

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากกระแสการตื่นตัวของคนไทยที่หันมาให้ความสนใจทางด้านสุขภาพ รวมทั้งการสนับสนุนและส่งเสริมของภาครัฐ ก่อให้เกิดการตื่นตัวเล่นกีฬา และออกกำลังกายตามสวนสาธารณะ สนามกีฬา และสถานออกกำลังกายฟิตเนสต่างๆ ที่ขยายตัวอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ในขณะเดียวกันในปี 2549 ยังมีการแข่งขันกีฬารายการสำคัญอย่างฟุตบอลโลกซึ่งเป็นการกระตุ้นให้คนไทยหันมาสนใจเล่นกีฬามากขึ้น นอกจากนี้ กระแสของความใส่ใจด้านสุขภาพของคนไทยที่ขยายตัวออกไปยังกลุ่มคนทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดอันเป็นผลมาจากปัญหาทางด้านสุขภาพร่างกาย ปัญหาความเครียด ทำให้ประชาชนหาวิธีที่จะเพิ่มภูมิคุ้มกันให้กับร่างกายมากขึ้น รวมไปถึงการเข้ามาส่งเสริมและสนับสนุนของภาครัฐที่ต้องการให้คนไทยมีสุขภาพแข็งแรง ปราศจากโรคภัย เพื่อลดภาระทางด้านงบประมาณการรักษาพยาบาลลงจึงมีการจัดงบประมาณและกิจกรรมกระตุ้นให้คนไทยหันมาออกกำลังกายมากขึ้น ทั้งนี้จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติปี 2547 พบว่าจำนวนประชากรที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไป ที่ออกกำลังกายมีถึงประมาณ 15.6 ล้านคน โดยส่วนใหญ่จะเล่นกีฬาประมาณ 7.9 ล้านคน วิ่ง 2.8 ล้านคน แอโรบิก 2.1 ล้านคน เดิน 1.8 ล้านคน และฟิตเนส 0.3 ล้านคน โดยผู้ที่ออกกำลังกายส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุ 25-59 ปีเป็นส่วนใหญ่คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43.0 ช่วงอายุระหว่าง 15-24 ปีสัดส่วนร้อยละ 30.9 และช่วงอายุระหว่าง 11-14 ปี มีสัดส่วนร้อยละ 8.7 ทั้งนี้เหตุผลที่ประชาชนหันมาออกกำลังกาย เพื่อต้องการให้ร่างกายแข็งแรงคิดเป็นร้อยละ 70.1 เพื่อนชวน ร้อยละ 8.7 และมีปัญหาสุขภาพร้อยละ 5.2 ซึ่งจากปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้ความต้องการบริโภคเครื่องดื่มที่ส่งผลดีต่อสุขภาพมีมากขึ้น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ซึ่งเหมาะกับสภาพอากาศของประเทศไทย ที่ร้อนทำให้ร่างกายต้องสูญเสียเหงื่อจากการทำกิจกรรมต่างๆ มากขึ้นกว่าปกติ (ศูนย์วิจัยกิจการไทย, 2549: ออนไลน์)

เครื่องดื่มเกลือแร่เปิดตัวครั้งแรกในปี 1958 (พ.ศ. 2501) ภายใต้ชื่อ เบงกอลพังก์ (Bengol Punch) โดยมหาวิทยาลัยหลุยส์เซียน่า ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาเครื่องดื่มเกลือแร่ก็เป็นที่รู้จักแพร่หลายประโยชน์ที่เราได้รับจากการดื่มเครื่องดื่มเกลือแร่ คือ คาร์โบไฮเดรต ซึ่งเป็นสิ่งที่มาทดแทนไกลโคเจนที่เราได้สูญเสีย และใช้ไปในระหว่างการออกกำลังกาย โดยน้ำเกลือแร่ชนิดหนึ่งๆ ควรมีปริมาณคาร์โบไฮเดรตอยู่ระหว่างร้อยละ 6-8 เนื่องจากหากมีมากเกินไปนั้นจะส่งผลให้ร่างกายรู้สึกไม่

สบายท้องได้ และสิ่งที่เครื่องดื่มน้ำพวกเกลือแร่เหนือกว่าพวกน้ำเปล่าก็คือ ร่างกายสามารถดูดซึมได้ รวดเร็วกว่าน้ำเปล่าถึงร้อยละ 30 ส่งผลให้พวกเครื่องดื่มดังกล่าวเหมาะที่จะดื่มภายหลังจากการออกกำลังกายอย่างหนัก และทดแทนน้ำในร่างกายที่สูญเสียไปได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้สามารถป้องกัน ภาวะการขาดน้ำได้อย่างรวดเร็ว แต่หากดื่มน้ำเกลือแร่ที่มีปริมาณน้ำตาลมากเกินไปจะทำให้ร่างกาย ดูดซึมน้ำได้น้อยลง นอกจากนี้เครื่องดื่มเกลือแร่ยังมีส่วนผสมของ อิเล็กโทรไลต์หรือแร่ธาตุต่างๆ เช่น โซเดียม โปตัสเซียม และอื่นๆ ซึ่งแม้ว่าจากการศึกษา ไม่พบว่าร่างกายจะสูญเสียเกลือแร่ไปมาก น้อยแค่ไหนในการออกกำลังกาย แต่เกลือแร่พวกนี้ทำให้การดูดซึมของเหลวทำได้ดีกว่าน้ำเปล่า (โรงพยาบาลจิตเวชนครราชสีมาราชชนินทร์, 2549: ออนไลน์)

จากข้อมูลของกรมสรรพสามิตพบว่า ปริมาณการจำหน่ายเครื่องดื่มเกลือแร่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 46.6 ล้านลิตรในปี 2546 ก่อนที่จะเพิ่มขึ้นมาเป็น 61.3 ล้านลิตรในปี 2547 และ 92.4 ล้านลิตรในปี 2548 ในขณะที่ในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2549 ปริมาณการจำหน่ายเครื่องดื่มเกลือแร่ มีทั้งสิ้น 50.7 ล้านลิตรเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันปีก่อนที่มีปริมาณการจำหน่าย 28.4 ล้านลิตรคิดเป็น ร้อยละ 78.5 เนื่องจากมีผู้ประกอบการรายใหม่สนใจเข้าสู่ตลาดเครื่องดื่มเกลือแร่มากขึ้น โดย ปัจจุบันมีผู้ได้รับอนุญาตผลิตเครื่องดื่มเกลือแร่จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาทั้งสิ้น 25 ราย ทั้งนี้เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้ประกอบการเครื่องดื่มเกลือแร่ที่มีบทบาทครองส่วนแบ่งสูงในตลาด ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมในกลุ่มเครื่องดื่ม อาทิ น้ำอัดลม เครื่องดื่มชูกำลัง อยู่แล้ว และต้องการเพิ่มความหลากหลายทางด้านสินค้าให้มีมากขึ้นเพื่อขยายตลาดโดยอาศัยข้อ ได้เปรียบทางด้านประสิทธิภาพ การกระจายสินค้าผ่านช่องทางจำหน่ายที่มีเครือข่ายทั่วประเทศไม่ ว่าจะเป็นเครื่องดื่มเกลือแร่สปอนเซอร์ของ บริษัท ที.ซี. ฟาร์มาชูติคอล อุตสาหกรรม จำกัด เครื่องดื่มเอ็มสปอร์ตของบริษัท โอสดสภา จำกัด และเครื่องดื่มเกเตอร์ ที่ผลิตโดย บริษัท เอส.พี.เอ็ม อาหารและเครื่องดื่ม จำกัด และจัดจำหน่ายโดยบริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน) เป็นต้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2549: ออนไลน์)

เนื่องจากปัจจุบันผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่มีตราสินค้าที่หลากหลายให้เลือกในท้องตลาด ประกอบกับการแข่งขันกลยุทธ์ทางการตลาดทุกรูปแบบอย่างมาก จึงเป็นเหตุชักจูงให้ความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องดื่มเกลือแร่ในครั้งนี้ โดยเลือกศึกษาผู้บริโภคในจังหวัด เชียงใหม่ ซึ่งเป็นจังหวัดที่เติบโตทางธุรกิจ เป็นอันดับสองรองจากกรุงเทพมหานคร ประชากร โดยทั่วไปมีการศึกษาและระดับรายได้ค่อนข้างสูง รวมถึงมีความตื่นตัวในเรื่องของสุขภาพในด้านการ เล่นกีฬา และออกกำลังกายไม่น้อยไปกว่าประชากรในจังหวัดอื่น ๆ จังหวัดเชียงใหม่จึงเป็น จังหวัดที่น่าสนใจต่อการศึกษา ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อจะได้นำข้อมูลมาใช้เป็น

แนวทางสำหรับผู้ผลิต และผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ในการจัดกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสม

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและวิธีการรักษาลูกค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ อย่างมีประสิทธิภาพ

### นิยามศัพท์

**พฤติกรรมการซื้อ** หมายถึง การกระทำของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้า รวมถึงกระบวนการกระทำที่เกิดขึ้นก่อนการซื้อ และเป็นตัวกำหนดให้เกิดการตัดสินใจของผู้ซื้อ

**ผู้บริโภค** หมายถึง ผู้ออกกำลังกายที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ ในพื้นที่อำเภอเมืองเชียงใหม่

**ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่** หมายถึง เครื่องดื่มที่ประกอบไปด้วยน้ำ และส่วนผสมแร่ธาตุต่างๆ ที่จำเป็นต่อร่างกาย ได้แก่ โซเดียม โปตัสเซียม น้ำตาลกลูโคสหรือซูโครส และคลอไรด์ เป็นส่วนประกอบ และอยู่ในลักษณะหรือภาชนะพร้อมที่จะบริโภค