

# บทที่ 1

## บทนำ

### หลักการและเหตุผล

เสื้อผ้าอาภรณ์เป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่มีความจำเป็นต่อชีวิตประจำวัน หากเสื้อผ้าที่สวมใส่สะอาดสดใส มีสีสันทัดสวย ไม่ซีดจาง รีดเรียบมีกลิ่นหอม จะมีส่วนช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพของผู้สวมใส่ให้สะอาดตาแก่ผู้พบเห็น ดังนั้นการดูแลเอาใจใส่ด้วยการทำความสะอาดที่ถูกวิธีของผู้เป็นเจ้าของอาภรณ์จึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง ผงซักฟอกเป็นองค์ประกอบที่จำเป็นในการช่วยทำความสะอาดสิ่งสกปรกให้หลุดออกจากเนื้อผ้า

ก่อนที่โลกเราจะมีผู้ผลิตผงซักฟอกขึ้นมานั้น คนรุ่นปู่รุ่นย่ารุ่นทวดนิยมใช้สบู่คู่ตัวในการซักเสื้อผ้า ครั้นพอเกิดสงครามโลกครั้งที่ 1 ทำให้เกิดภาวะขาดแคลนไขมันสัตว์ที่ใช้ผลิตสบู่ทั่วโลก อันทำให้สบู่เป็นสินค้าหายากและราคาแพง จึงได้มีผู้คิดค้นหาสารเคมีที่ใช้แทนสบู่ขึ้นได้สำเร็จเป็นครั้งแรก ในประเทศเยอรมัน หากแต่ช่วงนั้นไม่ค่อยได้รับความนิยมมากนัก พอสงครามเลิกผู้คนที่หันกลับไปจับสบู่มาถูผ้าเหมือนเดิม

ครั้นสงครามโลกครั้งที่ 2 อุบัติขึ้น โลกทั้งโลกเกิดภาวะขาดแคลนสบู่อย่างรุนแรงกว่าครั้งแรก สูตรผงซักฟอกดั้งเดิมจึงถูกนำกลับมาปรับปรุงจนกระทั่งกลายเป็นผงซักฟอก (Detergent) โดยผู้นำเข้าผงซักฟอกรายแรกสู่ประเทศไทย คือ บริษัท หลุยส์ทีเลียวโนแลนส์ จำกัด ได้นำเข้าผงซักฟอกยี่ห้อ “แฟ็บ” และได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ทำให้ผู้ผลิต (บริษัท คอลเกต ปาล์มโอลีฟ จำกัด) ตัดสินใจจัดตั้งโรงงานขึ้นในประเทศไทยในปี 2500

ผงซักฟอก (Synthetic Detergent) คือ สารประกอบทางอินทรีย์เคมีที่สังเคราะห์ขึ้นเพื่อใช้ในการทำความสะอาดประเภทหนึ่ง มีความจำเป็นในชีวิตประจำวัน เพื่อชำระล้างสิ่งสกปรกจากเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม เครื่องจักร เครื่องมือ และอื่น ๆ ปัจจุบันในประเทศไทยมีผู้ประกอบการรายใหญ่ประมาณ 4 ราย ผลิตผงซักฟอกจำหน่ายในท้องตลาด ประมาณ 20 - 25 ตราการผลิตผลิตภัณฑ์ผงซักฟอกเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เงินลงทุนเป็นจำนวนสูง จึงเป็นอุปสรรคทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดได้ยากแต่เนื่องจากตลาดผลิตภัณฑ์ผงซักฟอกเป็นตลาดขนาดใหญ่ (Mass Market) มีมูลค่าสูงสุดสินค้าหนึ่งในบรรดาสินค้าอุปโภคบริโภค จึงทำให้เกิดการแข่งขันสูง อันเป็นเหตุให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อสินค้ามากขึ้น (สมบุญ รุจิจร, 2549: 65)

พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา อันมีผลทำให้โลกแห่งการจับจ่ายใช้สอยจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อก้าวให้ทันการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค เครื่องมือหรืออุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เคยใช้ในศตวรรษที่ 20 ได้หมดสภาพไปและใช้น้ำมันน้ำหรือชักจูงผู้บริโภคไม่ได้อีกต่อไป ผู้บริโภคในยุคที่ 21 นี้เก่งขึ้น ฉลาดขึ้น ระวังการใช้จ่ายมากขึ้น และช่างคิดมากขึ้น ดังนั้นจึงไม่ใช่เรื่องประหลาดใจของผู้ผลิตซึ่งจะต้องเผชิญหน้ากับการแข่งขันทั้งด้านตัวสินค้า ราคา การเสนอรายการส่งเสริมการขาย จุดขายในร้านค้า ฯลฯ นอกจากนี้ผู้ผลิตแล้วร้านค้าปลีกซึ่งเป็นคนกลางจำต้องปรับตัวเพื่อให้คู่กันสมัยและสะดวกสบายในการจับจ่ายมากขึ้น จึงเกิดการแข่งกันกันก่อนข้างสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อห้างต่างชาติได้เข้ามาบุกเบิกตลาดค้าปลีกในประเทศไทย โดยพัฒนารูปแบบการขายสินค้า ราคา การจัดเรียงสินค้า อีกทั้งบริการด้านต่าง ๆ เช่น บริการห้องน้ำสะอาด ร้านอาหาร สถานที่จอดรถกว้างขวาง เป็นต้น และห้างเหล่านี้เริ่มรุกหนักเน้นการกระจายตัวไปยังต่างจังหวัด ทำให้ร้านค้าท้องถิ่นจำต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการขายสินค้า การจัดเรียงสินค้า รวมถึงสภาพแวดล้อมให้ดูทันสมัยยิ่งขึ้น แต่ความเสียเปรียบทางด้านความรู้เรื่องการค้าและการเข้าถึงผู้บริโภค ทำให้บางร้านค้าถึงกับต้องขายกิจการไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันได้มีห้างค้าปลีกต่างชาติได้ทำการขยายสาขา และเพิ่มประเภทของร้านค้าปลีกเป็น 3 รูปแบบ อันได้แก่ ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต และมินิมาร์ท เนื่องจากถูกแรงกดดันของรัฐบาลในเรื่องกฎหมายผังเมือง ซึ่งกำหนดลักษณะการใช้ประโยชน์ของที่ดิน ทำให้บางพื้นที่ไม่สามารถเปิดบริการเป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตกรุงเทพมหานครและหัวเมืองใหญ่ๆ (สมบุญ รุจิจร, 2549: 65)

ในการศึกษาครั้งนี้ได้เลือกกลุ่มผลิตภัณฑ์ผงซักฟอกอันได้แก่ ผงซักฟอกสูตรธรรมดาสำหรับซักมือ ผงซักฟอกสูตรเข้มข้นสำหรับซักมือและเครื่อง ผงซักฟอกสูตรซักเครื่อง อันเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูงมากในตลาดสินค้าอุปโภคเพราะมีคู่แข่งหลายรายอันได้แก่ บริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทยเทรดดิ้ง จำกัด เจ้าของแบรนด์ผงซักฟอกบรีส (Breeze) โอโม (Omo) เซิร์ฟ (Surf) ซึ่งมีสัดส่วนการตลาดในแบรนด์บรีส 47% โอโม 18% และ เซิร์ฟ 0.5% บริษัท สหพัฒน์ จำกัด เจ้าของแบรนด์ผงซักฟอกเปา (Pao) มีสัดส่วนประมาณ 9.8% บริษัท พีแอนด์จี จำกัด เจ้าของแบรนด์ผงซักฟอกแฟ็บ (Fab) มีสัดส่วน 5.7% และแพ็ค (Paic) มีสัดส่วน 1% บริษัท คาโอ ประเทศไทยจำกัด เจ้าของแบรนด์ผงซักฟอกแอทแท็ค (Attack) มีสัดส่วน 9% ซึ่งแต่ละบริษัทได้ผลิตผงซักฟอกที่มีความแตกต่างกัน และต่างก็พยายามสื่อความแตกต่างนั้น ๆ สู่อุตสาหกรรม อาทิ เช่น ความแตกต่างด้านบรรจุภัณฑ์ ส่วนผสม กลิ่น ขนาด (ปริมาณบรรจุ) และราคา เป็นต้น (สมบุญ รุจิจร, 2549: 66)

เนื่องจากกลุ่มผลิตภัณฑ์ผงซักฟอกมีมูลค่าการขายที่สูงถึง 11,120.5 ล้านบาทในปี 2548 ซึ่งเติบโตจากปี 2547 (ยอดขาย 9,417.2 ล้านบาท) ประมาณ 17.41 % และปี 2549 คาดว่าโดยรวมจะเติบโตขึ้นประมาณ 10-15 % โดยตลาดได้เปลี่ยนจากการใช้ผงซักฟอกสูตรธรรมดามาเป็นผงซักฟอกสูตรเข้มข้น อันเนื่องมาจากการเร่งรีบในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคในสังคมและประสิทธิภาพที่เพิ่มขึ้นในการซักของผงซักฟอกสูตรเข้มข้น อีกทั้งราคาของกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้ได้ปรับลดลงจากปีก่อน ๆ ที่ผ่านมา ทำให้ในปี 2548 นั้นตลาดของผงซักฟอกสูตรเข้มข้นมีการเจริญเติบโตถึง 39.3% และในปี 2549 ตลาดของผงซักฟอกจะเน้นหนักไปที่ตลาดของผงซักฟอกสูตรเข้มข้นซึ่งในขณะนี้มีส่วนทางการตลาดของผงซักฟอกสูตรธรรมดาเมื่อเปรียบเทียบกับผงซักฟอกสูตรเข้มข้น คือ 60 : 40 (ตลาดทั่วประเทศ) แต่ถ้ามองจากตลาดในห้างโมเดิร์นเทรดจะพบว่าสัดส่วนทางการตลาดของผงซักฟอกสูตรธรรมดาเมื่อเปรียบเทียบกับสูตรเข้มข้น คือ 40:60 แม้สภาพตลาดของผงซักฟอกสูตรธรรมดาก่อนข้างซบเซาลง แต่ก็ยังมีแบรนด์เกิดใหม่ในปี นี้ ซึ่งทำให้การแข่งขันในตลาดผงซักฟอกสูตรธรรมดาทวีความรุนแรงขึ้น การเข้าตลาดใหม่ของแอทเทคอีซี ทำให้ตลาดผงซักฟอกสูตรธรรมดาเริ่มกลับมาแข่งขันกันด้านราคา การจัดเรียงสินค้าในร้านค้าปลีกต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น (สมบุญ รุจิขจร, 2549: 66)

ช่องทางการจัดจำหน่ายในประเทศไทยแบ่งเป็น 2 ช่องทางหลัก ๆ อันได้แก่

1. การจัดจำหน่ายผ่านห้างสรรพสินค้าหรือ โมเดิร์นเทรด (Modern Trade)
2. การจัดจำหน่ายผ่านร้านค้าส่ง หรือร้านค้าปลีกย่อย (Traditional Trade)

ซึ่งมีส่วนต่อการขายต่อช่องทางคิดเป็น 50 : 50 (สมบุญ รุจิขจร, 2549: 66)

จังหวัดลำพูน เป็นจังหวัด ที่ตั้งอยู่ในเขตภาคเหนือ มีประชากรจำนวนทั้งสิ้น 409,404,727 คน แบ่งเป็นชาย 197,546 คน และหญิง 207,181 คน และมีประชากร 99,033 คนอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมือง (แบ่งเป็นชาย 47,291 คน, หญิง 51,742 คน รวม 42,152 ครอบครัว) (กระทรวงมหาดไทย, 2548: ออนไลน์) มีร้านค้าปลีกท้องถิ่นหรือซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่เหลืออยู่เพียงแห่งเดียวได้แก่ห้างแจ่มฟ้าซูเปอร์มาร์เก็ตซึ่งเป็นของคนไทย จากข้อมูลประชากรจะเห็นว่าจังหวัดลำพูนเป็นจังหวัดที่อัตราความหนาแน่นของประชากรค่อนข้างสูง ในอนาคตจึงมีการเจริญเติบโตของห้างไฮเปอร์มาร์เก็ตเป็นจำนวนมาก อาทิเช่นห้างเทสโก้โลตัสและห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์มีการวางแผนการขยายสาขาเข้ามาเปิดกิจการในจังหวัดลำพูน โดยวางแผนการเปิดประมาณปี 2550 (“ที่อุปแลนด์ฝ่ายค้าปลีกแห่งคู่แข่งเปิดทางพันธมิตรร่วมลงทุนห้าง” ,2549 ประชาชาติธุรกิจ: ออนไลน์)

จากข้อมูลดังกล่าวผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมถึงปัญหาในการซื้อผงซักฟอกในห้างแจ่มฟ้าซูเปอร์มาร์เก็ตในเทศบาลเมือง ลำพูน เพราะผงซักฟอกเป็น

กลุ่มสินค้าที่สร้างยอดขายให้กับห้างแจ่มฟ้า ซึ่งจัดได้ว่าเป็นกลุ่มสินค้าดาวเด่นของห้างแจ่มฟ้า ดังเช่นในปีที่ผ่านมากลุ่มผงซักฟอกก็ทำยอดขายสูงเป็นอันดับที่หนึ่งในกลุ่มสินค้าอุปโภคด้วยกัน อีกทั้งห้างแจ่มฟ้าเป็นห้างสรรพสินค้าท้องถิ่นของคนไทยที่ยังสร้างยอดขายสูงสุดในเทศบาลเมืองลำพูน ทำให้การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจากห้างแห่งนี้และในหมวดสินค้านี้เป็นการศึกษาที่สามารถเข้าถึงความต้องการและพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคในจังหวัดลำพูนได้มากที่สุด โดยการศึกษาจะนำมาใช้เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนและปรับกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อรองรับกับการขยายตัวของห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ที่กำลังจะเข้ามาในอนาคตอันใกล้นี้ และเป็นประโยชน์สำหรับผู้ผลิตและจำหน่ายรวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการซื้อผงซักฟอกในห้างแจ่มฟ้าซูเปอร์มาร์เก็ตในเทศบาลเมือง ลำพูน

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทราบถึงพฤติกรรมการซื้อผงซักฟอกในห้างแจ่มฟ้าซูเปอร์มาร์เก็ตในเทศบาลเมืองลำพูน และเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนการตลาดและปรับกลยุทธ์สำหรับผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผงซักฟอก รวมทั้งห้างแจ่มฟ้าซูเปอร์มาร์เก็ตในเทศบาลเมือง ลำพูน

### นิยามศัพท์

**พฤติกรรมผู้บริโภค** หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขาโดยใช้ทฤษฎี 6W1H (Who, What, Why, When, Where & How)

**ผงซักฟอก** หมายถึง สารประกอบทางอินทรีย์เคมีที่สังเคราะห์ขึ้นเพื่อใช้ในการทำความสะอาดประเภทหนึ่ง มีความจำเป็นในชีวิตประจำวัน เพื่อชำระล้างสิ่งสกปรกจากเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม ซึ่งอยู่ในรูปของผงและน้ำ อันได้แก่ ผงซักฟอกสูตรธรรมดาสำหรับซักมือ ผงซักฟอกสูตรเข้มข้นสำหรับซักมือและเครื่อง และผงซักฟอกสูตรซักเครื่อง

**ห้างแจ่มฟ้าซูเปอร์มาร์เก็ต** หมายถึง ร้านค้าปลีกที่มีเจ้าของเป็นคนไทยตั้งอยู่ในเทศบาลเมือง ลำพูน ซึ่งจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งมีรูปแบบของร้านค้าเป็นร้านขายสินค้าอุปโภคบริโภค ที่มีขนาดพื้นที่ขายประมาณ 500 – 1000 ตารางเมตร โดยตั้งอยู่เลขที่ 160 ถนน

อินทงยศ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน โดยมีคุณอัญเชิญ วงศ์มณีรุ่ง เป็นผู้บริหาร  
กิจการในปัจจุบัน โดยในปี 2551 นี้ ห้างแจ่มฟ้าชูเปอร์มาร์เก็ต เปิดดำเนินการมาทั้งสิ้น 27 ปี



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved