

## การสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวจากขี้ผึ้งและไขมะพร้าวรูปครีมสติ๊ก

### Value-Creation of Developing Skin Creams Beeswax and Coconut Wax in Stick Form

มณีกัญญา นากามัทสึ<sup>1</sup>, อภิรัช ประชาสุภาพ<sup>2</sup>,

ชยานนท์ เชาวนวุฒิกุล<sup>3</sup>, ปรีyakamol มีอยู่เต็ม<sup>4</sup>

Maneekanya Nagamatsu<sup>1</sup>, Apirach Prachasupap<sup>2</sup>,

Chayanon Chaowuttikul<sup>3</sup>, Preeyakamol Meeyutem<sup>4</sup>

Graduate School, Southeast Asia University

Department of Thai Traditional Medicine, College of Integrative medicine,

Dhurakij Pundit University

Email: dr.maneekanya@gmail.com, apirach.pra@dpu.ac.th,

chayanon.cha@dpu.ac.th, preeyakamol.mee@dpu.ac.th

Received Apr 19, 2023 & Revise May 23, 2023 & Accepted May 25, 2023

#### บทคัดย่อ

ปัจจุบันผู้บริโภคเริ่มให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวสมุนไพรที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ มีความอ่อนโยนต่อผิวและมีความสะดวกต่อการพกพาไปใช้ในสถานที่ต่างๆ กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ พัฒนาผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวจากขี้ผึ้งและไขมะพร้าวในรูปครีมสติ๊ก และ เพื่อนำเสนอระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวจากขี้ผึ้ง และไขมะพร้าวในรูปครีมสติ๊ก กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ การแพทย์แผนไทย หลักสูตรแผน ก. สำหรับผู้ใหญ่วัยทำงานแล้วอายุ 30 ปีขึ้นไป จำนวน 100 คน ฟานัก ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามสถิติ ที่ใช้ในการวิจัย คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า 1) การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวจากขี้ผึ้งและไขมะพร้าวในรูปครีมสติ๊ก ลักษณะเนื้อครีมมีสีครีมอ่อน ความคงตัวของเนื้อ ครีมทางกายภาพไม่มีการเปลี่ยนแปลง คงความชุ่มชื้นและอ่อนโยนต่อผิวหน้า มีกลิ่นหอมของสมุนไพรสกัด บรรจุอยู่ในแท่งครีมสติ๊ก ขนาด 15 กรัม และ 2) ประชากรมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวจากขี้ผึ้ง และไขมะพร้าวในรูปครีมสติ๊ก โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านความ สะดวกถูกสุขอนามัยโดยไม่ต้องใช้มือสัมผัสเนื้อครีม พกพาง่ายต่อการนำไปใช้ในสถานที่ต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน ระดับมากที่สุด รองลงมา คือ เนื้อครีมบำรุงคงความชุ่มชื้นยาวนานต่อผิวพรรณ และความพอใจในรูปแบบบรรจุ ภัณฑ์แท่งครีมสติ๊กของผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวมีความสวยงามทันสมัย ตามลำดับ

**คำสำคัญ :** การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์, ครีมบำรุงผิวสมุนไพร, ครีมสติก, ความพึงพอใจ

**Abstract:**

Consumers are recently starting to focus on herbal skin care products that contain natural extracts. It is gentle on the skin and is convenient to carry and use in various places is gaining widespread popularity. The objectives of this research were to to develop a skin care product from beeswax and coconut wax in the form of a cream stick and to study the level of consumer satisfaction on the value added of skin care products from beeswax and coconut wax in the form of a cream stick. The sample population in this study was Diploma in Traditional Thai Medicine students program A, aged 30 years and above, totaling 100 people residing in Bangkok. By purposive sampling, the data collection tool was a questionnaire. The statistics used in the research were frequency, percentage, mean and standard deviation.

The research finding indicates that 1) the development of skin care products from beeswax and coconut wax in the form of cream sticks, the texture of the cream has a light cream color. The physical consistency of the cream has not changed, retains moisture and is gentle on the skin. There is a scent of herbal extracts contained in a cream stick, size 15 grams, and 2) the sample population was satisfied with the skin cream product from beeswax and coconut wax in the form of a cream stick. Overall, the average is at a high level. Considering that it was convenient, hygienic without using hands to touch the cream, easy to bring and use in various places. The nourishing cream maintains long-lasting moisture for the skin, and satisfaction in the modern form of a skin cream stick packaging respectively.

**Key Words:** Value-creation, Herbal skin care, Stick cream, Customer satisfaction.

**บทนำ**

มลภาวะทางสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันมักส่งผลต่อผิวพรรณของมนุษย์ ไม่เพียงแต่ส่งผลเสียต่อบุคลิกภาพภายนอก แต่อาจจะทำให้ผิวพรรณเกิดปัญหาอื่นๆ ตามมา เช่น ผิวลอก เป็นขุย ผิวแตก มีอาการคัน หรือ มีปัญหาสิว บางครั้งอาจจะเกิดขึ้นได้เองตามธรรมชาติเป็นลักษณะผิวของแต่ละบุคคล บางครั้งอาจจะมีปัจจัยอื่น ๆ ร่วมด้วย เช่น สภาพอากาศ การอาบน้ำร้อนหรือเย็นเกินไป และการสัมผัสสารเคมีบางชนิดยังสามารถทำให้ผิวแห้งได้ หรือเป็นผลมาจากอาการเจ็บป่วยได้เช่นกัน เช่น ลักษณะผิวแห้งที่เกิดจากสภาพปัจจัยแวดล้อมภายนอกเพียงแต่ทามอยส์เจอร์ไรเซอร์ก็ช่วยบรรเทาอาการแห้งกร้านให้หายไปได้ สาเหตุของการเกิด

ปัญหาของผิวพรรณนั้น แบ่งออกได้เป็น 2 ปัจจัยหลัก คือ ปัจจัยภายนอกร่างกาย และปัจจัยภายในร่างกาย โดยปัจจัยภายนอก ได้แก่ สภาพอากาศและสิ่งแวดล้อม แสงแดด รังสียูวี การดื่มน้ำไม่เพียงพอ อุณหภูมิ จะเกิดได้ง่ายในช่วงเวลาที่มีอากาศหนาว อุณหภูมิต่ำ ความชื้นในอากาศน้อย อีกทั้งการอาบน้ำที่มีอุณหภูมิเย็น หรือร้อนจนเกินไป การใช้ผลิตภัณฑ์หรือสารทำความสะอาดผิวที่รุนแรงเกินไป จะไปทำลายน้ำมันที่มีอยู่ตามธรรมชาติในชั้นผิวได้ ส่วนปัจจัยภายในร่างกาย ได้แก่ ฮอร์โมน กรรมพันธุ์ อายุ โรคประจำตัว สุขภาพ เช่น หากมีประวัติเป็นผื่นแพ้ผิวหนังตั้งแต่เด็ก คนที่มีภาวะการทำงานของฮอร์โมนไทรอยด์ต่ำกว่าปกติ การขาดสารอาหารบางชนิด เป็นต้น ซึ่งการดูแลรักษานั้น ควรพยายามหลีกเลี่ยงปัจจัยที่ทำให้ผิวขาดความชุ่มชื้น เช่น การล้างหน้าหรืออาบน้ำร้อนจัด การใช้สบู่อ่อนหรือสารทำความสะอาดที่รุนแรงเกินไป หลีกเลี่ยงการอยู่ในสถานที่หนาวจัด หรือร้อนจัด และไม่ควรขัดผิวหนังบ่อยจนเกินไป โดยการเลือกครีมที่ใช้ ควรเป็นครีมที่เน้นให้คงความชุ่มชื้นต่อผิวพรรณ (ปภาวดี คล่องพิทยาพงษ์และคณะ, 2563)

การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรดูแลผิว จึงจำเป็นต้องศึกษาข้อมูลพื้นฐานของสารสกัดสมุนไพรจากธรรมชาติ โดยเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวที่สามารถเพิ่มและคงความชุ่มชื้นได้ยาวนานขึ้น มีความเป็นกลางต่อสภาพผิวพรรณ เป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคที่มีความกังวลเกี่ยวกับบางผลิตภัณฑ์ที่อาจผสมสารเคมี ต้องห้ามที่ก่อให้เกิดการแพ้ทั้งต่อผิวหนังและผิวกาย จากกระแสด้านความสวยทั้งภายนอกและภายใน กระแสความใส่ใจความงามและสุขภาพ ทำให้ผู้บริโภคให้ความสนใจต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรออร์แกนิกที่มาจากธรรมชาติมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะแค่ภายในประเทศไทย แต่กระแสของการรักษาความงามและสุขภาพยังแพร่หลายไปทั่วโลก และจากการตระหนักถึงผลเสียระยะยาวในการใช้สารเคมีในรูปแบบต่างๆ เข้าร่างกาย ทำให้แต่ละประเทศต่างก็หันมาใส่ใจในผลิตภัณฑ์ธรรมชาติที่ปลอดภัย ไร้สารเคมี ทั้งช่วยส่งเสริมในเรื่องของสุขภาพของผู้บริโภคและยังเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นสิ่งที่คนให้ความสำคัญกันมากขึ้น จึงปฏิเสธไม่ได้เลยว่า กระแสของสินค้าออร์แกนิกประเภทต่างๆ นั้นกลายเป็นส่วนหนึ่งของคนในยุคปัจจุบันไปแล้ว(สาริศา เทียนทอง, 2564) ส่วนรูปลักษณ์และความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์ในสมัยก่อนคือ ความสามารถแค่ในการเก็บรักษาสินค้าให้คงสภาพ (Protection) ในระยะเวลาหนึ่งหรือจนกว่าจะนำไปใช้เท่านั้น ต่อมาตลาดของสินค้ากระจายกว้างมากขึ้น จึงเกิดความต้องการ บรรจุภัณฑ์เพื่อความสะดวกในการส่งมอบต่อลูกค้า เพื่อความปลอดภัยในการขนส่งและเมื่อมีการแข่งขันมากขึ้น บรรจุภัณฑ์จึงต้องเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมการตลาด(Promotion) การเลือกบรรจุภัณฑ์เริ่มเน้นเรื่องความสวยงาม สะดุดตา เรียกสร้างความสนใจได้ดีกว่าตลอดจนพิจารณาถึงความสะดวกในการนำไปใช้ (สมพงษ์ เพื่องอารมย์, 2550) รวมไปถึงผู้บริโภคชาวไทยที่เริ่มให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรออร์แกนิก จึงเป็นที่มาของงานวิจัยในครั้งนี้เพื่อสำรวจความพึงพอใจจากการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวจากขี้ผึ้งและไขมะพร้าวโดยแบบดั้งเดิมจะบรรจุอยู่ในตลับครีมหรือขวดแก้วใสที่ต้องใช้มือแกะสัมผัสเมื่อนำมาใช้ และเนื้อครีมค่อนข้างมีความมันและคื่นรูปง่ายในอุณหภูมิห้อง เมื่อนำมาพัฒนาเป็นรูปแบบครีมสติ๊ก สามารถเพิ่มและคงความชุ่มชื้นของเนื้อครีมได้ยาวนาน เนื้อครีมมีความคงรูปในทุกอุณหภูมิ มีค่าความเป็นกลางที่ตอบโจทย์ทุกลักษณะผิวพรรณ และด้วยการแพร่กระจายอย่างง่ายตายของโรคโควิด-19

จึงต้องให้ความสำคัญต่อความสะดวกและสุนามย์ในการนำไปใช้โดยเฉพาะในสถานที่ๆไม่สามารถล้างหรือทำความสะอาดมือได้ ผู้บริโภคจะไม่ต้องใช้มือสัมผัสโดยตรงต่อเนื้อครีม แท่งครีมมีขนาดกระทัดรัด สามารถพกพาไปใช้ได้ในทุกโอกาสและสถานที่

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวจากซีผึ้งและไขมะพร้าวในรูปครีมสติก
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวจากซีผึ้งและไขมะพร้าวในรูปครีมสติก

### การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัญหาของผิวพรรณและการผลิตเซลล์ผิว

ปัญหาผิวพรรณและการผลิตเซลล์ผิวที่พบได้นั้นมีหลายสาเหตุ ไม่ได้มาจากปัจจัยของอายุที่เพิ่มขึ้นแต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังมาจากปัจจัยภายนอกด้วย ซึ่งถ้าผิวของเราถูกรบกวนจากปัจจัยภายนอกมากเท่าไร ก็จะเป็นการเร่งกระบวนการเหี่ยว มีริ้วรอย จุดต่างดำ กระ ฝ้า ผิวขาดความชุ่มชื้น เร่งให้เกิดเร็วขึ้นเท่านั้น สาเหตุหลักที่ทำให้เกิดริ้วรอยก็คงหนีไม่พ้นปัจจัย Exposomes หรือปัจจัยทำร้ายผิวซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็นปัจจัยภายนอก พวกสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ เช่น รังสี UV, ฝุ่นมลภาวะ ฝุ่น PM2.5, โลหะหนัก เช่น การสูบบุหรี่ การทานอาหารที่ไม่สมดุล การนอนหลับพักผ่อนที่ไม่เพียงพอ ความเครียดสะสม และระดับฮอร์โมนที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละช่วงของวัย ก็เป็นปัจจัยที่ทำให้มีการทำลายเส้นใยต่าง ๆ ในผิวเพิ่มมากขึ้นด้วยเพราะปัจจัยทำร้ายผิวเหล่านี้ทำให้เกิดเป็นอนุมูลอิสระ ซึ่งมีอิทธิพลมากในการทำให้เกิดริ้วรอยก่อนวัย และปัญหาผิวหยาบคล้ำ และทำให้เส้นใยในผิวชั้นหนังแท้ เช่น คอลลาเจน และ ไฮยาลูรอนิก แอซิด มีปริมาณลดลง โดยเฉพาะไฮยาลูรอนิก แอซิด ซึ่งเป็นสารที่ทำให้ผิวแน่น ชุ่ม เต่ง และอึดเหนียว สามารถพบได้ทั้งที่ผิวชั้นบนสุด (epidermis) และผิวชั้นล่าง (dermis) ก็จะสามารถถูกปัจจัยทำร้ายผิวต่าง ๆ ทำให้สลายตัวได้โดยง่ายมากกว่าปกติ (Krutmann, 2017)

2. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บำรุงผิว

นันทวัลย์ มิตรประทาน (2554) ได้ให้ความหมายของผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ไว้ว่า ครีมทาผิวเป็นผลิตภัณฑ์ช่วยบำรุงผิว ที่มีส่วนประกอบทั้งน้ำมันและน้ำ ผ่านกระบวนการที่รวมเข้าด้วยกันจนเกิดเป็นเนื้อครีมที่มีความข้น ซึ่งสามารถใช้งานได้ทั้งเวลาเช้าและกลางคืน ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของแต่ละผลิตภัณฑ์ และขึ้นอยู่กับสภาพผิวที่มีความแตกต่างของแต่ละคน ครีมทาผิวไม่เพียงแต่มีคุณสมบัติช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นแก่ผิว แต่ยังช่วยเสริมเกราะปกป้องผิว ช่วยปรับสีผิวให้สม่ำเสมอ และฟื้นฟูสภาพผิวหยาบกร้านให้เนียนนุ่ม ดังนั้นการรู้จักครีมทาผิว และการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพให้เหมาะกับสภาพผิวของตนเอง ถือเป็นสิ่งที่ดี เพราะจะได้ไม่มีปัญหาผิวมากวนใจ ปัจจุบันครีมบำรุงผิวหน้ามียี่ห้อหลากหลายทำให้มีการแข่งขันในตลาดสูง การสร้าง

มูลค่าเพิ่ม (Value Added Creation) เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่จะสร้างมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆให้มีคุณค่าเพิ่มขึ้นในสายตาของผู้บริโภค การสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นสิ่งที่ช่วยเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยการสร้างคุณค่าสำหรับผู้บริโภคให้ดีขึ้น การมีขั้นตอนการผลิตหรือบริการที่ดีกว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มช่วยในการสร้างคุณค่าเพื่อให้ผู้บริโภครับรู้และนำไปสู่การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (Tiphachartyothin, 2014)

### 3. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับไขจากเนื้อมะพร้าว (Coconut Wax)

ไขจากเนื้อมะพร้าว ผลิตจากเนื้อมะพร้าวสกัดเย็นได้น้ำมันมะพร้าว ผ่านกระบวนการไฮโดรจิเนชันโดยเปลี่ยนน้ำมันมะพร้าวเป็นสีขาวครีม ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษ โทลูอินและเบนซีน ไม่มีกลิ่นน้ำมันมีกลิ่นอ่อน ๆ ของมะพร้าว ช่วยให้ผ่อนคลายเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม น้ำมันมะพร้าวช่วยให้ผิวพรรณอ่อนวัยชุ่มชื้น และเนียน เมื่อนำมาขโลมผิว น้ำมันมะพร้าวจะซึมเข้าไปสู่ชั้นในของผิวหนัง ทำให้เนื้อเยื่อแข็งแรง ส่วนการนวดหรือขโลมตัวด้วยน้ำมันมะพร้าว ก็ยังทำให้ผิวพรรณสวยขึ้นผิวดูอ่อนกว่าวัย น้ำมันมะพร้าว เป็นกรดไขมันอิ่มตัว ที่มีโมเลกุลมีความอยู่ตัวสูง จึงไม่เกิดการเติมออกซิเจนที่เป็นตัวการของการเกิดอนุมูลอิสระ ยิ่งไปกว่านั้น น้ำมันมะพร้าวยังมีแอนติออกซิแดนต์ที่ช่วยต่อต้านการเติมออกซิเจนที่ถึงอายุขัย และตายทับถมกันจนผิวหนังแห้ง ให้หลุดออกไปจากผิวหนัง และกระตุ้นให้เกิดเซลล์ใหม่ ทำให้ผิวพรรณดูอ่อนวัย ปราศจากรอยเหี่ยวย่น และอาการชราภาพก่อนวัย เราใช้น้ำมันมะพร้าวเป็นยาป้องกันแดดได้ดี อีกทั้งยังไม่เหนียวเหนอะหนะเหมือนยากันแดดส่วนมาก นอกจากนี้ น้ำมันมะพร้าวสามารถแทรกซึมเข้าไปใต้ผิวหนังอย่างรวดเร็ว ทำหน้าที่เป็นสารเพิ่มความชุ่มชื้น (Moisturizer) ให้แก่ผิวหนังเป็นอย่างดี ทั้งนี้ก็เพราะน้ำมันมะพร้าวเป็นสารตัวเดียวกันกับน้ำมันธรรมชาติ (Sebum) ที่มีอยู่ในต่อมไขมันใต้ผิวหนัง จึงช่วยทำให้ผิวหนังอ่อนนุ่ม ชุ่มน้ำ และเนียน ซึ่งผิดกับเครื่องสำอาง ที่เพียงแต่นำน้ำเข้าไปสู่ผิวอย่างชั่วคราว ไม่นานก็ระเหยออกหมดและผิวก็จะกลับไปเหี่ยวย่นยิ่งกว่าเดิม (ณรงค์ โฉมเฉลา, 2548)

### 4. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับขี้ผึ้ง (Bees wax)

ขี้ผึ้ง (Bees Wax) เป็นสารที่ผึ้งงานผลิตจากต่อมไขผึ้ง เพื่อใช้สร้างซ่อมแซมและปิดฝาหลอดรวง มีลักษณะเป็นเกล็ดขนาดเล็กสีขาวใส มีน้ำหนักเบา ถ้านำแผ่นไขผึ้ง 800,000 เกล็ดมาชั่ง จะพบน้ำหนักไม่ถึงกิโลกรัม และผึ้งต้องกินน้ำหวานมากถึง 8.4 กิโลกรัม เพื่อใช้ผลิตขี้ผึ้ง 1 กิโลกรัม ขี้ผึ้ง (Beeswax) เป็นสารธรรมชาติที่ผึ้งผลิตออกมาจากต่อมไขผึ้ง (Wax Gland) ซึ่งอยู่ใต้ส่วนท้องของผึ้งงานปล้องที่ 4, 5, 6 และ 7 ผึ้งงานที่มีต่อมไขผึ้งเจริญดีคือผึ้งที่มีอายุ 12-17 วัน โดยผึ้งจะผลิตเกล็ดไขผึ้ง (Wax Scale) ออกมาแล้วนำมาเคี้ยวผสมกับน้ำย่อยที่ผลิตมาจากต่อมแมนดิบูลาร์ให้นุ่มเพื่อนำไปสร้างหรือซ่อมแซมรวงรัง (ภาพที่ 1) ขี้ผึ้งถูกนำมาใช้ประโยชน์ในหลายด้านเช่น ทำเทียน ทำแผ่นรังเทียมสำหรับการเลี้ยงผึ้ง ใช้ผสมในเครื่องสำอาง เช่น ลิปสติก โลชั่นทาผิว แชมพูสระผม เป็นต้น (Schmidt et al., 1992)





ภาพที่ 1 เกล็ดไขผึ้ง (wax scale) ที่ผลิตจากต่อมไขผึ้งที่บริเวณส่วนท้องของผึ้งงาน  
ที่มา: ปิยมาศ นานอก (2551)

5. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความสำคัญของบรรจุภัณฑ์เพิ่มคุณค่า

ความต้องการของการใช้บรรจุภัณฑ์ในอดีต คือ ความสามารถในการเก็บรักษาสินค้าให้คงสภาพ (Protection) ในระยะเวลาหนึ่ง หรือจนกว่าจะนำไปใช้ ต่อมาตลาดของสินค้ากระจายกว้างขึ้น จึงเกิดความต้องการบรรจุภัณฑ์เพื่อความสะดวกในการส่งมอบต่อลูกค้าเพื่อความปลอดภัยในการขนส่งและเมื่อมีการแข่งขันมากขึ้น บรรจุภัณฑ์จึงมีบทบาทในด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การเลือกบรรจุภัณฑ์เริ่มเน้นเรื่องความสวยงาม สะดุดตา เรียกร้องความสนใจได้ดีกว่า ตลอดจนพิจารณาถึงความสะดวกในการนำไปใช้ นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เมื่อนำมาใส่ในภาชนะบรรจุที่ออกแบบแตกต่างกัน บรรจุภัณฑ์จะช่วยเพิ่มคุณค่า (Value-added) ให้ผลิตภัณฑ์นั้นได้ ทำให้จำหน่ายได้ราคาสูงขึ้น เพิ่มอุปสงค์หรือความต้องการในสินค้าเพิ่มขึ้นจากผู้บริโภค สามารถขยายตลาดให้ใหญ่ขึ้นและสามารถกระจายสินค้าได้กว้างขึ้น นอกจากนี้การสร้างบรรจุภัณฑ์ด้วยรูปแบบใหม่แตกต่างไปจากที่มีอยู่ในท้องตลาด ช่วยสร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์และเรียกร้องความสนใจให้กับตลาดได้อย่างมาก (สมพงษ์ เพื่องอารมณ์, 2550)

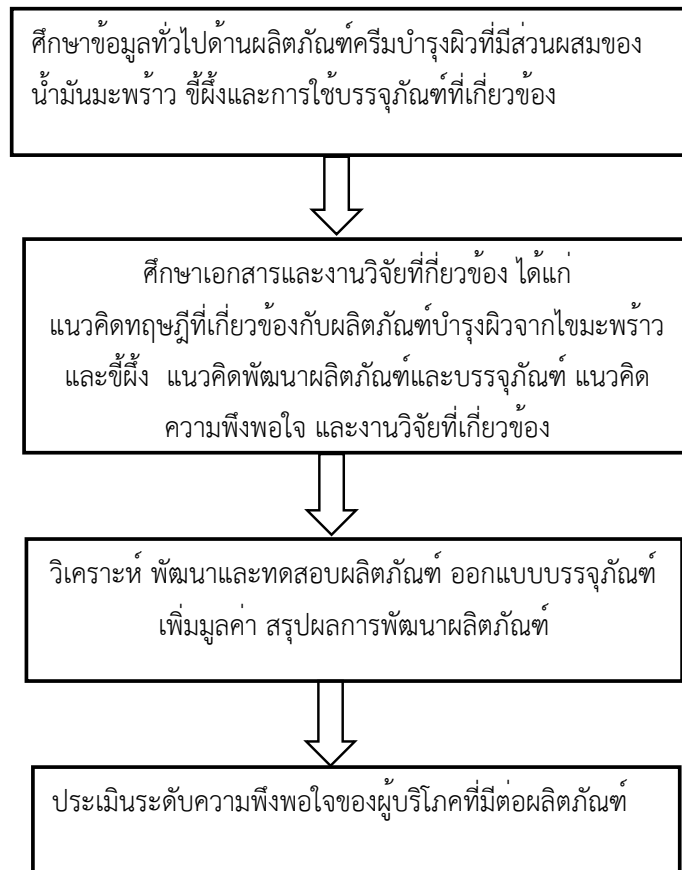


ภาพที่ 2 บรรจุภัณฑ์เพิ่มมูลค่าแบบแท่งสติ๊ก  
ที่มา : ผู้วิจัย

#### 6. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

คอตเลอร์ (Kotler, 1994) กล่าวถึงความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ว่าเป็นการตัดสินใจของลูกค้าที่มีต่อการนำเสนอคุณค่าทางการตลาด และทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อซึ่งจะเกี่ยวข้องกับรูปแบบของสินค้าที่นำเสนอออกมา และเชื่อมโยงไปถึงความคาดหวังของลูกค้า นอกจากนี้ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า โดยระดับความพอใจของลูกค้าจะเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์ตามผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของบุคคล นักการตลาดและฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) การสร้างคุณค่าเพิ่มเกิดจากการผลิต (Manufacturing) และจากการตลาด (Marketing) รวมทั้งมีการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่าง ๆ โดยจัดหลักการสร้างคุณภาพรวม (Total Quality)

## กรอบแนวความคิดในการทำวิจัย



## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิในประเด็นที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางการวิจัย และศึกษาข้อมูลจากเอกสารและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง โดยการวิเคราะห์ ข้อมูลเชิงเนื้อหา เพื่อนำมาวางแผนสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวจากขี้ผึ้งและไขมันมะพร้าวในรูปครีม สติก โดยมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวจากขี้ผึ้งและไขมันมะพร้าวเพื่อขึ้นรูปครีมในแท่งสติก และหลังจากได้ ตัวอย่างผลิตภัณฑ์จึงได้นำมาประเมินระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ครีม บำรุงผิวจากขี้ผึ้งและไขมันมะพร้าวในรูปครีมสติก

### 2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ นักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพการแพทย์แผนไทย หลักสูตรแผน ก. สำหรับผู้ใหญ่วัยทำงานแล้วอายุ 30 ปีขึ้นไป จำนวน 100 คน พำนักในเขตกรุงเทพมหานคร ได้จากการหาขนาดตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan (1970) กำหนดระดับความเชื่อมั่น



ที่ 95% และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนในการประมาณไม่เกิน 5% จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ 80 คน และเพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการตอบแบบสอบถาม ทางผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 100 คน โดยเก็บข้อมูลจากวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีการพัฒนาเนื้อครีมบำรุงผิวจากขี้ผึ้งและไขมะพร้าวเพื่อการขึ้นรูปครีมในแท่งสติก โดยทำการทดสอบผลิตภัณฑ์ความคงสภาพของเนื้อครีม และมีการประเมินระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวจากขี้ผึ้งและไขมะพร้าวในรูปครีมสติก ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามออนไลน์ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 8 คำถาม แบบเลือกตอบ (Rating Scale)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามประเมินระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวจากขี้ผึ้งและไขมะพร้าวในรูปครีมสติก จำนวน 10 คำถาม แบบเลือกตอบ (Rating Scale)

### 4. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือเสนอผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง (Construct Validity) ความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ความชัดเจนของข้อคำถาม และความสอดคล้องของเครื่องมือวิจัย โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Object Congruence - IOC) ของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อพิจารณาคัดเลือกเฉพาะข้อรายการ (Items) ที่มีค่า IOC = 0.50 ขึ้นไปนำไปใช้ได้ (Rovinelli & Hambleton, 1977) โดยค่าความสอดคล้องของเครื่องมือวิจัยมีค่าเท่ากับ 0.83 จากนั้นทำการหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลอง (Try Out) กับบุคคลที่มีลักษณะเช่นเดียวกับผู้บริโภค โดยกลุ่มบุคคลที่ใช้ในการทดลองแบบสอบถามครั้งนี้คือ กลุ่มผู้บริโภคที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยจำนวน 30 คน และหาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.95 สอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่าค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมืออยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ควรมากกว่า 0.70 ถือว่าเครื่องมือมีคุณภาพสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

### 5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ google form เพื่อประเมินความพึงพอใจ จำนวน 100 คน จากนั้นนำแบบสอบถามดังกล่าวมาทำการลงรหัสเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

### 6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation: S.D.)

### ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการพัฒนาเนื้อครีมบำรุงผิวจากขี้ผึ้งและไขมันแพรว มีผลการทดสอบก่อนและหลังความคงสภาพของเนื้อครีมในผลิตภัณฑ์ เพื่อทำการขึ้นรูปครีมในแท่งสติก เป็นเวลา 7 วัน ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบก่อนและหลังความคงสภาพของเนื้อครีมในผลิตภัณฑ์

| สูตร                                                        | สี       | กลิ่น                                                    | การแยกชั้น      | ค่า pH |
|-------------------------------------------------------------|----------|----------------------------------------------------------|-----------------|--------|
| ครีมบำรุงผิวจากขี้ผึ้ง<br>และไขมันแพรว<br>(ก่อนทดสอบ)       | ครีมอ่อน | Lemon Essential Oil<br>ผสม Orange Sweet<br>Essential Oil | ไม่มีการแยกชั้น | 6.52   |
| ครีมบำรุงผิวจากขี้ผึ้ง<br>และไขมันแพรว<br>(หลังทดสอบ 7 วัน) | ครีมอ่อน | Lemon Essential Oil<br>ผสม Orange Sweet<br>Essential Oil | ไม่มีการแยกชั้น | 6.57   |

จากตารางที่ 1 พบว่าผลที่ได้จากการทดสอบผลิตภัณฑ์ หลังการทดสอบความคงสภาพเมื่อทิ้งไว้เป็นเวลา 7 วัน ในสถานที่ที่มีอุณหภูมิแตกต่างกัน ที่อุณหภูมิห้อง, แช่เย็นที่อุณหภูมิ 4 องศาเซลเซียส และนำไปไว้ในที่โล่งแจ้ง ได้ผลการทดสอบ ดังนี้

ครีมบำรุงผิวจากขี้ผึ้งและไขมันแพรว ผลิตภัณฑ์มีเนื้อครีมเป็นสีครีมอ่อน มีกลิ่นสารสกัดธรรมชาติจาก Lemon Essential Oil และ Orange Sweet Essential Oil และไม่มีการแยกชั้น เมื่อวัดค่า pH โดยใช้เครื่องวัดค่า pH พบว่ามีค่า pH เท่ากับ 6.57 โดยผลิตภัณฑ์ถนอมผิวได้รับการปรับค่า pH ให้มีความสมดุลในระดับเหมาะสม เมื่อวัดระดับค่าความเป็นกรด-ด่าง หรือ ค่า pH อยู่ในระดับความเป็นกลางซึ่งอยู่ในช่วงระหว่าง pH 5-7 โดยเนื้อครีมมีความคงสภาพดี แม้เก็บในอุณหภูมิที่แตกต่างกันทำให้ไม่เป็นอุปสรรคต่อการบรรจุครีมในแท่งสติก เนื้อครีมมีความละเอียดชุ่มชื้น มีความอ่อนโยนไม่ระคายเคืองต่อผิว



ภาพที่ 3 ครีมบำรุงผิวจากขี้ผึ้งและไขมะพร้าวบรรจุลงแท่งสติ๊ก ขนาด 15 กรัม  
ที่มา : ผู้วิจัย

ส่วนที่ 2 ผลการประเมินระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวจากขี้ผึ้งและไขมะพร้าวในรูปครีมสติ๊ก

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานของผู้บริโภค

ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพการแพทย์แผนไทย หลักสูตรแผน ก. สำหรับผู้ใหญ่้วยทำงานเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 64 ส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 45 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 44 โดยส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 31 มีรายได้ระหว่าง 10,000-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 55 ไม่มีประวัติการแพ้ต่อสารสมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 85 และชอบใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 65 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวจากขี้ผึ้งและไขมะพร้าวในรูปครีมสติ๊ก

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์จากซีฟู้ดและไข่มะพร้าวในรูปครีมสตีก

| ประเด็นด้านความพึงพอใจ                                                                                 | ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค |      |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|------|-----------|
|                                                                                                        | $\bar{X}$                    | SD   | แปลผล     |
| 1. รูปแบบบรรจุภัณฑ์แห่งสตีกของผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวจากซีฟู้ดและไข่มะพร้าวมีความสวยงามดูทันสมัย         | 4.50                         | .611 | มากที่สุด |
| 2. ระดับความหอมของครีมบำรุงผิวจากซีฟู้ดและไข่มะพร้าวรูปครีมสตีกมีความเหมาะสม                           | 4.34                         | .714 | มาก       |
| 3. สีของครีมบำรุงผิวจากซีฟู้ดและไข่มะพร้าวรูปครีมสตีกมีความน่าใช้ละมุนต่อสายตา                         | 4.37                         | .706 | มาก       |
| 4. ระดับความมันของเนื้อครีมบำรุงผิวจากซีฟู้ดและไข่มะพร้าวรูปครีมสตีกมีความเหมาะสม                      | 4.46                         | .576 | มาก       |
| 5. ความละเอียดของเนื้อครีมบำรุงผิวจากซีฟู้ดและไข่มะพร้าวรูปครีมสตีกมีความนุ่มต่อผิวสัมผัส              | 4.46                         | .576 | มาก       |
| 6. ความลื่นของเนื้อครีมจากซีฟู้ดและไข่มะพร้าวรูปครีมสตีกต่อผิวสัมผัสมีความเหมาะสม                      | 4.42                         | .669 | มาก       |
| 7. เมื่อทาครีมบำรุงผิวจากซีฟู้ดและไข่มะพร้าวรูปครีมสตีกแล้ว รู้สึกผิวคงความชุ่มชื้นไม่แห้งเร็วจนเกินไป | 4.55                         | .626 | มากที่สุด |
| 8. บรรจุภัณฑ์แห่งครีมสตีกของผลิตภัณฑ์มีความสะดวก ถูกสุขอนามัย พกพาง่ายต่อการนำไปใช้ในสถานที่ต่าง ๆ     | 4.66                         | .536 | มากที่สุด |
| 9. รสนิยมในการใช้ผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวที่มีส่วนผสมของซีฟู้ดและไข่มะพร้าวธรรมชาติ                       | 4.49                         | .577 | มากที่สุด |
| 10. ความพึงพอใจภาพรวมของการใช้ผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวจากซีฟู้ดและไข่มะพร้าวรูปแบบครีมสตีก                | 4.54                         | .520 | มากที่สุด |
| ภาพรวมเฉลี่ย                                                                                           | 4.48                         | .622 | มาก       |

จากตารางที่ 2 พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวจากซีฟู้ดและไข่มะพร้าวในรูปครีมสตีก โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านความสะดวกถูกสุขอนามัยโดยไม่ต้องใช้มือสัมผัสเนื้อครีม พกพาง่ายต่อการนำไปใช้ในสถานที่ต่างๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ เนื้อครีมบำรุงคงความชุ่มชื้นยาวนานต่อผิวพรรณ และความพอใจในรูปแบบบรรจุภัณฑ์แห่งครีมสตีกของผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวมีความสวยงามทันสมัย ตามลำดับ



ภาพที่ 4 ครีมสติ๊กบำรุงผิวจากขี้ผึ้งและไขมะพร้าว ขนาด 15 กรัม

ที่มา : ผู้วิจัย

#### อภิปรายผล

จากผลการศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวจากขี้ผึ้งและไขมะพร้าวในรูปครีมสติ๊กสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผลการศึกษการพัฒนาผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวจากขี้ผึ้งและไขมะพร้าวในรูปครีมสติ๊กพบว่า ครีมบำรุงผิวจากขี้ผึ้งและไขมะพร้าวมีเนื้อครีมเป็นสีครีมอ่อน ไขจากเนื้อมะพร้าว ผลิตภัณฑ์จากเนื้อมะพร้าวสกัดเย็นได้น้ำมันมะพร้าว ผ่านกระบวนการไฮโดรจิเนชันโดยเปลี่ยนน้ำมันมะพร้าวเป็นสีขาวครีม ดีต่อสุขภาพ เนื่องจากไม่มีสารพิษ มีกลิ่นหอมจากสารสกัดธรรมชาติ โดยผลิตภัณฑ์ถนอมผิวได้รับการปรับค่า pH ให้มีความสมดุลในระดับเหมาะสม เมื่อวัดระดับ ค่า pH อยู่ในระดับความเป็นกลางซึ่งอยู่ในช่วงระหว่าง pH 5-7 โดยเนื้อครีมมีความคงสภาพดี แม้เก็บในอุณหภูมิที่แตกต่างกันทำให้ไม่เป็นอุปสรรคต่อการบรรจุครีมในแท่งสติ๊ก เนื้อครีมมีความละเอียดชุ่มชื้น มีความอ่อนโยนไม่ระคายเคืองต่อผิว น้ำมันมะพร้าวยังมีแอนติออกซิแดนต์ที่ช่วยต่อต้านการเติมออกซิเจนที่ถึงอายุขัย และตายทับถมกันจนผิวหนึ่งแห่ง ให้หลุดออกไปจากผิวหนึ่ง และกระตุ้นให้เกิดเซลล์ใหม่ ทำให้ผิวพรรณดูอ่อนวัย ปราศจากรอยเหี่ยวย่น และอาการชราภาพก่อนวัย เราใช้น้ำมันมะพร้าวเป็นยาป้องกันแดดได้ดี อีกทั้งยังไม่เหนียวเหนอะหนะเหมือนยากันแดดส่วนมาก นอกจากนี้ น้ำมันมะพร้าวสามารถแทรกซึมเข้าไปใต้ผิวหนึ่งอย่างรวดเร็ว ทำหน้าที่เป็นสารเพิ่มความชุ่มชื้น (moisturizer) ให้แก่ผิวหนึ่งเป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤตชน วงศ์รัตน์, โสภภาพร กล้าสกุล และกนกพร บุญธรรม (2565) ได้ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวสูตรเข้มข้นน้ำมันมะพร้าวเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจชุมชนบ้านแสงอรุณ อำเภอทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า น้ำมันมะพร้าวคือสารให้ความชุ่มชื้นตามธรรมชาติ องค์ประกอบหลักของน้ำมันมะพร้าวเป็นกรดไขมันอิ่มตัว 92%



จึงไม่ก่อให้เกิดอนุมูลอิสระ ตามปกติผิวหนังจะสูญเสียความชุ่มชื้นเพราะถูกแดด และลมहाกใช้ทาทั่วใบหน้า บางๆ สามารถทิ้งไว้โดยไม่ต้องล้างออกจะช่วยให้ผิวหนังเนียนนุ่มไม่แห้งกร้าน อีกทั้งช่วยปกป้องผิว จากแสงแดด หลังจากได้ศึกษาข้อมูลแล้วจึงดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวสูตรเข้มข้นน้ำมันมะพร้าว โดยเนื้อครีมมีสีขาว มีกลิ่นหอม อุดมด้วยสารสกัดเข้มข้นจากน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์ มีวิตามินอีสูง ช่วยให้ความชุ่มชื้นแก่ผิวที่แห้งกร้านโดยเฉพาะข้อศอก หัวเข่าและผิวบริเวณที่ต้องการให้เกิดความชุ่มชื้นเป็นพิเศษ เนื้อครีมเข้มข้นบางเบา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรวรรณ ดวงภักดี (2554) ได้ศึกษา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ลิปบาล์มและโลชั่นบำรุงผิวจากน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์และน้ำผึ้ง พบว่าสารสกัดพรอพอล ลิสมีสารต้านอนุมูลอิสระสูง การพัฒนาลิปบาล์มที่มีส่วนผสมของไขผึ้งและน้ำผึ้งเป็นส่วนสำคัญ ควรมีสัดส่วน ไขผึ้งไม่เกินร้อยละ 25 เพราะจะทำให้เนื้อของลิปบาล์มแข็งเกินไป สัดส่วนของน้ำมันมะพร้าวไม่เกินร้อยละ 25 เพราะจะทำให้กลิ่นฉุนของน้ำมันมะพร้าวแรงเกินไป น้ำผึ้งหรือไขผึ้งที่มีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 20 จะส่งผล ต่อการกระจายตัวของลิปบาล์มเกิดความไม่สม่ำเสมอ เมื่อทดสอบความคงตัวที่สภาวะต่างๆ พบว่าไม่มีลักษณะ เปลี่ยนแปลงทางกายภาพคือเนื้อของลิปบาล์มไม่เหนียวหรือแข็งตัวขึ้น ยังคงมีกลิ่นน้ำหอมอยู่ ค่า pH ไม่เปลี่ยนแปลง

2. ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิว จากขี้ผึ้งและไขมะพร้าวในรูปครีมสติก พบว่า บริโภคมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวจากขี้ผึ้ง และไขมะพร้าวในรูปครีมสติก โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าด้านความสะดวกถูกสุขอนามัยโดยไม่ต้องใช้มือสัมผัสเนื้อครีม พกพาง่ายต่อการนำไปใช้ในสถานที่ต่างๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ เนื้อครีมบำรุงคงความชุ่มชื้นยาวนานต่อผิวพรรณ และความพอใจ ในรูปแบบบรรจุภัณฑ์แท่งครีมสติกของผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวมีความสวยงามทันสมัยสอดคล้องกับงานวิจัย ของ กฤตชน วงศ์รัตน์, โสภาพร กล่ำสกุล และกนกพร บุญธรรม (2565) พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจ ต่อผลิตภัณฑ์มีเนื้อครีมเข้มข้นบางเบา ทาแล้วซึมลงสู่ผิวหนังได้ดีมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ เนื้อครีมมีความนุ่มอ่อนโยนต่อผิวไม่เหนียวจับกับผิวได้ดี มีกลิ่นหอม ไม่ระคายเคืองต่อผิว การบรรจุภัณฑ์สวยงามและน่าสนใจ สามารถป้องกันน้ำและเหงื่อไม่ไหลเยิ้มระหว่างวัน มีรายละเอียดส่วนผสม และป้ายฉลากที่ชัดเจน สามารถป้องกันผิวไหม้และหมองคล้ำ และสามารถป้องกันผิวจากรังสี UV จากแสงแดดได้ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรวรรณ ดวงภักดี (2554) พบว่า อาสาสมัครจำนวน 60 คน มีความพึงพอใจต่อลิปบาล์มที่มีความลื่น ซึมซาบเร็ว ไม่เหนียวเหนอะ และมีความชุ่มชื้น โดยอาสาสมัคร แนะนำว่าเพื่อหลีกเลี่ยงกลิ่นหืนของน้ำมันมะพร้าว ที่มีความชัดเจนมากเกินไป ในสูตรที่มีน้ำมันมะพร้าว ควรมีสัดส่วนอยู่ในระดับร้อยละ 10 เป็นระดับที่ยอมรับได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ มันทาภรณ์ อนุเวชพงษ์ (2559) ศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมและทัศนคติต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางดูแลผิว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางค์ดูแลผิว โดยมีความเห็นว่ ความแตกต่างของบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทดูแลผิว สามารถสื่อสารถึงมูลค่าและความน่าเชื่อถือ

ของเครื่องสำอางประเภทดูแลผิวหรือตราสินค้านั้นได้ รวมถึงมีส่วนในการตัดสินใจทดลองใช้เครื่องสำอางประเภทดูแลผิวด้วย นอกจากนี้ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ เน้นความสะดวกและความรวดเร็วต่อการใช้งานเหมือนกัน ดังนั้น การออกแบบเครื่องสำอางค์ประเภทดูแลผิวจึงจำเป็นต้องมีการศึกษาพฤติกรรมการใช้งานและทัศนคติของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายด้วย

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผลการวิจัยสามารถนำไปสู่นโยบายด้านการส่งเสริมสนับสนุนเกษตรกรผู้ปลูกมะพร้าวและผู้ทำฟาร์มเลี้ยงผึ้งต่อการแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม เนื่องจากประเทศไทยมีการเพาะปลูกมะพร้าวและการทำฟาร์มเลี้ยงผึ้งอยู่มาก โดยหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร กรมปศุสัตว์ สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ให้ความรู้ด้านวิชาการและเทคโนโลยีในการช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์วัตถุดิบที่เกี่ยวข้องให้มีคุณภาพให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคมากขึ้น เป็นการสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็ง โดยหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนช่วยเหลือด้านความรู้ เทคโนโลยี ทุน การบริหารจัดการร่วมมือกับภาคเอกชน เชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนไปสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

### 2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

ผลสรุปที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดการนำวัตถุดิบจากมะพร้าวและประโยชน์ที่ได้จากผึ้งมาออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดสถานะสินค้าวัตถุดิบล้นตลาดหรือเกินความต้องการของผู้บริโภค (Over Supply) จึงต้องผลิตและพัฒนาสินค้าเพิ่มมูลค่า เน้นความสะดวก สุขอนามัย และความรวดเร็วต่อการใช้งานและบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามทันสมัยเพิ่มขึ้นในราคาเหมาะสม และสามารถได้เปรียบในการแข่งขัน

### 3. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ควรมีการศึกษาวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ครีมบำรุงผิวจากขี้ผึ้งและไขมะพร้าวสูตรอื่น เช่น การยกระดับพัฒนาครีมที่มีสูตรช่วยชะลอวัยบนผิวพรรณให้ตรงกับผู้บริโภคที่เป็นประชากรสูงวัยที่เพิ่มขึ้นในตลาดปัจจุบัน เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์และการตลาดมากขึ้น

3.2 ควรมีการศึกษาวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ครีมบำรุงผิวให้มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สามารถย่อยสลายได้เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์หมดแล้ว ทดแทนบรรจุภัณฑ์แบบพลาสติก

3.3 ควรวิจัยเชิงคุณภาพ สอบถามผู้ใช้ และควรสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคอื่นที่ไม่ใช่นักศึกษา

## เอกสารอ้างอิง

- กฤตชน วงศ์รัตน์, โสภพร กล้าสกุล และกนกพร บุญธรรม.(2565). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวสูตรเข้มข้นน้ำมันมะพร้าวเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจชุมชนบ้านแสงอรุณ อำเภอบ้านเสาย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 17(1), 63-73.
- ณรงค์ โฉมเฉลา. (2548). บทบาทของน้ำมันมะพร้าวต่อสุขภาพและความงาม, เครือข่ายพืชปลูกพื้นเมืองไทย. *วารสารองค์การเภสัชกรรม*, 33(1), 26-29.
- นันทวัลย์ มิตรประทาน. (2554). ปัจจัยที่มีผลพฤติกรรมการซื้อครีมบำรุงผิวกายเพื่อป้องกันแสงแดดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. *ปริญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*.
- ปิยมาศ นานอก. (2551). ฝั่งและการใช้ประโยชน์. *ก้าวทันโลกวิทยาศาสตร์*, 8(2), 75-81.
- ปภาวดี คล่องพิทยาพงษ์, อธิชัย, จันทรัตน์, และรัฐพล. (2563). การศึกษาความปลอดภัย และประสิทธิภาพของตำรับผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของน้ำมันรำข้าวที่มีสารแกมมาโอไรซานอล ปริมาณ 18,000 พีพีเอ็มในการเพิ่มความแข็งแรงของเกราะป้องกัน และความชุ่มชื้นผิวหนังสำหรับคนผิวแห้ง. *คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย*.
- มันตาภรณ์ อนุะวัชพงษ์. (2559). พฤติกรรมการเลือกซื้อและทัศนคติต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางประเภท ดูแลผิวของผู้บริโภคเพศชายสมัยใหม่. *วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการสื่อสาร, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์*.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. *ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์*.
- สาริศา เทียนทอง. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวออร์แกนิกแบรนด์ไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *ปริญาการจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล*.
- สมพงษ์ เพื่องอารมณ์. (2550). บรรจุภัณฑ์กับการส่งออก (Export Packaging). *จามจุรีโปรดักท์*.
- อรรณพ ดวงภักดี. (2554). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ลิปบาล์มและโลชั่นบำรุงผิวจากน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์และน้ำผึ้ง. *สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา*.
- Kotler, P. (1994). Reconceptualizing Marketing: An Interview with Philip Kotler. *European Management Journal*, 12, 353-361.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Krutmann J, et al., (2017). The skin aging exposome. *J Dermatol Sci*, 85(3): 152-161.
- Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric theory*. (2nd Ed). McGraw-Hill.

- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Tijdschrift voor Onderwijsresearch*, 2(2), 49–60.
- Schmidt et al., (1992). Testing the Null Hypothesis of Stationarity against the Alternative of a Unit Root. *Journal of Econometrics*, 54(3), 159-178.
- Tipphachartyothin, P. (2014). Quality control: The importance of consistency. *Journal of productivity world*, 19(110), 91-96.