

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

จากการศึกษาของบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เพื่อการจัดลำดับศักยภาพอุตสาหกรรมไทยในปี 2545 พบว่า อุตสาหกรรม “น้ำดื่มบรรจุขวด” ของไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มี “แนวโน้มดี” (พูลทรัพย์ สีนะนิธิกุล, 2545: 5-6) จัดว่าเป็นอุตสาหกรรมการผลิตน้ำดื่มที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในทวีปเอเชียและมีตลาดขนาดใหญ่ติดอันดับ 1 ใน 10 ของโลก ตลาดน้ำดื่มบรรจุขวดในประเทศไทยปัจจุบันมีมูลค่าประมาณ 1.5 หมื่นล้านบาทและมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วเนื่องจากผู้ประกอบการรายใหญ่ได้หันมาทำตลาดและผลจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาดูแลสุขภาพมากขึ้น โดยมีตราหือน้ำดื่มทั่วประเทศกว่า 600 ตราสินค้า (Marketinfo, 2550: ออนไลน์)

ตลาดน้ำดื่มในประเทศไทยสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ส่วนตลาดย่อย (Segment) ตามขนาดและรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ คือ ตลาดน้ำดื่มบรรจุถังขนาด 20 ลิตร ตลาดน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกขุ่นทำจากพลาสติกชนิด โพลีเอททิลีน (Polyethylene) นิยมเรียกว่าขวด PE ตลาดน้ำดื่มบรรจุขวดแก้ว และตลาดน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกใสซึ่งทำจากพลาสติกชนิด โพลีเอททิลีนเทอร์ฟทาเรท (Polyethylene terephthalate) นิยมเรียกว่าขวด PET (บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด, 2544: 30-31) สำหรับตลาดน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกใสในระดับท้องถิ่นมีตราหือน้ำดื่มหลักที่ทำตลาดประมาณ 10 ตราหือน้ำ โดยตราหือน้ำดื่มที่เป็นผู้นำตลาดท้องถิ่นในปัจจุบันมีจำนวน 4 ตราหือน้ำดื่มคือ สิงห์, เนสท์เล่เพียวไลฟ์, น้ำทิพย์ และคริสตัล ตามลำดับ (Marketinfo, 2550: ออนไลน์)

น้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์เป็นน้ำดื่มตราหือน้ำดื่มในระดับโลก (Global brand) มีขนาดบรรจุ 0.6 ลิตร 1.5 ลิตร 0.75 ลิตร และ 6 ลิตร ผลิตและจัดจำหน่ายโดยบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด เริ่มเปิดตัวเมื่อเดือนกันยายน 2543 โดยมีเป้าหมายขึ้นเป็นผู้นำตลาดน้ำดื่มไทยภายใน 5 ปี (Marketinfo, 2550: ออนไลน์) ปัจจุบันมีช่องทางการจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกกว่า 5 หมื่นร้านค้าในระบบตัวแทนจำหน่าย (Distributor) ของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 40 รายทั่วประเทศ (นิตยสารผู้จัดการรายสัปดาห์, 2550: ออนไลน์) สำหรับจังหวัดเชียงใหม่นับเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญต่อยอดขายรวมทั้งประเทศของน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์ จัดอยู่ในลำดับต้น โดยมีตัวแทนจำหน่ายเพียง 1 รายคือ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเพชรเมกเกอร์มาร์เก็ตติ้ง ซึ่งได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการจากบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ปัจจุบันกระจายสินค้าครอบคลุมร้านค้า

ปลีกจำนวน 300 ราย ร้านอาหาร 124 รายและอื่นๆ 112 ราย ซึ่งทางบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ตั้งเป้าหมายเพิ่มยอดขายของตัวแทนจำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่ในปี 2550 ไว้ที่ร้อยละ 50 และมี ส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 1-2 ต่อปี (วารันต์ภรณ์ ประสูตรรุ่งเรือง, 2550: สัมภาษณ์)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีอัตราความหนาแน่นของประชากรสูงถึง 83 คนต่อ ตารางกิโลเมตร เป็นอันดับที่ 2 ของจังหวัดในภาคเหนือซึ่งมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 1,650,009 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2549: ซีดี-รอม) และในเขตอำเภอเมืองมีประชากรทั้งสิ้น 227,029 คน (กรมการปกครอง, กระทรวงมหาดไทย, 2550: ออนไลน์) สำหรับตลาดน้ำดื่มบรรจุขวดของจังหวัด เชียงใหม่ที่มีมูลค่าสูงถึง 260 ล้านบาท เนื่องจากปริมาณการบริโภคจำนวน 78 ล้านลิตรต่อปี (ศิริกิตติ นวรัตน์ ณ อรุชยา, 2545: ออนไลน์) ส่งผลให้มีจำนวนผู้ผลิตน้ำดื่มบรรจุขวดในท้องถิ่นที่ขึ้น ทะเบียนไว้กับสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่มีมากถึง 281 ราย โดยแยกเป็นในอำเภอเมือง 35 ราย (ฝ่ายงานเภสัชกรรม, 2550: เพิ่มข้อมูลคอมพิวเตอร์) รวมถึงผู้ผลิตที่เป็นคิสเคาน์สโตร์ที่ จำหน่ายน้ำดื่มโดยใช้ตราชื่อของตนเองตลอดจนสินค้าทดแทนอย่างน้ำดื่มหยอดเหรียญที่ต่าง เล็งเห็นโอกาสและเข้ามาลงทุนในธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดของจังหวัด เชียงใหม่

ปัจจุบันมีผู้ผลิตและจัดจำหน่ายน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกใสในจังหวัดเชียงใหม่ที่มี บทบาทสำคัญคือ ตรายี่ห้อดาวเหนือ หยาดน้ำค้าง น้ำใจ (ศิริกิตติ นวรัตน์ ณ อรุชยา, 2545: ออนไลน์) สิงห์ คริสตัล น้ำทิพย์และเนสท์เล่เพียวไลฟ์ ซึ่งตรายี่ห้อที่เป็นผู้นำตลาดปัจจุบันมี 4 ตรายี่ห้อ คือ “สิงห์” โดยบริษัทบุญรอดเทรคคิง จำกัด, “คริสตัล” จากบริษัทเสริมสุข จำกัด (มหาชน), “น้ำทิพย์” จากบริษัทไทยน้ำทิพย์ จำกัด, และ “เนสท์เล่เพียวไลฟ์” จากบริษัทเนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ซึ่งต่างใช้ กลยุทธ์การตลาด เช่น การลดราคาและการแถม เป็นเหตุให้สภาพการแข่งขันของตลาดมีความ รุนแรงมากยิ่งขึ้น ทำให้ตัวแทนจำหน่ายน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์ในจังหวัดเชียงใหม่ต้องพยายาม ปรับกลยุทธ์การตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการกระจายสินค้า (Distribution) ให้เข้าถึงผู้ค้าปลีก มากที่สุด เนื่องจากน้ำดื่มตรายี่ห้อสิงห์ คริสตัล และน้ำทิพย์ที่เป็นคู่แข่งสำคัญต่างใช้กลยุทธ์การ ขายพ่วงน้ำดื่มเข้าสู่ร้านค้าปลีกพร้อมสินค้าหลักของบริษัททำให้ผู้ค้าปลีกมีทางเลือกในการ ตัดสินใจซื้อน้ำดื่มเพิ่มมากขึ้น (Marketinfo, 2550: ออนไลน์)

ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกใน การซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ในอำเภอ เมือง จังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดและทราบปัญหาของผู้ค้าปลีกเพื่อเป็น แนวทางพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดขององค์กรรวมถึงรักษาลูกค้าเก่าและเพิ่มลูกค้าใหม่

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยและปัญหาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. นำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์ด้านการตลาดเพื่อการแข่งขันและเพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าที่ซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

นิยามศัพท์

ปัจจัยที่มีอิทธิพล หมายถึงปัจจัยพฤติกรรม การซื้อสินค้าธุรกิจที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ค้าปลีกประกอบด้วยปัจจัยสิ่งแวดล้อม ปัจจัยภายในองค์กร ปัจจัยระหว่างบุคคล และปัจจัยเฉพาะบุคคล รวมถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ

ผู้ค้าปลีก (Retailer) หมายถึงร้านค้าย่อย ซึ่งจำหน่ายปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด เพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้กับผู้บริโภค

น้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์ หมายถึง น้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกใสที่ทำจากพลาสติกชนิดโพลีเอททิลีนเทเรฟทาเรท (Polyethylene terephthalate) นิยมเรียกว่าขวด PET ผลิตและจัดจำหน่ายโดยบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด มีปริมาณบรรจุทั้งหมด 4 ขนาด ได้แก่ ปริมาณบรรจุ 0.6 ลิตร 0.75 ลิตร 1.5 ลิตร และ 6 ลิตร

ตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด (Distributor) หมายถึง ห้างหุ้นส่วนจำกัดเพชเมกเกอร์ มาร์เก็ตติ้ง ผู้ที่ได้รับสิทธิ์จากบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด เพียง 1 ราย ในการรับน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่ายต่อให้กับผู้ค้าปลีกและผู้บริโภค ในพื้นที่การขายจังหวัดเชียงใหม่