

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

แสงแดดมีคุณประโยชน์นานัปการ ให้ความอบอุ่นแก่ทุกสรรพสิ่งบนโลก จำเป็นต่อร่างกายในการสร้างวิตามินดี ซึ่งช่วยให้กระดูกมีความแข็งแรงทำให้มีผลดีต่อสุขภาพจิต (Psychologically) และสรีรวิทยาของร่างกาย (Physiologically) เพิ่มขึ้น ช่วยลดความดันโลหิต ประโยชน์อีกประการหนึ่งของแสงแดด คือ หากได้รับรังสีเล็กน้อยเป็นประจำจะทำให้เกิดการสร้างเมลานิน (melanin) เป็นเหตุให้เซลล์ผิวหนังหนาขึ้น เป็นผลให้เกิดกลไกทางธรรมชาติในร่างกายมนุษย์ป้องกันการเกิดผิวเกรียมแดด (sun burn) ส่วนโทษของการได้รับแสงแดดทำให้เกิดผื่นแดง (erythema, reddening) การแดงจะเพิ่มขึ้นจนถึงขั้นผิวเกรียมแดด เพราะกลไกทางธรรมชาติในการสร้างสีผิวไม่สามารถต้านทานการดูดซึมแสงเข้าสู่ผิวได้แต่ผลอันนี้เป็นผลในระยะสั้น เป็นการทำลายผิวชั้นนอกที่เกิดขึ้นชั่วคราว ส่วนผลในระยะยาวการได้รับแสงบ่อยๆ เป็นเวลานานทำให้เป็นอันตรายต่อผิวหนัง ผิวหนังเสื่อมก่อนวัย ทำให้เกิดมะเร็งผิวหนัง ทำลายระบบพันธุกรรมและมีภูมิคุ้มกันอ่อนแอลง แสงแดดทำให้เกิดอนุมูลอิสระซึ่งมีผลเสียต่อผิวหนัง และทำให้ผิวไหม้แสงที่มีผลต่อผิวมนุษย์มากที่สุด คือ แสงอัลตราไวโอเล็ต

ผิวหนังของแต่ละคนตอบสนองต่อแสงแดดแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับสีผิวหรือปริมาณของเม็ดสี (melanin pigment) ที่ผิวหนังของแต่ละคน คนที่มีปริมาณเม็ดสีน้อยจะมีสีผิวขาวและมีแนวโน้มที่จะเกิดการไหม้แดดได้ง่ายกว่าคนสีผิวคล้ำ สีผิวคล้ำขึ้น (tanning) เกิดจากมีการผลิตและกระจายของเม็ดสีมากขึ้น เพื่อป้องกันนิวเคลียสของเซลล์ ของผิวหนัง จากอันตรายของแสงแดด การไหม้แดด (sunburn reaction) เกิดจากผิวหนังได้รับแสงแดดในปริมาณที่มากเกินไป เกิดอาการแดง มักเกิดภายใน 24 ชั่วโมง และอาจมีอาการบวม และปวดบริเวณผิวหนังได้ หลังจากนั้นอาการแดงจะค่อยๆ ลดลง และอาจมีการลอกของผิวหนังตามมา การไหม้แดด เป็นผลจากแสงในช่วงของยูวีบี ต่อผิวหนังในชั้นหนังกำพร้า ทำให้เซลล์บวมและมีการเปลี่ยนแปลงของนิวเคลียสของเซลล์ได้ เซลล์จะมีการซ่อมแซมให้กลับสู่ปกติ แต่ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงของโปรตีนของนิวเคลียส ในระยะยาว หรือการซ่อมแซมไม่สมบูรณ์ อาจทำให้เกิดมะเร็งผิวหนังในภายหลังได้

หลายปีที่ผ่านมา อุณหภูมิของอากาศสูงขึ้นมากกว่าปกติ อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากปรากฏการณ์ภาวะโลกร้อนที่หลายประเทศให้ความสนใจเป็นอย่างมาก การที่ชั้นบรรยากาศของ

โลกถูกทำลาย ทำให้มีปริมาณความร้อน และรังสีต่างๆ ส่งมาถึงผิวโลกมากขึ้น โดยเฉพาะรังสีที่มีผลกระทบเป็นอันดับหนึ่ง คือ รังสีอัลตราไวโอเล็ต หรือรังสี UV อากาศที่ร้อนขึ้นเรื่อยๆ เป็นผลให้ผิวหนังของเราซึ่งคอยปกป้องร่างกายภายในต้องรับภาระหนักขึ้นกว่าเดิม ภาวะโลกร้อนทำให้เกิดช่องโหว่ในโอโซน ทำให้รังสี UVA และ UVB จากแสงแดดส่องลงมาถึงโลกมากกว่าปกติ ส่งผลให้มนุษย์เกิดมะเร็งผิวหนังกันมากขึ้น และรังสี UV จะมีมากบริเวณเส้นศูนย์สูตร ซึ่งประเทศไทยอยู่บริเวณดังกล่าวทำให้ได้รับรังสี UV สูงมาก เนื่องจากรังสี UV มีอันตรายต่อผิวหนัง ทำให้ผลิตภัณฑ์ประเภทครีมกันแดด (Sunscreen) เป็นสิ่งจำเป็นต่อผิวมนุษย์ โดยมีวัตถุประสงค์ในการผลิตเพื่อจะป้องกันหรือลดอันตรายจากแสง หรือช่วยให้ผิวคล้ำแดดโดยไม่มีการอักเสบหรือปวดแสบร้อน นอกจากนี้ยังช่วยป้องกันไม่ให้ผิวดูแก่ก่อนวัย ไม่อาจปฏิเสธได้ว่าครีมกันแดดนั้นมีประโยชน์ในแง่ของการช่วยปกป้องผิวจากอันตรายของรังสีจากแสงแดดอันเป็นที่ทราบกันดีว่าเป็นตัวการของฝ้า กระ ผิวหมองคล้ำ ริ้วรอยก่อนวัยและมะเร็งผิวหนัง

ปัจจุบันตลาดครีมกันแดด เป็นสินค้ารายการหนึ่งที่มีการแข่งขันรุนแรง เห็นได้จากการโฆษณาที่เน้นเรื่องประสิทธิภาพการป้องกันแสงแดด เนื่องมาจากกระแสของภาวะโลกร้อนที่แสงแดดมีผลต่อเรื่องสุขภาพ การดูแลผิวที่ปัจจุบันผู้หญิงไทยมักกังวลเรื่องผิวดำคล้ำจากแสงแดด ประกอบกับคนเริ่มให้ความสำคัญกับการดูแลผิวมากขึ้น และยังเป็นพื้นที่ ที่ติดกับชายฝั่งทะเลซึ่งผิวดำคล้ำทั้งลมทะเล และแสงแดดที่ค่อนข้างแรง ส่งผลให้ตลาดของครีมกันแดดเป็นที่ต้องการมากขึ้น รูปแบบสินค้ามีให้เลือกหลากหลายมากขึ้น และช่องทางการจัดจำหน่ายที่เป็นห้างสรรพสินค้าเริ่มให้ความสำคัญกับสินค้าประเภทครีมกันแดดมากขึ้น จากในอดีตที่ส่วนมากมีจำหน่ายในร้านขายยา การจัดวางสินค้าขึ้นอยู่กับตราสินค้าเป็นสำคัญ ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เป็นคิสเคาน์สโตร์ใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคา และทำโปรโมชั่นอย่างหนัก มีการออกสินค้าภายใต้แบรนด์ของห้างสรรพสินค้ามากยิ่งขึ้น และมีการวางจำหน่ายตามตลาดต่างๆ จึงทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดีที่สุด และเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคคิดว่าได้รับความพึงพอใจเท่ากับเงินที่สูญเสียไปมากที่สุด ส่งผลให้แต่ละยี่ห้อมีการแข่งขันกันสูง เพื่อที่จะนำเสนอสินค้าให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

จากเหตุผลข้างต้น เนื่องด้วยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล อยู่ในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นพื้นที่ชายฝั่งทะเลอ่าวไทย ได้รับอิทธิพลของแสงแดดค่อนข้างมาก ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาศึกษาถึงการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดของนักศึกษาคณะอุตสาหกรรมการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดของนักศึกษา คณะอุตสาหกรรมการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ นักศึกษา คณะอุตสาหกรรมการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่

2.1 ตัวแปรต้น คือ

2.1.1 ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่

2.1.1.1 เพศ

2.1.1.2 อายุ

2.1.1.3 ระดับการศึกษา

2.1.1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.1.2 ปัจจัยการสื่อสารการตลาด

2.1.2.1 การโฆษณา

2.1.2.2 การส่งเสริมการขาย

2.1.2.3 การประชาสัมพันธ์

2.1.2.4 การขายโดยใช้บุคคล

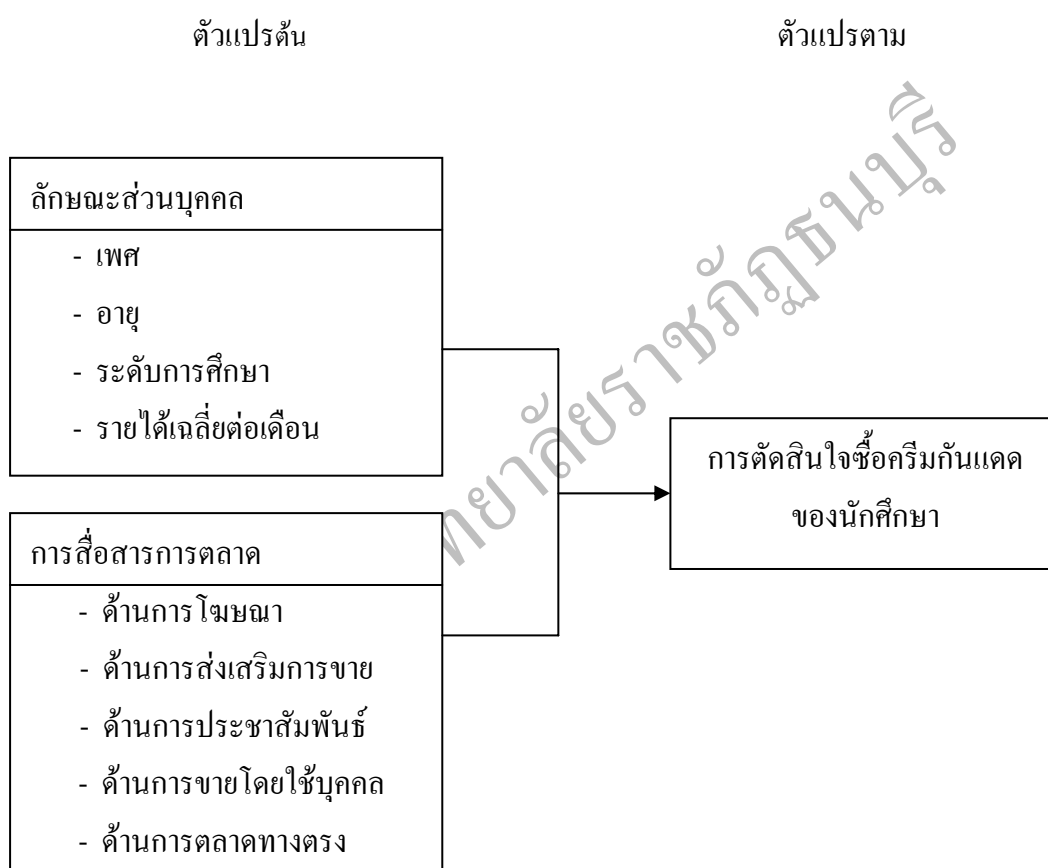
2.1.2.5 การตลาดทางตรง

2.2 ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้อครีมกันแดดของนักศึกษา

3. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาในการศึกษาค้างนี้คือ ช่วงเดือนกันยายน พ.ศ. 2552

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาเรื่องการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดของนักศึกษา คณะอุตสาหกรรมการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด และการตัดสินใจของ สิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) และ สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์ (2530) มาใช้ในการกำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

การสื่อสารการตลาด หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่สื่อความหมายและสร้างความเข้าใจ สร้างการยอมรับ โดยมุ่งหวังให้เกิดการตอบสนองตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ แบ่งออกเป็น 5 ด้าน

- การโฆษณา หมายถึง การเสนอข่าวสารการขาย หรือแจ้งข่าวสารให้บุคคลที่เป็นกลุ่มเป้าหมายทราบเกี่ยวกับสินค้า บริการ หรือแนวความคิด โดยเจ้าของหรือผู้อุปถัมภ์เปิดเผยตนเอง มีการจ่ายเงินเพื่อการใช้สื่อ และเป็นการเสนอข้อมูลที่มีใจเป็นการส่งบุคคลเข้าไปติดต่อโดยตรง

- การส่งเสริมการขาย หมายถึง กิจกรรมที่เสนอสิ่งจูงใจเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริการเกิดการซื้อสินค้ามากขึ้นหรือดีขึ้น

- การประชาสัมพันธ์ หมายถึง หน้าที่ในการบริหารเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีจากผู้บริโภคซึ่งอยู่ในรูปของนโยบายและกระบวนการของบุคคล

- การขายโดยใช้บุคคล หมายถึง การสื่อสารแบบตัวต่อตัว ซึ่งผู้ขายพยายามช่วยเหลือและชักจูงผู้ซื้อให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือมีปฏิริยาด้านความคิด การขายโดยใช้พนักงานขายจะทำให้ทราบถึงปฏิริยาดังกล่าวของผู้ซื้อว่าตัดสินใจซื้อหรือไม่ตัดสินใจซื้อ

- การตลาดทางตรง หมายถึง การตลาดผ่านสื่อโฆษณาที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงและสร้างให้เกิดการตอบสนองในทันทีทันใด ประกอบด้วยการขายทางโทรศัพท์ จดหมายตรง แอดดาสลอก โทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ที่จูงใจให้ผู้บริโภคตอบกลับ เพื่อการซื้อรับของตัวอย่าง หรือนำคู่มือไปใช้

การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการที่ผ่านการรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการตัดสินใจของผู้บริโภคเกิดจากสิ่งกระตุ้นจากภายนอกและภายในจะทำให้เขาว่าจะตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นที่เกิดขึ้นได้อย่างไร

รังสี UV หมายถึง รังสีอัลตราไวโอเล็ต (Ultraviolet light) แสงจากดวงอาทิตย์ที่มีผลต่อผิวหนังมนุษย์

(SPF) หมายถึง ค่าที่แจ้งว่าจะอยู่กลางแจ้งได้นานแค่ไหนโดยไม่ทำให้ผิวไหม้หรือแสบร้อน

ครีมกันแดด (Sunscreen) คือ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทาผิวเพื่อป้องกันหรือลดอันตรายจากแสงหรือช่วยให้ผิวคล้ำแดดโดยไม่มีการอักเสบหรือปวดแสบปวดร้อน และช่วยไม่ให้ผิวดูแลก่อนวัยในที่นี้รวมถึงโลชั่นกันแดด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดของนักศึกษาคณะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล
2. ผู้ดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการธุรกิจประเภทนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ เกี่ยวกับการเลือกซื้อครีมกันแดดของกลุ่มนักศึกษาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี