

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

ผลกระทบจากสภาวะโลกร้อน ทำให้ประเทศต่างๆทั่วโลกหันมาใส่ใจช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งความพยายามของรัฐบาลหลายๆประเทศในการร่วมมือกำหนดแนวทางการลดภาวะโลกร้อน ส่งผลให้ผู้บริโภคในปัจจุบันหันมาใส่ใจในเรื่องสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น เห็นได้จากการรณรงค์การใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและให้ความสำคัญกับสินค้าอินทรีย์ ด้วยเหตุนี้ส่งผลทำให้แนวโน้มการค้าสินค้าอินทรีย์ทั่วโลกเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วกระตุ้นให้ผู้คนหันมาเลือกใช้สินค้าอินทรีย์กันมากขึ้น เห็นได้จากมูลค่าตลาดรวมสินค้าอินทรีย์ของประเทศไทยในปี 2554 มีมูลค่าสูงถึง 5,000 ล้านบาทและมีอัตราการเจริญเติบโตร้อยละ 15 จากปี 2553 (ASTV ผู้จัดการออนไลน์, 26 พฤษภาคม 2554) อีกทั้ง ธุรกิจบริการด้านสุขภาพและความงามของไทยมีแนวโน้มขยายตัวสูงขึ้นในปี 2554 ตลาดเครื่องสำอางส่งออกยังเติบโตไม่ต่ำกว่า 25 % (ปานทิพย์ เปลียนโมฬี, 2553) ขณะที่ภาพรวมตลาดเครื่องสำอางในประเทศยังคงเติบโตดี ภาวะเศรษฐกิจในประเทศมีแนวโน้มขยายตัว โดยเฉพาะเครื่องสำอางประเภทอินทรีย์ (Organic Cosmetics) เป็นอีกตลาดที่มาแรงเป็นไปตามกระแสของโลกที่พยายามกลับคืนสู่ธรรมชาติ โดยภาพรวมธุรกิจผลิตภัณฑ์สปาในจังหวัดเชียงใหม่มีลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศประมาณ 100,000 คนต่อปี ในปี 2552 ธุรกิจผลิตภัณฑ์สปาในจังหวัดเชียงใหม่สามารถสร้างรายได้รวมประมาณ 700 - 800 ล้านบาทและในปี 2553 คาดว่าจะมีรายได้รวมประมาณ 500 ล้านบาท มูลค่าตลาดรวมของธุรกิจผลิตภัณฑ์สปาในจังหวัดเชียงใหม่ มีมูลค่าตลาดที่ 5,000 ล้านบาท แบ่งออกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยประมาณร้อยละ 30 และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศร้อยละ 70 (สยามรัฐ, 28 สิงหาคม 2555)

จากสภาวะความต้องการของสินค้าอินทรีย์ที่เพิ่มขึ้นเป็นเหตุให้มีการก่อตั้ง บริษัท เชียงใหม่ ออร์แกนิก แอนด์ สปา จำกัด เมื่อปี 2548 ทางบริษัทมีนโยบายที่ผลิตผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในธุรกิจสปาที่เป็นสินค้าอินทรีย์ทั้งหมด กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดจะเน้นการผลิตโดยใช้วัตถุดิบที่

ผ่านการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์เท่านั้น ปัจจุบันสามารถส่งออกสบู่อินทรีย์จำนวนไม่ต่ำกว่า 30,000 ก้อนต่อเดือน ส่งออกไปยังประเทศ สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น (อาซิณญา อรุณีพัฒน์พงษ์, 2555)

ผลิตภัณฑ์สบู่ของบริษัท เชียงใหม่ออร์แกนิกแอนด์สปา เป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเครื่องสำอางแรกของประเทศไทยที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์สากล เช่น BioAgriCert และ USDA โดยกระบวนการขึ้นรูปของสบู่สามารถขึ้นรูปได้เองผ่านกระบวนการที่เรียกว่า Cold process ทำให้สบู่ที่ได้แตกต่างจากผลิตภัณฑ์สบู่ที่มีอยู่ในท้องตลาดทั่วไป คือ สบู่ที่ได้จะมีคุณสมบัติเก็บกักความชุ่มชื้นแก่ผิวและปรับสภาพให้ผิวนุ่มยิ่งขึ้น มาจากเป็นคุณสมบัติเด่นของกลีเซอริน อีกทั้งยังมีการนำสมุนไพรไทยซึ่งมีคุณสมบัติที่โดดเด่นมาผลิตเป็นสินค้าสบู่อินทรีย์ที่มีคุณสมบัติที่แตกต่างกันทั้ง 10 กลิ่น ถือได้ว่าสบู่อินทรีย์ของบริษัท เชียงใหม่ออร์แกนิกเป็นสินค้าที่บ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ของไทยทั้งกลิ่นสบู่และบรรจุภัณฑ์ อีกทั้งการนำเสนอที่เข้ากับยุคสมัยปัจจุบันที่ผู้คนต้องการรักษาสุขภาพและสิ่งแวดล้อม โดยมีการวางตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เป็นสินค้านวัตกรรมใหม่ที่ได้รับการยอมรับในประสิทธิภาพและได้มาตรฐาน จึงมีคู่แข่งทางตรงน้อย เช่น สบู่อินทรีย์ยี่ห้อ L'occitane โดยสบู่อินทรีย์มีราคาขายกิโลละ 150 บาท และคู่แข่งทางอ้อม คือ สบู่สมุนไพรดอกบัวคู่ และสินค้าใกล้เคียง การวางเป้าหมายการตลาด คือ ต้องการขยายสัดส่วนทางการตลาดจากปัจจุบันที่แบ่งเป็นตลาดในประเทศ 25% ต่างประเทศ 75% ให้เป็นตลาดในประเทศ 50% และตลาดต่างประเทศ 50% (www.chiangmaiorganics.com, 2555)

จากแนวโน้มการขยายตลาดสินค้าอินทรีย์ทั่วโลกที่เพิ่มขึ้นทำให้สินค้าสบู่อินทรีย์ของบริษัท เชียงใหม่ออร์แกนิกแอนด์สปา จำกัด ได้รับการตอบรับอย่างดีและมียอดขายที่เพิ่มสูงขึ้นในตลาดต่างประเทศ แต่ในทางกลับกันตลาดสินค้าสบู่อินทรีย์ในประเทศไทยกลับไม่เป็นที่ต้องการมากนัก อาจเป็นเพราะสินค้าสบู่อินทรีย์เป็นสินค้าใหม่ในตลาดคนไทยและมีราคาค่อนข้างสูง อีกทั้งคนไทยยังไม่มีความรู้ถึงประโยชน์และคุณค่าของสินค้าอินทรีย์เท่าที่ควร จึงทำให้การวางตลาดครั้งแรกในประเทศไทยมียอดขายภายในประเทศออกมาไม่ดี เป็นเหตุให้มีการศึกษาในครั้งนี้นี้ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์ความต้องการในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สบู่อินทรีย์ของบริษัท เชียงใหม่ ออร์แกนิก แอนด์ สปา จำกัด ศึกษาความคิดเห็นของประชากรในจังหวัด เชียงใหม่ที่มีต่อส่วนผสมการตลาดของผลิตภัณฑ์สบู่อินทรีย์ของบริษัท เชียงใหม่ออร์แกนิก แอนด์ สปา จำกัด ผลการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ โดยตรง ข้อมูลที่ได้จะนำไปปรับปรุงพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งยังช่วยในการเพิ่มช่องทางการตลาดและกลยุทธ์ใหม่ๆ ให้เหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์อีกด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อส่วนผสมการตลาดของผลิตภัณฑ์สบู่อินทรีย์ของ บริษัท เชียงใหม่ออร์แกนิก แอนด์ สปา จำกัด

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. เพื่อให้เข้าใจถึงความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อส่วนผสมการตลาดของผลิตภัณฑ์สบู่อินทรีย์ของบริษัท เชียงใหม่ออร์แกนิก แอนด์ สปา จำกัด
2. เพื่อนำผลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การปรับเปลี่ยนสถานที่จัดจำหน่ายและกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ เพื่อการได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจมากขึ้น

1.4 นิยามศัพท์

ความคิดเห็น (Opinion) หมายถึง การแสดงออกถึงคำตอบที่ตัวแทนจำหน่ายได้แสดงออกต่อสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง โดยเฉพาะจากคำถามที่ได้รับ อาจรวมถึงความรู้สึก ทศนคติ ความเชื่อ และค่านิยมของแต่ละบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของ เรื่องราว หรือสถานการณ์ต่างๆ ที่ประสบในสังคม โดยมีพื้นฐาน มาจากภูมิหลังทางสังคม ความรู้ ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมต่างๆ ของบุคคลนั้นๆ โดยไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว

สบู่อินทรีย์ (Organic Soap) หมายถึง สบู่ที่สามารถขึ้นรูปได้ด้วยตัวเองหรือผ่านกระบวนการที่เรียกว่า Cold-process เกิดจากการผสมน้ำมันพืชอินทรีย์และน้ำด่างบริสุทธิ์ โดยเริ่มจากการผสมน้ำมันพืชอินทรีย์เข้ากับน้ำด่างที่มีความเข้มข้นประมาณ 10% และ 15% โดยในปฏิกิริยาด่างจะเข้าไปสร้างพันธะกับกรดไขมันจากน้ำมันพืชได้เกลือของกรดไขมันออกมา โดยเกลือของกรดไขมันที่ได้ คือ สบู่ นั่นเอง โดยโซดาไฟไม่ได้เป็นส่วนผสมอินทรีย์ในผลิตภัณฑ์ แต่อยู่ในรายการที่ได้รับอนุญาตให้เป็นส่วนผสมที่สามารถใช้ในการทำขึ้นรูปผลิตภัณฑ์อินทรีย์ แม้ว่าจะมีน้ำด่างที่เหลือมีความเข้มข้น 10-15% ที่เราใส่ในที่ตอนเริ่มของกระบวนการยังคงมีส่วนน้อยเมื่อเทียบกับร้อยละสารอินทรีย์ของผลิตภัณฑ์ ซึ่งหมายความว่าได้เนื้อสบู่มากกว่า 85-90%

USDA (United States Department of Agriculture: USDA) หมายถึง เป็นตรารับรองอาหารและผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกของสหรัฐอเมริกา โดยเกณฑ์การได้รับมาตรฐาน USDA คือผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมหรือทำมาจากผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลผลิตทางการเกษตรที่มีการผลิตแบบอินทรีย์ที่ถูกต้องตามกฎหมายของกระทรวงเกษตรสหรัฐฯ มีการจัดการที่เป็นไปตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนดในทุกขั้นตอนของขบวนการผลิตโดยผลิตภัณฑ์จะได้ประกาศนียบัตรรับรองการเป็น “Organic” จากองค์กรกระทรวงเกษตรสหรัฐฯ สินค้าทุกประเภทที่ได้รับการรับรองจะต้องแสดงหลักฐานประกาศนียบัตรรับรองบนฉลากของสินค้าหรือรับรองส่วนประกอบของสินค้านั้น มาตรฐาน USDA ได้กำหนดโดยหน่วยงาน National Organic Program (NOP) กระทรวงเกษตรสหรัฐฯ วัตถุประสงค์เพื่อแยกความแตกต่างระหว่างสินค้าเครื่องสำอางที่เป็นธรรมชาติ (Natural Products) คือ ไม่มีส่วนผสมของสารเคมี และสินค้าเครื่องสำอางที่เป็นอินทรีย์ (Organic Products) คือ ผลิตจากส่วนผสมที่มาจากอินทรีย์ โดยกลุ่มผู้บริโภคในสหรัฐฯ เชื่อว่าผลิตภัณฑ์ที่มีตราประทับ USDA Organic คือ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นออร์แกนิกอย่างแท้จริง