

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 หลักการและเหตุผล

การเร่งรัดพัฒนาเศรษฐกิจช่วงครึ่งศตวรรษที่ผ่านมา นำมาซึ่งความมั่งคั่งและความอยู่รอดของชีวิต แต่ต้องแลกกับการสูญเสียทรัพยากรธรรมชาติที่ถูกใช้หมดไปอย่างรวดเร็ว และฟุ่มเฟือย ก่อให้เกิดมลพิษในสิ่งแวดล้อมมากมายทุกภูมิภาคของโลกได้แก่ ปัญหาการปนเปื้อนของสารเคมีอันตรายในสิ่งแวดล้อม และปัญหาโลกร้อน (Global Warming) ประเทศไทยมีการนำสารเคมีเข้ามาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาประเทศในปริมาณและจำนวนชนิดที่เพิ่มขึ้นทุกปี โดยมีการนำเข้าเคมีภัณฑ์อันตรายจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นจาก 56,229,501.3 ตัน ในปี พ.ศ. 2545 เป็น 158,363,404.9 ตัน ในปี พ.ศ. 2549 (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550: ออนไลน์)

จากการวิจัยพบว่าผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในชีวิตประจำวันในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดพื้น เครื่องสุขภัณฑ์และวัสดุอื่น ๆ มีเคมีภัณฑ์อันตรายตามพระราชบัญญัติวัตถุอันตราย พ.ศ.2535 เป็นส่วนประกอบสำคัญ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ร้อยละ 97.70 ใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดอยู่ในปัจจุบัน มีเพียงร้อยละ 1.30 ไม่เคยใช้และร้อยละ 1.10 เคยใช้แต่ปัจจุบันเลิกใช้แล้วเนื่องจากเห็นว่ามีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและเป็นอันตรายต่อครอบครัว (กระทรวงสาธารณสุข, 2548) ปัจจุบันผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีวางจำหน่ายในท้องตลาดหลายสูตรหลายตราสินค้า ผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทประกอบด้วยสารเคมี เช่น กรดไฮโดรคลอริก กรดฟอสฟอริก โซเดียมไฮดรอกไซด์ สารกันบูด สารแต่งกลิ่นและสีสังเคราะห์ ผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีฤทธิ์กัดกร่อน มีความเป็นพิษสูง เป็นอันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภค บางชนิดย่อยสลายทางชีวภาพได้ยาก เมื่อปล่อยลงสู่แหล่งน้ำและดินจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิต ซึ่งเป็นสาเหตุหลักของการเกิดสารพิษตกค้างและน้ำเน่าเสียในคลอง (กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2549: ออนไลน์)

ช่วง 10 ปีที่ผ่านมา รัฐบาลได้ให้ความสนใจส่งเสริมเทคโนโลยีชีวภาพ โดยนำจุลินทรีย์มาใช้ในโครงการเกษตรอินทรีย์ เพื่อช่วยลดการใช้สารเคมีอันตรายในภาคเกษตรกรรม ลดปัญหาการปนเปื้อนของสารเคมีอันตรายในผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและสิ่งแวดล้อม ในช่วงเดียวกันภาคธุรกิจได้นำกลยุทธ์การตลาดสีเขียว (Green Marketing) มาใช้ แต่การเติบโตของการตลาดสีเขียวของประเทศไทยยังช้ากว่าประเทศอื่น ๆ มาก เนื่องจากผู้บริโภคไทยไม่ค่อยผนวกเอาปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมมาเป็นข้อพิจารณาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ อย่างไรก็ตามกระแสรักษ์สุขภาพ (Health Conscious) ทำให้ผู้คนต่างหันมาสนใจแนวทางวิถีธรรมชาติบำบัดและเริ่มกลับมาใช้ผลิตภัณฑ์จาก

ธรรมชาติกันมากขึ้น ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตสมุนไพรที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก สมุนไพรไทยเป็นธรรมชาติที่อยู่ใกล้ตัวเราหลายพันปีและเป็นภูมิปัญญาไทยที่มีค่ามหาศาล ปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนที่มีความรู้ ความตระหนักในด้านสุขภาพและมีกำลังซื้อค่อนข้างสูงผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดทั่วไปและผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกายที่มีส่วนผสมของสมุนไพรจึงจัดเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคที่เริ่มเข้ามามีส่วนแบ่งการตลาดมากขึ้น มีแนวโน้มเติบโตได้ดีทั้งในและต่างประเทศ คาดว่าภายในปี 2553 จะมีมูลค่าในตลาดทั่วโลกสูงถึง 1 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ (กระทรวงพาณิชย์, 2551: ออนไลน์)

จุลินทรีย์เป็นสิ่งมีชีวิตเล็กๆ ที่มองด้วยตาเปล่าไม่เห็นแต่มีประสิทธิภาพสูงในการย่อยสลายอินทรีย์วัตถุทุกชนิด มนุษย์รู้จักใช้ประโยชน์จากจุลินทรีย์มานานนับพันปี มีการนำความรู้ความเข้าใจทางจุลชีววิทยาใช้ในการผลิตสิ่งที่มีประโยชน์เพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ด้านอาหาร ด้านการเกษตร และด้านสิ่งแวดล้อม โดยมีมูลค่าการตลาดในประเทศสูงถึง 1.6 - 6 แสนล้านบาท/ปี (วิฑูรย์ เลี่ยนจำรูญ, 2550: ออนไลน์)

ผลิตภัณฑ์จุลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติเป็นผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดพื้นผิวทั่วไปและผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกายที่ปลอดภัยและมีอันตราย ผลิตโดยการนำจุลินทรีย์ที่ได้รับการพัฒนาผลไม้มะม่วงและสมุนไพรอินทรีย์มาเป็นส่วนผสมหลัก เริ่มผลิตออกจำหน่ายเมื่อเดือนสิงหาคม 2550 เป็นกิจการภายในครอบครัวขนาดเล็ก ในช่วงแรกผลิตและจำหน่ายเฉพาะผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดทั่วไป โดยเป็นการผลิตตามสั่งไม่ได้วางจำหน่ายในท้องตลาด เพื่อส่งให้แก่ผู้รับไปจำหน่ายต่อแบบขายตรงในเขตกรุงเทพมหานคร 1 รายคือที่โรงพยาบาลพญาไท 2 หลังจากที่ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักมากขึ้นจึงมีผู้รับไปจำหน่ายต่อแบบขายตรงเพิ่มอีก 4 ราย ได้แก่ที่โรงพยาบาลเทพธารินทร์ โรงพยาบาลนนทเวช บริษัท เอไอเอ (ประเทศไทย) จำกัด และตลาดน้ำบางไทร จังหวัดนครปฐม ต่อมาเพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายจึงได้นำผลิตภัณฑ์ไปฝากจำหน่ายที่ร้านค้าผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ 3 แห่งได้แก่ร้านปลอดภัยพิชเอดน (ถนนนิมมานเหมินท์) ร้านภูค เฮลธ (ในสุรวงศ์ บิ๊กเซนเตอร์ ถนนศรีดอนไชย) และร้านป่าตาอาหารเพื่อสุขภาพ (ในโครงการเจจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่) หลังจากพบว่าลูกค้าให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์มากขึ้น จึงได้เพิ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกายขึ้นอีกสายผลิตภัณฑ์หนึ่ง ปัจจุบันจึงมีผลิตภัณฑ์จุลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติให้ลูกค้าเลือกซื้อมากกว่า 10 ชนิด สายผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 4 ประเภท คือ 1. ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ได้แก่ น้ำยาอเนกประสงค์ผิวสัมผัส น้ำยาซักผ้าสับประรด 2. ผลิตภัณฑ์แชมพู ได้แก่ แชมพูมะกรูด แชมพูดอกอัญชัน แชมพูมะขามป้อม แชมพูมะเฟือง 3. ผลิตภัณฑ์สบู่เหลว ได้แก่ สบู่เหลวขมิ้นชัน สบู่เหลวผลไม้มะม่วง และ 4. ผลิตภัณฑ์จุลินทรีย์ ได้แก่ จุลินทรีย์ขับไล่แมลง จุลินทรีย์บำบัดน้ำเสีย ตลอดระยะเวลา 1 ปีที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์จุลินทรีย์

ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติมา พบว่ามีแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจที่ดี มียอดจำหน่ายเฉลี่ยเดือนละ 45,000 - 55,000 บาท เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 14.2 ต่อเดือน โดยแยกเป็นยอดจำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่ เฉลี่ยร้อยละ 21.62 ต่อเดือนและยอดจำหน่ายในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เฉลี่ยร้อยละ 78.38 ต่อเดือน ในส่วนของสถานการณ์ด้านการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ ทำความสะอาดปลอดสารพิษ ปัจจุบันมีผู้ผลิตและจำหน่ายรายใหญ่ 5 ราย ได้แก่ 1. กลุ่มสันติอโศก (บริษัทดิน น้ำ ฟ้า บริษัทขอบุคณ บริษัทแคชีวิต) 2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเอเดน 3. กลุ่มผลิตภัณฑ์บูมกรีน 4. กลุ่มผลิตภัณฑ์ฮาโมนีไลฟ์ และ 5. กลุ่มผลิตภัณฑ์แม่ปิงเกษตรธรรมชาติ

ดังนั้นภายใต้สภาพการแข่งขันที่สูง กลยุทธ์การตลาดจำเป็นต้องถูกกำหนดขึ้น โดยมุ่งเน้นกิจกรรมทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อให้เกิดการซื้อ ซื่อซ้า และการบอกต่อๆ ไปยังผู้ซื้อรายอื่น จากเหตุผลและข้อมูลเบื้องต้นจึงทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์จุลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติ เพื่อเป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์การตลาด ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า รวมทั้งแก้ไขปัญหาปรับปรุง และพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความพึงพอใจยิ่งขึ้นให้กับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเหนือกว่าคู่แข่ง

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์จุลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติ

## 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์จุลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติ
2. เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดของผลิตภัณฑ์จุลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

## 1.4 นิยามศัพท์

**ความพึงพอใจ (Satisfaction)** หมายถึง ระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้าโดยวัดเป็นระดับจากมากที่สุดจนถึงน้อยที่สุด

**ลูกค้า** หมายถึง ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์จุลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติ

**ผลิตภัณฑ์จุลินทรีย์ชีวภาพ** หมายถึง ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดทั่วไปและผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกายที่ใช้เทคโนโลยีชีวภาพผลิตโดยการนำจุลินทรีย์ที่ได้รับการพัฒนา ผลไม้ และสมุนไพรอินทรีย์มาเป็นส่วนผสมหลัก สายผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 4 ประเภท คือ

1. ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดได้แก่ น้ำยาอเนกประสงค์ผิวสัมผัส น้ำยาซักผ้าสับประรด
2. ผลิตภัณฑ์แชมพูได้แก่ แชมพูมะกรูด แชมพูดอกอัญชัน แชมพูมะขามป้อม และแชมพูมะเฟือง
3. ผลิตภัณฑ์สบู่เหลวได้แก่ สบู่เหลวขมิ้นชัน สบู่เหลวผลไม้รวม
4. ผลิตภัณฑ์จุลินทรีย์ได้แก่ จุลินทรีย์ขับไล่แมลง จุลินทรีย์บำบัดน้ำเสีย

**ตราสินค้าพิงค์ธรรมชาติ** หมายถึง ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์จุลินทรีย์ชีวภาพตั้งอยู่เลขที่ 79/28 หมู่ 2 ถนนเชียงใหม่ - ลำปาง ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่