

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

สังคมในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงมากมาย บทบาทของผู้หญิงมีความแตกต่างไปจากสังคมในสมัยก่อน ดังจะเห็นได้ว่าผู้หญิงในสังคมปัจจุบันมีการทำงานนอกบ้านมากขึ้น ต้องติดต่องาน พบปะผู้คน ทำให้การเสริมสร้างบุคลิกลักษณะกลายเป็นสิ่งจำเป็น และจากสภาพแวดล้อมที่มีมลภาวะทำให้ผู้หญิงมีความต้องการดูแลรักษาทั้งสุขภาพร่างกายและบุคลิกในเวลาเดียวกัน เครื่องสำอางจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและเข้ามามีบทบาทมากขึ้น (ประชาชาติธุรกิจ, 2549: ออนไลน์)

ในปัจจุบันตลาดผลิตภัณฑ์ถนอมผิวหน้าเป็นตลาดที่มีศักยภาพในการเจริญเติบโตสูง มีอัตราการเติบโตในปี พ.ศ. 2549 อยู่ที่ร้อยละ 20 ทำให้มูลค่าตลาดรวมเพิ่มขึ้นจาก 4,600 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2548 เป็น 5,500 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2549 โดยส่วนแบ่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ถนอมผิวหน้าเพื่อผิวขาวมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุดคือร้อยละ 58 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ดูแลริ้วรอยร้อยละ 22 และผลิตภัณฑ์ที่ให้ความชุ่มชื้นทั่วไปร้อยละ 14 ส่วนที่เหลือเป็นผลิตภัณฑ์เบ็ดเตล็ดอื่นๆ โดยมีการคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2550 ตลาดผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยจะเป็นตลาดที่มีอัตราการเติบโตสูงที่สุดถึงร้อยละ 33 ขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เหลือจะมีอัตราการเติบโตค่อนข้างคงที่ ซึ่งส่งผลให้สัดส่วนตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อผิวขาวและผลิตภัณฑ์ที่ให้ความชุ่มชื้นทั่วไปลดลงอยู่ที่ร้อยละ 53 และร้อยละ 9 ตามลำดับ (ฐานเศรษฐกิจ, 2550: ออนไลน์) การที่ตลาดผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยมีการเติบโตสูงขึ้นนั้น เนื่องมาจาก เดิมทีกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยจะมีอายุระหว่าง 35 - 69 ปี แต่เนื่องจากผู้ใช้สินค้ากลุ่มนี้เริ่มขยายฐานผู้บริโภคที่มีอายุน้อยลง หรือมีอายุประมาณ 25 ปี ขึ้นไป เป็นกลุ่มคนทำงาน และมีพฤติกรรมดูแลตัวเองมากยิ่งขึ้น (ฐานเศรษฐกิจ, 2550: ออนไลน์) นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า ช่วงอายุของผู้หญิงที่ย่างเข้า 25 ปี จะมีการเปลี่ยนแปลงของผิว เช่น รูขุมขนบนผิวหน้าเริ่มกว้างขึ้นและเริ่มมีริ้วรอย จึงจำเป็นที่จะต้องบำรุงผิวด้วยผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมเพื่อความอ่อนเยาว์ (ศูนย์วิจัยสถาบันดัง โคม ปารีศ, 2549)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่ มีจำนวนประชากรมากที่สุดในภาคเหนือ มีความเจริญในด้านต่างๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ การศึกษา และการค้า จึงทำให้มีประชาชนจากแหล่งอื่นเข้ามาประกอบธุรกิจและทำงานอย่างต่อเนื่อง เมื่อพิจารณาถึงจำนวนประชากรในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในปี พ.ศ. 2549 มีจำนวนประชากรรวมทั้งสิ้น 236,409 คน มีจำนวนประชากรผู้หญิง 125,306 คน ผู้ชาย 111,103 คน และผู้หญิงที่มีอายุระหว่าง 25 - 69 ปี มีจำนวนประชากร 73,056 คน

(กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2549) จะเห็นได้ว่าประชากรผู้หญิงมีจำนวนมากกว่าประชากรผู้ชาย และจำนวนประชากรผู้หญิงในช่วงอายุ 25 - 69 ปี มีสัดส่วนมากกว่าครึ่งของจำนวนประชากรผู้หญิงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ดังนั้นเมื่อพิจารณาลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์แล้วจังหวัดเชียงใหม่จึงเป็นตลาดที่น่าสนใจสำหรับธุรกิจเครื่องสำอางเป็นอย่างมาก

สภาวะการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นทำให้บริษัทผู้ผลิตเครื่องสำอางแต่ละรายต่างส่งผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ของตนเข้าสู่ตลาดเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดให้ได้มากที่สุด รวมทั้งยังทุ่มงบประมาณในการโฆษณาผลิตภัณฑ์ จะเห็นได้จากในช่วง 4 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2550 ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเป็นธุรกิจที่มีงบประมาณในการโฆษณาสูงสุด ซึ่งมีมูลค่าถึง 2,044 ล้านบาท (Optimum media directions, 2007: Online) โดยมี OLAY เป็นผู้นำตลาดและมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุดร้อยละ 15 รองลงมาคือ POND'S มีส่วนแบ่งร้อยละ 7.5 ทำให้บริษัทเครื่องสำอางรายอื่น เช่น NIVEA, GANIER และ LOREAL ต่างนำเสนอนวัตกรรมใหม่ของตนเพื่อแข่งขันให้ได้มากที่สุด (ผู้จัดการรายวัน, 2549: ออนไลน์) จากแนวโน้มของผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยที่มีการขยายตัวสูง มีสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น และลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้หญิงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ทำให้ผู้ศึกษาต้องการศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าของผู้หญิงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับดำเนินการทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ต่อไป

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าของผู้หญิงในอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าของผู้หญิงในอำเภอเมืองเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาปัญหาที่พบในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าของผู้หญิงในอำเภอเมืองเชียงใหม่

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลครีวรอยบนใบหน้าของผู้หญิงในอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. ทำให้ทราบพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ลครีวรอยบนใบหน้าของผู้หญิงในอำเภอเมืองเชียงใหม่
3. ทำให้ทราบปัญหาที่พบในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลครีวรอยบนใบหน้าของผู้หญิงในอำเภอเมืองเชียงใหม่
4. เพื่อให้ผู้ประกอบการเครื่องสำอางสามารถประยุกต์ผลจากการศึกษาไปใช้ในการปรับกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ตลอดจนผู้สนใจทั่วไปได้ทราบข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ต่อไป

### นิยามศัพท์

**ส่วนประสมการตลาด** หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลครีวรอยบนใบหน้า

**ผลิตภัณฑ์ลครีวรอยบนใบหน้า** หมายถึง สิ่งที่ผลิตขึ้นเพื่อใช้สำหรับทำความสะอาด ผิวหน้า กระชับรูขุมขนบนใบหน้า บำรุงผิวหน้า นวดหน้า พอกหน้า บำรุงรอบดวงตา บำรุงริมฝีปาก ป้องกันแสงแดด เพื่อเป็นการบำรุงผิวหน้าให้มีความอ่อนวัย และลครีวรอย ส่งเสริมให้เกิดความสวยงาม

**ผู้หญิง** หมายถึง ผู้ที่ซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ลครีวรอย อายุ 25–69 ปี อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่เป็นเพศหญิง