

# บทที่ 1

## บทนำ

### หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์มีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมากและมีความหลากหลายของประเภทผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ เนื่องจากเคมีภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปในอุตสาหกรรมต่างๆ และผลิตภัณฑ์เคมีพื้นฐานก่อให้เกิดการผลิตในอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ขึ้นปลายอื่นๆ ตามมา แม้ว่าเคมีภัณฑ์จะมีความหลากหลายของประเภทผลิตภัณฑ์ แต่ก็สามารถจำแนกประเภทของอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ตามขั้นตอนการผลิตได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ขั้นพื้นฐาน ได้แก่ เคมีภัณฑ์อินทรีย์ และเคมีภัณฑ์อนินทรีย์ มีการใช้วัตถุดิบและพลังงานค่อนข้างสูง เช่น การผลิตโซเดียมไฮดรอกไซด์ คลอรีนเหลว เป็นต้น 2) อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ขั้นกลาง ส่วนใหญ่เป็นปิโตรเคมี และ 3) อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ขั้นปลาย มีการใช้วัตถุดิบค่อนข้างสูง เช่น ในการผลิต สี สารเคมีกำจัดศัตรูพืช ปุ๋ยเคมี ผงซักฟอก เครื่องสำอาง เป็นต้น โดยประมาณร้อยละ 10 เป็นอุตสาหกรรมขั้นพื้นฐานและขั้นกลาง ที่เหลือเป็นเคมีภัณฑ์ขั้นปลาย ซึ่งมีมูลค่ารวมของผลผลิตมากกว่าร้อยละ 80 และมีโครงสร้างตลาดเป็นแบบผู้ขายน้อยราย หรือกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2545 : ออนไลน์) ในปี 2554 การนำเข้าเคมีภัณฑ์ มีมูลค่ารวมประมาณ 4.67 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.62 เมื่อเทียบกับปีก่อน สำหรับการส่งออกเคมีภัณฑ์ มีมูลค่ารวม 2.03 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.89 เมื่อเทียบกับปีก่อน แนวโน้มอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์สำหรับปี 2555 คาดว่าการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมน่าจะอยู่ในทิศทางเพิ่มขึ้น (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2554 : ออนไลน์)

ตลาดเคมีภัณฑ์ที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทยคือ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งถือเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของภาคเหนือและศูนย์กลางการศึกษา ทำให้ในจังหวัดเชียงใหม่มีการใช้เคมีภัณฑ์ที่หลากหลายทั้งในภาคอุตสาหกรรมและภาคการศึกษา ซึ่งทั้งหน่วยงานของรัฐบาลและสถาบันการศึกษามีความต้องการใช้เคมีภัณฑ์ในการวิจัยในห้องปฏิบัติการ การเรียนการสอน ซึ่งมีระเบียบและวิธีปฏิบัติในการจัดซื้อเคมีภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกัน ตัวอย่างเช่น การจัดซื้อเคมีภัณฑ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จะมีระเบียบการซื้อวัสดุสารเคมี ตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2551 ซึ่งจะมีการระบุคุณสมบัติของผู้ขาย หลักเกณฑ์การพิจารณาราคา การทำ

สัญญาซื้อขาย ข้อสงวนสิทธิในการเสนอราคาและอื่นๆ เป็นต้น ซึ่งมีระเบียบการจัดซื้อที่ค่อนข้างยุ่งยากและใช้ระยะเวลาในการสรุปเพื่อจัดการสั่งซื้อ รวมไปถึงข้อจำกัดในเรื่องของงบประมาณในการจัดซื้อในแต่ละครั้ง แต่สำหรับหน่วยงานเอกชน เช่น โรงงานอุตสาหกรรม บริษัทเอกชน มีความต้องการใช้เคมีภัณฑ์ในกระบวนการผลิตหรือเพื่อจำหน่ายต่อไป ก็มีระเบียบการจัดซื้อที่แตกต่างจากหน่วยงานราชการ โดยส่วนใหญ่แล้วจะมีการซื้อแบบตรง เป็นการสั่งซื้อซ้ำประจำจากผู้จำหน่ายรายเดิมที่เคยสั่งซื้อในอดีต ซึ่งวิธีนี้ทำได้รวดเร็ว ใช้ระยะเวลาสั้นในการสรุปเพื่อจัดการสั่งซื้อและไม่จำเป็นต้องใช้พนักงานจัดซื้อหลายคน เนื่องด้วยจังหวัดเชียงใหม่มีทั้งหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชนที่มีการใช้เคมีภัณฑ์ที่หลากหลายและมีปริมาณมากอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ปัจจุบันมีผู้จำหน่ายสินค้าประเภทเคมีภัณฑ์ขึ้นพื้นฐานอยู่จำนวนกว่า 82 ราย เช่น บจก. เวลด์ เคมีคอล ฟาร์อีสท์, บจก. คูสวีส์ดีเคมีคอล, บจก. ยูเนี่ยน ซายน์, บจก. ทูบีวัน ลานนา ดิสทริบิวชั่น, หจก. นอร์ทเทอร์นเคมีคอลแอนด์กลาสแวร์, หจก. บี.เอส.บี สมบูรณ์การค้า เป็นต้น (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2554 : ออนไลน์) มีการจัดจำหน่ายเคมีภัณฑ์ขึ้นพื้นฐานหลากหลายประเภท อาทิ เคมีวิเคราะห์ เคมีเกษตร เคมีอาหาร เคมีทำความสะอาด เป็นต้น ทำให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงของอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ ส่งผลให้ผู้จัดจำหน่ายแต่ละรายต้องมีการปรับตัวเพื่อลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นเนื่องจากคู่แข่งรายเดิม และคู่แข่งรายใหม่ซึ่งเป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่ขยายสาขามายังจังหวัดเชียงใหม่ การเพิ่มจำนวนของผู้จัดจำหน่ายทำให้ลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น บริษัทต่างๆ พยายามแข่งขันโดยใช้กลยุทธ์การตลาดที่หลากหลายมากขึ้น เช่น การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายระดับคุณภาพตามความต้องการและงบประมาณการซื้อของลูกค้า การให้เครดิตหรือเงินเชื่อในระยะเวลาที่ยาวนานมากขึ้น การทำโปรโมชั่นที่เน้นการแจก แคมเปญต่างๆ ตามที่ลูกค้าต้องการ นอกจากนี้โดยเฉพาะการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการขายตรง การตลาดทางตรง โดยผ่านจดหมาย โทรสาร แคตตาล็อก และอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงตัวผลิตภัณฑ์ และเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในการซื้อของลูกค้า

ดังนั้นการศึกษาคั้งนี้จึงมุ่งเน้นที่จะศึกษาถึงปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์และการเลือกผู้จำหน่าย ในจังหวัดเชียงใหม่ และเนื่องด้วยความแตกต่างของระเบียบและวิปฏิบัติในการจัดซื้อเคมีภัณฑ์ระหว่างหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชน ทำให้ผู้ศึกษามุ่งเน้นที่จะศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชนในการเลือกซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์และการเลือกผู้จำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่ด้วยเช่นกัน เพื่อเป็นแนวทางในการนำมาพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าและตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์และการเลือกผู้จำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชนในการเลือกซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์และการเลือกผู้จำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์และการเลือกผู้จำหน่าย ในจังหวัดเชียงใหม่
2. ทำให้ทราบความแตกต่างของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชนในการเลือกซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์และการเลือกผู้จำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าประเภทเคมีภัณฑ์ในจังหวัดเชียงใหม่และเพื่อสามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### นิยามศัพท์

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ได้แก่ การใช้ช่องทางขายตรง การใช้ช่องทางการตลาดโดยตรง การใช้ช่องทางตลาดหลายระดับ ความหนาแน่นของคนกลาง การแบ่งกลุ่มลูกค้า/การวางตำแหน่ง/การเลือกกลุ่มเป้าหมายและการให้บริการที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ศูนย์กลางการซื้อ และกระบวนการขายสินค้าอุตสาหกรรม

**ลูกค้า** หมายถึง ธุรกิจหรือองค์กรที่มีความต้องการซื้อและใช้เคมีภัณฑ์ในกระบวนการเคมีของห้องปฏิบัติการในแผนกต่างๆหรือในกระบวนการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรม

**สินค้าเคมีภัณฑ์** หมายถึง เคมีภัณฑ์ขั้นพื้นฐานที่เตรียมได้โดยกรรมวิธีเคมีหรือนำไปใช้ในกระบวนการเคมี เช่น เคมีวิเคราะห์ เคมีเกษตร เคมีทำความสะอาด เป็นต้น

**ผู้จำหน่าย** หมายถึง กิจกรรมที่ดำเนินการจัดจำหน่ายสินค้าเคมีภัณฑ์ขั้นพื้นฐานประเภทต่างๆ เช่น เคมีวิเคราะห์ เคมีอาหาร เคมีเกษตร เป็นต้น