

## บทที่ 1

### บทนำ

ในภาวะปกติ อาหารที่มีตามธรรมชาติ เช่น ข้าว แป้ง เนื้อสัตว์ พืช ผักผลไม้ต่างๆ เป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ ทำให้มนุษย์บริโภคเพื่อสุขภาพ และการดำรงอยู่ของคน นอกจากเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ทั้งร่างกาย สติปัญญา และจิตใจแล้ว เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) ที่นำเอาวิวัฒนาการในการผลิตอาหารเพื่อเสริม สุขภาพด้วยวิธีต่างๆ อย่างมากมาย โดยสามารถใช้เทคโนโลยีขั้นสูง นำมาสะกัดและแยกสารอาหารจากธรรมชาติ เพื่อคัดแปลงให้ความสะดวกต่อผู้บริโภคในลักษณะบรรจุต่างๆกัน เช่น แบบแคปซูลอัดเม็ด เป็นผง เป็นน้ำ โดยอาจมีลักษณะคล้ายยาจนเกิดมีผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่มีคุณภาพและมีคุณค่าทางโภชนาการสูง เป็นที่นิยมในการนำมาบริโภค เพื่อเสริมสุขภาพ และเพื่อป้องกันรักษาโรค โดยไม่อาจแยกได้ชัดเจนว่าเป็นอาหารหรือยาได้ตามกฎหมายอาหารและยา ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารดังกล่าว อาทิ เช่น โปรตีนที่สกัดได้จากถั่วเหลือง ซึ่งบรรจุในลักษณะรูปแบบต่างๆ กัน หรือ สาหร่ายเกลียวทองที่เป็นพืชเล็กๆ ที่อาศัยอยู่ในน้ำ มองด้วยตาเปล่าไม่เห็น อีกทั้งไขมันที่ได้จากพืชสัตว์ หรือ วิตามิน เกลือแร่ต่างๆ ที่มีในผลไม้ ในพืชผักต่างๆที่ สกัดเอาระเหย หรือสกัดออกมาบรรจุในแคปซูลอัดเป็นเม็ด หรือบดเป็นผงในลักษณะแตกต่างกัน เพื่อทำให้เกิดความสะดวกและเป็นที่นิยมในการนำไปบริโภคเพื่อเสริมสุขภาพ นอกจากนี้ความเชื่อในการบริโภคอาหารเสริมดังกล่าว จากการศึกษาของ Eldrige & Sheehan (1994) ที่มีต่อกลุ่มนักศึกษาวิทยาลัยแห่งหนึ่งพบว่า ความเชื่อด้านสุขภาพ (Health belief) มีความสัมพันธ์กับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของกลุ่มผู้บริโภคและไม่บริโภคอีกทั้งยังพบว่าความเชื่อในผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจะช่วยเพิ่มพลังงานและช่วยลดความเครียดได้ สำหรับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Dietary Supplement Products) จัดอยู่ในกลุ่มอาหารควบคุมพิเศษ ตามประกาศสาธารณสุข ฉบับที่ 20 (พ.ศ. 2528) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนี้นับวันจะยิ่งเพิ่มความต้องการบริโภคมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง“สาหร่ายเกลียวทองที่มีคุณสมบัติในแง่ของคุณค่าทางอาหารที่มีปริมาณ โปรตีนที่ตรวจพบในสาหร่ายชนิดนี้สูงมากผิดปกติเมื่อเปรียบเทียบกับสาหร่ายคลอเรลลา และพบว่าสาหร่ายเกลียวทอง นอกจากมีปริมาณโปรตีนสูงมากกว่าแล้ว จำนวน 70% ของน้ำหนักสาหร่ายแห้งนั้น เป็นโปรตีนที่มีคุณภาพสูง” (ฮิลล์ , คริสโตเฟอร์ , 2544 : 95 ) นับตั้งแต่ปี 2542 เป็นต้นมา มูลค่าการตลาดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากสาหร่าย ซึ่งนับรวมกันกับสินค้าปกติและสินค้าที่เกี่ยวกับความงาม มีมูลค่าการตลาดสูงถึง 2,800 ล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย , 2545 : ออนไลน์) ในปี 2543 ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจาก

สาหร่ายมียอดการตลาดรวมอยู่ที่ประมาณ 200 ล้านบาท และขยับขึ้นเป็น 600 ล้านบาท ในปี 2544 และเพิ่มมากขึ้นเป็น 1,250 ล้านบาท ในปี 2545 (นิตยสาร Leader Time ปีที่ 4 ฉบับที่ 37 ประจำเดือนธันวาคม 2546 หน้า 60-61) จนกระทั่งในปี 2548 ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากสาหร่ายมีมูลค่าการตลาดโดยรวมถึง 2,300 ล้านบาท นับว่าเป็นตลาดที่มีการขยายตัวที่ค่อนข้างรวดเร็วตลาดหนึ่ง ประกอบกับภาวะการณปัจจุบันที่ประชาชนก็หันกลับมาสนใจในเรื่องของสุขภาพของตนเอง และสมาชิกในครอบครัวมากยิ่งขึ้น อีกทั้งมีการเปรียบเทียบคุณภาพของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากสาหร่ายและการบริการกับสินค้าอื่นก่อนที่จะมีการตัดสินใจซื้อเพื่อให้เกิดความคุ้มค่าคุ้มราคาให้มากที่สุดต่อผู้บริโภค

ในส่วนของบริษัท กรีน ไคมอนด์ จำกัด ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสาหร่ายเกลียวทอง ในเครื่องหมายการค้า GD-1 ที่บริษัททำตลาดเองมีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 20 ในแต่ละปีนับตั้งแต่ปี 2540 เป็นต้นมาจนถึงในปัจจุบันบริษัทฯ ได้เพิ่มบ่อเลี้ยงสาหร่ายมากขึ้น เพื่อรองรับการเจริญเติบโตของตลาดที่เพิ่มขึ้น ปัจจุบันสินค้าของบริษัท กรีน ไคมอนด์ จำกัด ที่จัดจำหน่าย มีปริมาณเดือนละ 28 ล้านบาท หรือปีละ 336 ล้านบาท มียอดรวมของสมาชิกทั่วประเทศ 123,000 คน เฉพาะในเขตจังหวัดเชียงใหม่มี 10,200 รายแยกเป็น 3 ศูนย์จำหน่ายคือ ศูนย์เวียงแก้ว จำนวน 4,450 ราย ศูนย์ช่างเผือก จำนวน 3,400 และศูนย์เชียงใหม่ 1 จำนวน 2,350 ราย

จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของภาคเหนือ มีประชากรอาศัยอยู่ค่อนข้างมากและหนาแน่น เป็นศูนย์กลางของการศึกษาและธุรกิจหลายด้าน มีรายได้ต่อครัวเรือนเฉลี่ย 9,530 บาท (พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่, 2545: ออนไลน์) และเพิ่มขึ้นเป็น 10,885 บาทต่อครัวเรือน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2548 : ออนไลน์) จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่ารายได้ต่อครัวเรือนในภาพรวมค่อนข้างอยู่ในเกณฑ์ดี เป็นแหล่งตลาดที่น่าสนใจของผู้ประกอบการธุรกิจหลายกลุ่ม รวมถึงธุรกิจการจำหน่ายและบริการผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสาหร่ายเกลียวทอง จีดี-1 เช่นกัน นอกจากนี้ การแข่งขันในตลาดเมืองไทยในรูปผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมี 4 บริษัทใหญ่ๆ ที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสาหร่ายในช่องทางการขายตรงของเมืองไทย โดยนิตยสาร Leader Time ฉบับประจำเดือนพฤษภาคม 2548 อ้างว่ามีบริษัท แอดวานซ์ สไปรูลิน่า ไบโอเทคโนโลยี จำกัด (เอเอสบี) บริษัทกรีนไคมอนด์ จำกัด บริษัท สุพรีเคอร์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด และบริษัท สยามแอลจี จำกัด ครอบงำตลาดอยู่ในมูลค่าขายต่อปี 720 ล้านบาท 336 ล้านบาท 138 ล้านบาท และ 38 ล้านบาท ที่เหลืออีก 3 ล้านบาทเป็นยอดขายของบริษัทเล็กอื่นๆ รวมกัน

ด้วยเหตุดังกล่าวผู้ศึกษาจึงมีความสนใจทำการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกต่อ ส่วนประสมการตลาดของลูกค้าที่เป็นสมาชิกของบริษัทกรีน ไคมอนด์ จำกัด ที่ซื้อและบริโภค ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสาหร่ายเกลียวทองจีดี-1 ในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงสินค้าและบริการ ตลอดจนเพื่อวางแผนการตลาดในอนาคตต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทกรีน ไคมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบถึงความพึงพอใจของสมาชิกต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท กรีน ไคมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงสินค้าและบริการ รวมถึงปัญหาเพื่อการวางแผน การตลาดของบริษัท กรีน ไคมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่

### นิยามศัพท์

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ความรู้สึกในด้านดี ที่เกิดกับลูกค้า อันเป็นผลจากการ เปรียบเทียบความรู้สึกในการรับบริการบริโภคสินค้าและบริการที่ลูกค้าได้รับกับความคาดหวังที่มีต่อ สินค้าและบริการดังกล่าว ยิ่งหากสินค้าและบริการนั้นมีคุณค่าเกินความคาดหมายที่ลูกค้าคาดคิด เอาไว้ ก็จะทำให้เกิดความประทับใจ ยินดีที่จะจ่ายเงินซื้อ จนเกิดการซื้อซ้ำ และบอกต่อถึงความ ประทับใจ ด้วยความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการอันนี้ไปสู่บุคคลอื่นได้

**ปัจจัยส่วนประสมการตลาด** หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

**สมาชิก** หมายถึง ลูกค้าของบริษัทกรีน ไคมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ที่ซื้อและ รับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสาหร่ายเกลียวทอง จีดี-1 ทั้งสามสาขา คือ ศูนย์เวียงแก้ว ศูนย์ช้างเผือก และศูนย์เชียงใหม่ 1

**สาหร่ายเกลียวทอง** หมายถึง สาหร่ายสีเขียวแถบน้ำเงิน เป็นสาหร่ายชนิดหลาย เซลล์ มีขนาดเล็กมาก มองด้วยตาเปล่าไม่เห็น ต้องมองผ่านกล้องจุลทรรศน์ มีลักษณะเป็นเส้น ขดเป็นเกลียว คล้ายขดลวด มีชื่อสกุลทางวิทยาศาสตร์ว่า *Spirulina spp.* ซึ่งในปัจจุบันมีมากกว่า 30 ชนิด แต่ชนิดที่มีการทดลองวิจัย และนำมาใช้ประโยชน์กันมากคือ *Spirulina Platensis*

คำว่า “สาหร่ายเกลียวทอง” นี้เป็นนามที่เจียมจิตต์ บุญสม ได้ตั้งชื่อและ ใช้เรียกสาหร่ายชนิดนี้ เป็นภาษาไทย ซึ่งได้จดลิขสิทธิ์เอาไว้แล้วเมื่อปี 2539 นอกจากคุณสมบัติของสาหร่ายเกลียวทองเป็นพืชที่มีอาหารครบถ้วน จากการวิเคราะห์โดยกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์เกี่ยวกับสารอาหารที่พบในสาหร่ายเกลียวทอง GD-1 พบว่ามีโปรตีนสูงกว่าเนื้อ นม ไข่ ประมาณ 3 เท่า มีกรดอะมิโนที่เป็นส่วนประกอบของเซลล์ต่างๆ ในร่างกายถึง 18 ชนิด อุดมด้วยวิตามิน B<sub>1</sub>, B<sub>2</sub>, B<sub>6</sub>, B<sub>12</sub>, C และ H มีเบตาแคโรทีนสูงกว่าแครอท 20 เท่าตัว และอุดมไปด้วยสารอาหารสำคัญที่จำเป็นต่อร่างกาย ซึ่งหาได้ยากจากอาหารชนิดอื่นๆ

**ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร หรือ Dietary Supplement Products** จัดอยู่ในกลุ่มอาหารที่มีวัตถุประสงค์พิเศษตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 20 (พ.ศ. 2528) ตามความหมายของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หมายถึงผลิตภัณฑ์ที่รับประทานโดยตรงนอกเหนือจากการรับประทานอาหารตามปกติ ซึ่งมีการผลิตเป็นรูปลักษณะ เม็ด แคปซูล ผง เกล็ด ของเหลว หรือลักษณะอื่นๆ ที่มีจุดมุ่งหมายสำหรับบุคคลทั่วไปที่มีสุขภาพปกติ (มิใช่สำหรับผู้ป่วย) เช่น น้ำมันปลาแคปซูล โยอาหารอัดเม็ด โยอาหารสำหรับขง หรือโรยอาหารเป็นต้น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาคควบคุมการนำเข้าผลิตภัณฑ์นี้ตามมาตรา 34 ของพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522

**บริษัทกรีนไดมอนด์จำกัด** ผู้ผลิตสาหร่ายเกลียวทอง สไปรูลินา จีดี-1 ก่อตั้งเป็นทางการเมื่อปี 2532 ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจด้านการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร Spirulina ภายใต้ลิขสิทธิ์ชื่อ “สาหร่ายเกลียวทอง” เมื่อปี 2539 โดยใช้ชื่อยี่ห้อ GD-1 โดยมีนายสมชาย บุญสม เป็นกรรมการผู้จัดการ นางเจียมจิตต์ บุญสม เป็นผู้อำนวยการฝ่ายวิจัย มีสมาชิกผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสาหร่ายเกลียวทองยี่ห้อ GD-1 ทั่วประเทศ จำนวนประมาณ 100,000 ราย มีสมาชิกศูนย์จำหน่ายทั่วประเทศจำนวน 20 ศูนย์ ปัจจุบันมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เลขที่ 86-87 หมู่ 6 ตำบลทุ่งเป้า อำเภอม่วงสามสิบ จังหวัดอุบลราชธานี และมีสำนักงานขายภาคเหนืออยู่ที่จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งอยู่เลขที่ 74/4 ถนนเวียงแก้ว ตำบลศรีภูมิ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีศูนย์จำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่ 3 ศูนย์ คือ ศูนย์เวียงแก้ว ศูนย์ช้างเผือก และศูนย์เชียงใหม่ 1