

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันผู้บริโภคเริ่มหันมาใส่ใจรักษาสุขภาพกันมากขึ้น จึงเริ่มมีการกลับมาใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติกันมากขึ้น โดยเฉพาะกระแสการใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรกำลังเป็นที่นิยมอย่างมากทั่วโลก ทำให้ปัจจุบันตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ผู้บริโภคไม่ว่าทั้งในประเทศหรือต่างประเทศได้ให้ความสนใจและดูแลสุขภาพมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของอาหาร ยารักษาโรค ผลิตภัณฑ์เสริมความงามที่มีส่วนผสมของสมุนไพร จากกระแสนิยมดังกล่าวผู้บริโภคจึงหันมานิยมใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติมากขึ้น และปัจจุบันก็เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปแล้วว่าสารที่อยู่ในสมุนไพรแต่ละชนิดมีผลต่อการรักษาโรคและสามารถช่วยในการบำรุง ผิวพรรณให้มีสุขภาพดีขึ้นได้

ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตสมุนไพรที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นพื้นที่ที่มีแหล่งมากด้วยสมุนไพร จึงมีการนำเอาสมุนไพรมาใช้เป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยเฉพาะการนำเอาสมุนไพรมาผสมในสบู่และแชมพูถือเป็นภูมิปัญญาไทยที่น่ายกย่อง สบู่และแชมพูสมุนไพรจึงถือเป็นสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่มีผู้ผลิตหลายรายในประเทศไทย การนำเอาสมุนไพรมาผสมในสบู่และแชมพูนั้นจะต้องผ่านการสกัดแยกเอาสารที่ต้องการในสมุนไพรแต่ละตัวออกมาเพื่อนำไปใช้ และยังมีข้อจำกัดหลายอย่าง เช่น สารจากธรรมชาติไม่คงตัว จะสลายตัวได้ง่ายในระยะเวลาสั้น ซึ่งความคงตัวจะขึ้นอยู่กับชนิดของสมุนไพร อายุและช่วงเวลาการเก็บสมุนไพร วิธีการสกัด การเตรียมสารสกัดก่อนนำมาผลิต รวมทั้งปฏิกิริยาระหว่างสารสกัดนั้นกับสารเคมีตัวอื่นที่นำมาผสมรวมกัน (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2548)

การแข่งขันในตลาดอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพผิวและความงามมีมานานแล้ว ซึ่งเริ่มมีการผลิตครั้งแรกในปี 2490 และทำการโฆษณาผ่านโปสเตอร์ วิทยุและสิ่งพิมพ์ต่างๆ เป็นครั้งแรกในปี 2496 (อรวรรณ บัณฑิตกุล, 2548 อ้างใน ธีรรัตน์ เอี่ยมศิริรักษ์, 1 : 2548) และภาวะการแข่งขันของตลาดสมุนไพรในปัจจุบันในประเทศไทย โดยเฉพาะสมุนไพรที่แต่ละบริษัทใช้จุดเด่นของผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องมือในการแข่งขัน ก่อให้เกิดผลดีต่อผู้บริโภคที่มีโอกาสในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ตามต้องการ โดยตลาดของผลิตภัณฑ์ชำระร่างกายอย่างเช่นสบู่และแชมพูสมุนไพรนับตั้งแต่ปี 2547 มีมูลค่ามากกว่า 3,500 ล้านบาท (ผู้จัดการ

ออนไลน์ 2547) จนปัจจุบันเริ่มเข้ามามีบทบาทในการแข่งขันทางการตลาดเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะใน ส่วนของตลาดผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพผิวพรรณและผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม และธุรกิจสปาใน ภาคเหนือได้ถูกเชื่อมโยงเป็นโครงข่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรและธุรกิจสุขภาพ ทำให้ให้เกิดมูลค่า ทางการตลาด ตลอดจนพัฒนาการของผลิตภัณฑ์ที่มีผู้เชี่ยวชาญทางสมุนไพรให้ความสนใจและ ติดตามอยู่อย่างสม่ำเสมอ อัตราการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพผิวพรรณและ ความงาม

สบู่และแชมพูสมุนไพรจัดอยู่ในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งปัจจุบันสบู่และ แชมพูสมุนไพรเริ่มเข้ามามีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นในส่วนของตลาดผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพผิว และความงาม ในช่วงที่ผ่านมาสบู่และแชมพูสมุนไพรนับเป็นสินค้าอีกประเภทหนึ่งที่มีแนวโน้ม เติบโตได้ดีทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ ส่วนหนึ่งที่เป็นตัวเร่งให้สบู่และแชมพูสมุนไพร ได้รับความนิยมนคือธุรกิจสปา การทำธุรกิจสปานอกจากการให้บริการแล้วการขายสินค้าในสปา นับเป็นช่องทางที่สำคัญในการสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจอีกช่องทางหนึ่ง ซึ่งพบว่านอกเหนือจาก ลูกค้าที่มาใช้บริการแล้วลูกค้ายังซื้อสินค้ากลับด้วย และจากการขยายตัวของธุรกิจสปาในจังหวัด เชียงใหม่ในระยะที่ผ่านมาได้มีการเปิดตัวธุรกิจสปาเกิดขึ้นหลายแห่ง จากรายงานการสำรวจ สถานการณ์ธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่เมื่อปี 2547 พบว่ามีแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจสปาในเชียงใหม่ในระยะ 2-3 ปีข้างหน้าคาดว่าจะมีการ ขยายตัวร้อยละ 70-80 ต่อปี โดยในปี 2548 มีสถานประกอบการสปาเพิ่มเป็นมากกว่า 40 แห่ง และจากการสำรวจเบื้องต้นของผู้ศึกษา(17 มีนาคม 2549) จากสปาจำนวน 20 แห่ง พบว่าสปาใน จังหวัดเชียงใหม่ได้มีการวางขายสินค้าประเภทสบู่และแชมพูสมุนไพร โดยประมาณได้ว่า สามารถสร้างรายได้ถึงร้อยละ 60 ที่มีการวางขายสินค้าควบคู่ไปกับการให้บริการของสปา ซึ่งมี ทั้งประเภทฝากขายและจัดทำขึ้นภายใต้ตราชื่อของสปานั้นๆ ในส่วนของผลิตภัณฑ์สบู่และ แชมพูสมุนไพรในปี 2548 ของจังหวัดเชียงใหม่ มีมูลค่าการผลิตไม่น้อยกว่า 15 ล้านบาท (ประชาชาติธุรกิจ ฉบับวันที่ 3-9 มีนาคม 2549) ซึ่งภาวะการแข่งขันของตลาดสบู่สมุนไพรจะ อาศัยจุดเด่นของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่ศึกษาถึง ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ เพื่อนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการวางแผนกลยุทธ์และจัดกิจกรรมทางการ ตลาดให้เหมาะสม ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรและแชมพูสมุนไพรของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรและแชมพูสมุนไพรของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด สำหรับผู้ดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรและแชมพูสมุนไพร

นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด หมายถึง กิจกรรมทางการตลาดที่ผู้ผลิตใช้เป็นเครื่องมือในการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและแชมพูสมุนไพร หมายถึง สมุนไพรที่มีส่วนผสมของสมุนไพรหรือสารสกัดจากสมุนไพรที่ได้จากพืช และวัตถุดิบที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น มะกรูด ดอกอัญชัน ว่านหางจระเข้ ประคำดีควาย เป็นต้น การผสมสมุนไพรไทยหรือวัตถุดิบจากธรรมชาติลงไปเป็นสาระสำคัญเพื่อต้องการให้เกิดสรรพคุณตามต้องการ

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ซื้อและผู้ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและแชมพูผสมสมุนไพรที่ผลิตในประเทศ จังหวัดเชียงใหม่