจนคนรอบข้างต้องถอยหนี เกิดเป็นปัญหาในการเข้าสังคม กลิ่นตัวอันไม่พึงประสงค์เหล่านี้ สามารถป้องกันได้ด้วยการรักษาความสะอาดและสุขอนามัยที่ดี แต่ผู้ที่มีกลิ่นตัวแรงไม่ค่อยรู้ตัว เพราะคุ้นชินกับกลิ่นแรงของตนเองที่อยู่คู่กันมาช้านาน ดังนั้นผู้บริโภคต่างหาผลิตภัณฑ์เพื่อมาระงับกลิ่นอันไม่พึงประสงค์เหล่านี้ การป้องกันและรักษากลิ่นตัวไม่ยาก หากเป็นผู้รักษาสุขอนามัยส่วนตัวเป็นอย่างดี เช่นอาบน้ำ สระผม ชำระล้างร่างกายให้สะอาดอยู่เสมอ ซึ่งจะทำจัดการเคมีที่เป็นต้นเหตุของกลิ่นตัว และแบคทีเรียออกไปจากผิวหนังได้ในระดับหนึ่ง เมื่อร่างกายสะอาดแล้วก็ต้องเลือกเสื้อผ้าที่ซักสะอาดและตากแห้งสนิทจริงๆ ในกรณีนี้ที่เหงื่อออกมาก เช่น ทำงานกลางแจ้ง หรือเล่นกีฬา หลังจากเสร็จภารกิจควรอาบน้ำ สระผม และเปลี่ยนเสื้อผ้าชุดใหม่ เช่นเดียวกันกับผ้าปูที่นอน ปลอกหมอนก็ต้องหมั่นซักให้สะอาดเป็นประจำด้วยเช่นกัน การหลีกเลี่ยงการรับประทานอาหารที่ก่อให้เกิดกลิ่นตัว เช่น หัวหอม กระเทียม เครื่องเทศก็สามารถแก้ปัญหาได้ทางหนึ่ง ส่วนการรักษาวิธีอื่นๆ ได้แก่ การผ่าตัดเอา

ต่อมเหงื่อออกหรือการฉีดยาเพื่อลดการทำงานของต่อมเหงื่อ โดยทั่วไปจะใช้วิธีการเหล่านี้เฉพาะในรายที่มีอาการรุนแรง หรือใช้วิธีต่างๆ ข้างต้นแล้วไม่ได้ผล ซึ่งตรงนี้ต้องเป็นหน้าที่ของแพทย์ที่จะวินิจฉัยว่าวิธีใดเหมาะสม เมื่อทราบสาเหตุ วิธีการป้องกัน และการรักษากลิ่นตัวกันแล้ว หากคนข้างๆ ที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์ด้วย มีกลิ่นตัว จะเตือนอย่างไรให้รู้ตัว ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นใต้วงแขน ของสตรีในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดลพบุรี ซึ่งการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคและผู้ประกอบการเครื่องสำอาง ประเภทผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นใต้วงแขน (deodorants) ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนทางการตลาด การวางกลยุทธ์ ให้เหมาะสมกับสภาวะการณ์ในปัจจุบัน

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นใต้วงแขน (deodorants) ของสตรีในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดลพบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นใต้วงแขน (deodorants) ของสตรีในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตาม อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์

ความสำคัญของการวิจัย

ผลจากการวิจัยครั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางและเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการเครื่องสำอาง ประเภทผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นใต้วงแขน ในการวางแผนและปรับกลยุทธ์ทางการตลาดและด้านอื่นๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 - 1.1 ประชากรที่ใช้ในศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรเพศหญิง อาศัยในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดลพบุรี ประกอบด้วยตำบล 2 ตำบล คือตำบลท่าหินและตำบลทะเลชุบศร (สำนักงานเทศบาลเมือง จังหวัดลพบุรี, 2549, มิถุนายน 2)
 - 1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่ซื้อผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นใต้วงแขน ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดลพบุรี ที่แน่นอนได้หรือมีจำนวนที่ไม่จำกัด จึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ไม่เป็นไปตามโอกาสทางสถิติหรือแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (non-probability sampling) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) (ยุทธโกยวรรณ์, 2548 หน้า 82) และกำหนดตัวอย่างที่ต้องการศึกษา จำนวน 400 ตัวอย่าง แบ่งกลุ่ม

อาชีพ 4 อาชีพ ได้แก่ นักเรียนหรือนักศึกษา แม่บ้าน รับราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ
เก็บแบบสอบถามช่วงเวลา 4 – 18 มิถุนายน 2550

2. ตัวแปรที่ศึกษา

2.1 ตัวแปรอิสระ (independent variables) ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของสตรี ใน
เขตเทศบาลเมืองจังหวัดลพบุรี

2.1.1 อายุ

- 1) ต่ำกว่า 20 ปี
- 2) 20-35 ปี
- 3) 36-50 ปี
- 4) สูงกว่า 50 ปี

2.1.2 สถานภาพสมรส

- 1) โสด
- 2) สมรส
- 3) หม้ายหรือหย่าร้าง
- 4) แยกกันอยู่

2.1.3 ระดับการศึกษา

- 1) มัธยมศึกษาตอนต้น
- 2) มัธยมศึกษาตอนปลาย
- 3) อนุปริญญา
- 4) ปริญญาตรี
- 5) สูงกว่าปริญญาตรี

2.1.4 อาชีพ

- 1) นักเรียน หรือ นักศึกษา
- 2) แม่บ้าน
- 3) รับราชการ
- 4) พนักงานรัฐวิสาหกิจ

2.1.5 ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่า 3,000 บาท
- 2) 3,000-6,000 บาท
- 3) 6,001-9,000 บาท
- 4) 9,001-12,000 บาท
- 5) 12,001-15,000 บาท
- 6) สูงกว่า 15,000 บาท

2.1.6 พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์

2.2 ตัวแปรตาม (dependent variables) ได้แก่ การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ระดับ กลิ่นได้วางแขน ของสตรีในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดลพบุรี

2.2.1 การรับรู้ปัญหา

2.2.2 การค้นหาข้อมูล

2.2.3 การประเมินผลทางเลือก

2.2.4 การตัดสินใจซื้อ

2.2.5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ผู้บริโภค (consumer) หมายถึง บุคคลหนึ่งหรือหลายคนที่มีแสดงออกซึ่งสิทธิที่มีความต้องการ มีอำนาจในการซื้อสินค้าหรือบริการที่เสนอขายในตลาด เพื่อสนองความต้องการของตนด้วยความเต็มใจ

2. พฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior) หมายถึง พฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลแต่ละบุคคลในการรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการได้

3. การรับรู้ปัญหา (problem recognition) หมายถึง ขั้นตอนแรกของกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งการรับรู้ปัญหาเป็นความแตกต่างระหว่างสถานะความต้องการและสถานะความเป็นจริง โดยที่ผู้บริโภคจะเกิดความไม่พอใจในสถานะที่เป็นจริง จึงทำให้เกิดการรับรู้ปัญหา ความไม่พอใจในสถานะที่เป็นจริง เช่น ได้วางแขนมีกลิ่น ได้วางแขนหมองคล้ำ ผู้บริโภคจึงพยายามหาผลิตภัณฑ์เพื่อมาแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ผู้บริโภคจะรับรู้ถึงปัญหาหรือความจำเป็นต้องใช้สินค้าและบริการที่ได้รับการกระตุ้นจากสิ่งกระตุ้นภายในและภายนอก

4. การค้นหาข้อมูล (information search) หมายถึง การที่ผู้บริโภคมีความตั้งใจในการค้นหาข้อมูล และเก็บรวบรวมสะสมข่าวสารที่เกี่ยวข้องในการแก้ปัญหาให้กับความต้องการ ความจำเป็น ความปรารถนาที่ผู้บริโภครับรู้ การค้นหาข้อมูลมีอยู่ 5 แหล่ง คือ 1) แหล่งด้านบุคคล (personal sources) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนบ้าน ญาติพี่น้อง ที่เป็นคนรู้จัก 2) แหล่งการค้า (commercial sources) ได้แก่ การโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนจำหน่าย การบรรจุหีบห่อ การจัดแสดงสินค้า 3) แหล่งสาธารณะชน (public sources) ได้แก่ การสื่อสารมวลชนต่างๆ หน่วยงานของภาครัฐและภาคเอกชน 4) แหล่งทดลอง (experiential sources) ได้แก่ การทดลองใช้สินค้าหรือบริการ

5. การประเมินผลทางเลือก (evaluation of alternatives) หมายถึง ผู้ที่จะซื้อสินค้าหรือบริการใดๆ จะต้องทำการตรวจและเปรียบเทียบสินค้าหรือบริการนั้นๆ โดยใช้เกณฑ์ในการประเมิน (evaluative criteria) ต่างๆ ในขั้นนี้ผู้บริโภคต้องกำหนดเกณฑ์การพิจารณาที่จะใช้

สำหรับการประเมินผล เช่น ราคา ปริมาณ คุณสมบัติ ส่วนประกอบ หรือเป็นเรื่องของความพอใจส่วนบุคคล

6. การตัดสินใจซื้อ (purchase decision) หมายถึง การเลือกซื้อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่ โดยอาศัยผลการประเมินค่าทางเลือก ตามการประเมินผลทางเลือกที่ผู้บริโภคชอบมากที่สุด หรือผู้บริโภคอาจมีความเฉื่อยชาในการตัดสินใจ คือ การตัดสินใจเลือกชนิดของผลิตภัณฑ์ เลือกตราสินค้า เลือกผู้ขาย เลือกจังหวะเวลาในการซื้อและปริมาณหรือจำนวนที่จะซื้อ รวมทั้งการตัดสินใจเกี่ยวกับวิธีการชำระเงิน

7. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (post purchase behavior) หมายถึง หลังจากการที่ได้ซื้อผลิตภัณฑ์มาใช้และได้บริโภคแล้ว ผู้บริโภคจะมีการประเมินผลหลังการซื้อว่าสินค้าที่ซื้อไปแล้ว ตอบสนองความต้องการหรือไม่ หรือผลิตภัณฑ์นั้นสามารถแก้ปัญหาได้จริงหรือไม่ สร้างความพอใจให้มากน้อยเพียงใด

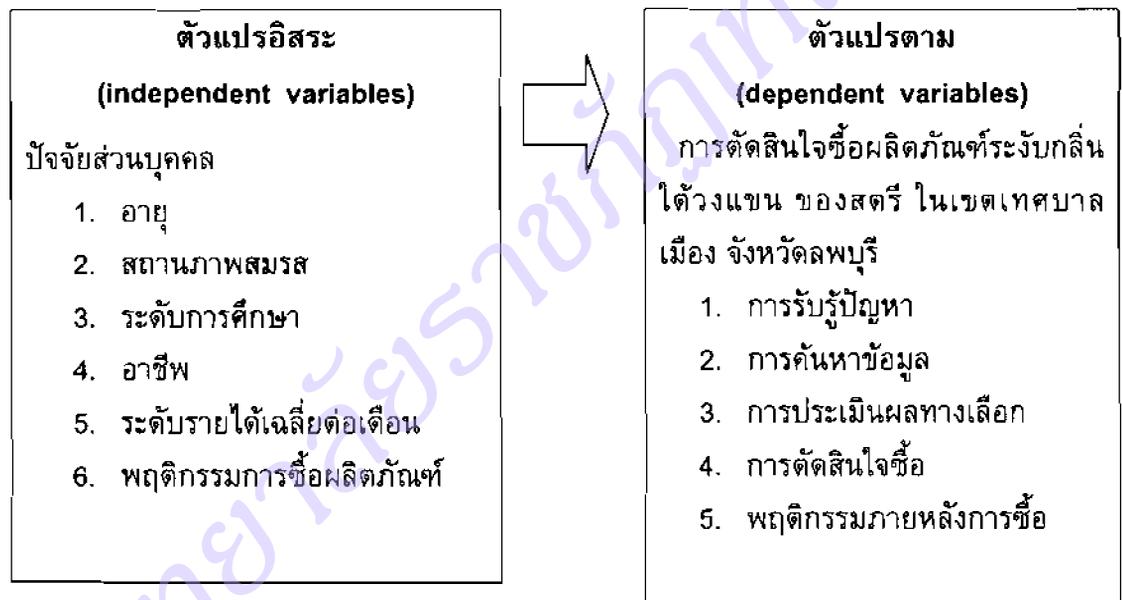
8. ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นใต้้วงแขน (deodorants) หมายถึง เครื่องสำอางประเภทผลิตภัณฑ์เพื่อระงับกลิ่นใต้้วงแขน ชนิดโรลออน และสเปรย์

9. โรลออน (rollon) หมายถึง ลูกกลิ้งระงับกลิ่นใต้้วงแขน เพื่อระงับกลิ่นใต้้วงแขน ลดการไหลซึมของเหงื่อ เพิ่มความขาวเนียนของผิวบริเวณใต้้วงแขน เป็นต้น

10. สเปรย์ (spray) หมายถึง หัวฉีดพ่นมีละอองน้ำหอม เพื่อเพิ่มความหอม ลดความหมองคล้ำ ป้องกันการระคายเคือง เป็นต้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ระดับสินค้าได้วางแขน ของสตรีในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดลพบุรี ตามขอบข่ายการตัดสินใจของผู้ซื้อ (buyer's decision process) ดังแสดงในภาพ 2 ซึ่งจัดกลุ่มไว้ดังนี้ (ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2547, หน้า 81)



ภาพ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ระดับสินค้าได้วางแขนของสตรี ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดลพบุรี แตกต่างกันจำแนกตาม อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์