

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันกระแสความนิยมในการใช้สมุนไพรเพื่อการดูแลสุขภาพและการรักษาโรคได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายสาเหตุประการหนึ่งที่ประชาชนให้ความสนใจในการใช้สมุนไพร เนื่องจากมีความเชื่อว่าเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติไม่ก่อให้เกิดอันตราย อีกทั้งกระทรวงสาธารณสุขมีนโยบายส่งเสริมการใช้ยาสมุนไพร ตามแผนยุทธศาสตร์ 5 ปี (พ.ศ.2547-2551) ในการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย (Center of Excellent Health Care of Asia) และได้มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องด้วยการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (พ.ศ.2553-2557) (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่, 2555) ซึ่งประเทศไทยมีสมุนไพรที่มีศักยภาพในการพัฒนาใช้ทดแทนยาแผนปัจจุบันได้โดยสมุนไพรเหล่านั้นไม่ต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศ อีกทั้งหากคนไทยหันมาใช้ยาสมุนไพรในยามเจ็บป่วยจะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของชาติ เป็นการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่นอย่างแท้จริง และที่สำคัญยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสมุนไพรไทยให้โดดเด่นและสามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก

เพื่อให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ 5 ปี (พ.ศ.2547-2551) และแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (พ.ศ.2553-2557) ในส่วนของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ได้มีการพัฒนาธุรกิจบริการสุขภาพให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพในระดับนานาชาติโดยดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ.2547 เพื่อให้กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบนเป็นศูนย์กลางสุขภาพระดับนานาชาติที่โดดเด่นในเอเชีย (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่, 2555) ซึ่งหนึ่งในธุรกิจบริการสุขภาพที่ได้รับการพัฒนาคือ ผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไทย ภายใต้การดำเนินกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาคุณภาพมาตรฐาน การตลาด และการประชาสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการผลิตผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไทย ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน อีกทั้งยังมีการสนับสนุนให้มีการรักษาโรคด้วยวิธีการแพทย์แผนไทยและ

การแพทย์ทางเลือกเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมการใช้ยาสมุนไพรในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน อีกด้วย

บริษัท ทีซีเอส เฮลท์ สับ จำกัด เป็นศูนย์กลางกระจายสินค้าและบริการผลิตภัณฑ์สมุนไพรอกฤษฏเบศรในเขตพื้นที่ 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แพร่ น่าน พะเยา แม่ฮ่องสอน ที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการจากมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร แต่เพียงผู้เดียว มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานขายและการตลาด การขนส่งกระจายสินค้า การบริการหลังการขาย ติดต่อบริการให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าทุกกรณี ปัจจุบันจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรทั้งหมด 122 รายการ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร ประกอบด้วยยาใช้ภายในและภายนอก จำนวน 37 รายการ ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ เช่น แคปซูลขมิ้นชัน แคปซูลฟ้าทะลายโจร ยาแก้ไอมะขามป้อม ยาหอมเทพจิตร ยาขงสมุนไพรหญ้าหนวดแมว ครีมไพล ยาหม่องตะไคร้หอม เป็นต้น กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์สำหรับผิวสวย ผลิตภัณฑ์สำหรับผิวหน้า ผลิตภัณฑ์สำหรับเส้นผม ผลิตภัณฑ์เบ็ดเตล็ด จำนวน 61 รายการ ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ เช่น สบู่เหลวเปลือกมังคุด ครีมบำรุงผิวแดงกวาง แชมพูอัญชัน ลิปปาล์มน้ำมันรำข้าวกลั่นเปปเปอร์มินท์ เป็นต้น กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเครื่องดื่ม ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ จำนวน 15 รายการ ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ เช่น ชาขงดอกคำฝอย น้ำลูกขอมผสมน้ำผึ้ง น้ำว่านหางจระเข้กลั่นใบเตยพร้อมดื่ม เป็นต้น กลุ่มผลิตภัณฑ์อื่นๆ ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ จำนวน 9 รายการ ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ เช่น ยาสีฟันสมุนไพร แชมพูสุนัขตะไคร้หอม สเปรย์ตะไคร้หอมกันยุง เป็นต้น

เนื่องจากความนิยมสมุนไพรไทยอย่างแพร่หลายและนโยบายสนับสนุนการใช้ยาสมุนไพรของภาครัฐ ทำให้ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากบริษัทต่างๆ เข้ามาสู่ตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างมากมาย ด้วยสภาพการแข่งขันที่รุนแรง และจากการพิจารณาข้อมูลลูกค้าของบริษัท ทีซีเอส เฮลท์ สับ จำกัด โดยพิจารณาจากยอดขายในปี 2555 และปี 2556 พบว่ายอดขายลดลงคิดเป็นร้อยละ 11.50 โดยในปี 2555 และ 2556 พบว่าปี 2555 มีจำนวนตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรประมาณ 1,127 ราย และข้อมูลในปี 2556 พบว่ามีจำนวนตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรลดเหลือเพียง 990 รายเท่านั้นคิดเป็นร้อยละ 12.16 (กันยารัตน์ จักรศรี , 2556 : สัมภาษณ์)

ดังนั้นเพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดเดิมและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดใหม่ ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรต่อส่วนประสมการตลาดของ

บริษัท ทีซัส เฮลท์ ฮับ จำกัด เพื่อพัฒนาแผนการตลาดหรือกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการได้อย่างแท้จริงต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท ทีซัส เฮลท์ ฮับ จำกัด

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท ทีซัส เฮลท์ ฮับ จำกัด
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาแผนการตลาดหรือปรับปรุงกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดของบริษัท ทีซัส เฮลท์ ฮับ จำกัด ให้สามารถตอบสนองความต้องการของตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้อย่างแท้จริง

1.4 นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ผลของการเปรียบเทียบระหว่างระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการและระดับบริการที่ได้รับจริงจากการให้บริการของบริษัท ทีซัส เฮลท์ ฮับ จำกัด ต่อส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix)

ตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพร หมายถึง เจ้าของกิจการหรือผู้มีอำนาจในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ผลิตและควบคุมการผลิตโดยมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ.ปราจีนบุรี ทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ เพื่อจำหน่ายจากบริษัท ทีซัส เฮลท์ ฮับ จำกัด ซึ่งเป็นลูกค้าปัจจุบัน

ส่วนประสมทางการตลาด : 7P หมายถึง กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกของผู้บริโภค ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพทั่วไป (Physical evidence) ปัจจัยด้านบุคลากร (People)

บริษัท ทีซัส เฮลท์ ฮับ จำกัด หมายถึง บริษัทซึ่งเป็นศูนย์กระจายสินค้าและบริการผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศรในเขตพื้นที่ 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่

ลำพูน ลำปาง แพร่ น่าน พะเยา แม่ฮ่องสอน ที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการจากมูลนิธิ
โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรแต่เพียงผู้เดียว



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved