

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ภายหลังจากรัฐบาลมีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในหลายด้าน เพื่อเร่งให้เกิดการใช้จ่ายของประชาชน ซึ่งภาคอสังหาริมทรัพย์ ก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่ได้รับผลดีจากการกระตุ้นเศรษฐกิจนี้ด้วยการให้การก่อสร้างขยายตัว โดยเฉพาะบ้านจัดสรร ผลที่ตามมาคือ ปลายปี พ.ศ. 2546 เกิดการขยายตัวของร้านค้าวัสดุก่อสร้างทั้งการขยายกิจการเดิมของร้านค้าส่ง และเปิดร้านใหม่ของร้านค้าช่วง (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่, 2546) แต่การขยายตัวของภาคการก่อสร้างยังน้อยกว่ากำลังการผลิตปูนซีเมนต์รวมของผู้ผลิตทั้งหมด ทำให้ความต้องการซื้อปูนซีเมนต์ยังน้อยกว่าความต้องการขายอยู่มาก (Over Supply) ประกอบกับ ปี พ.ศ. 2547 บริษัทผู้ผลิตปูนซีเมนต์ได้มีการแข่งขันรุนแรงมากขึ้น นอกจากการแข่งขันด้านราคาแล้ว ยังมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อรองรับให้ตรงกับแต่ละประเภทการใช้งานมากที่สุด (ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด มหาชน, 2547) และปัจจุบันมีบริษัทผู้ผลิตปูนซีเมนต์เพิ่มขึ้นอีก 1 บริษัท คือบริษัท ซีเมนต์ (ประเทศไทย) จำกัด จากเดิมที่มีคู่แข่งในประเทศไทยทั้งสิ้น 4 บริษัท ประกอบด้วย บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) บริษัท ทีพีไอ โพลิน จำกัด (มหาชน) และบริษัท ปูนซีเมนต์เอเชีย จำกัด ส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงทางด้านช่องทางการจำหน่ายตามมา

การค้าปูนซีเมนต์ของอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ของประเทศไทย เป็นลักษณะการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายหรือผู้ค้าส่งให้เป็นผู้กระจายสินค้า (ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด มหาชน, 2547) โดยการกระจายสินค้ามีทั้งการขายหน้าร้านเองโดยตรงกับผู้บริโภคขั้นสุดท้าย และการขายส่งให้ร้านค้าช่วงเพื่อกระจายสินค้าให้ผู้บริโภคขั้นสุดท้ายอีกต่อหนึ่ง จากข้อมูลจำนวนร้านค้าช่วงในปี พ.ศ. 2547 ที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีทั้งสิ้น 47 ราย เพิ่มขึ้น 8 ราย (ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด มหาชน, 2547) และเนื่องจากร้านค้าช่วงมีอยู่จำนวนมากทำให้มีโอกาสในการกระจายสินค้าให้กับผู้บริโภคขั้นสุดท้ายได้มากกว่าตัวแทนจำหน่าย ผลที่ตามมาคือตัวแทนจำหน่ายหรือผู้ค้าส่งพยายามแข่งขันกันผลักดันสินค้าผ่านช่องทางของร้านค้าช่วงกันอย่างมาก ทำให้ร้านค้าช่วงมีอำนาจต่อรอง และมีอิทธิพลสูงในการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ยี่ห้อต่างๆ จากตัวแทนจำหน่าย

จังหวัดเชียงใหม่มีการฟื้นตัวของภาคอสังหาริมทรัพย์และการก่อสร้าง ซึ่งส่งผลดีต่อธุรกิจจำหน่ายปูนซีเมนต์สูง โดยยอดจำหน่ายในช่วง 3 ปีที่ผ่านมามีแนวโน้มสูงขึ้นกล่าวคือ ปี 2544

มียอดจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 30,000 คันต่อเดือน ปี 2545 มียอดจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 40,000 คันต่อเดือน และปี 2546 มียอดจำหน่ายรวมทั้งสิ้นเพิ่มขึ้นเป็น 48,000 คันต่อเดือน (ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด มหาชน, 2547) นอกจากนี้ข้อมูลสถิติเศรษฐกิจการเงินรายจังหวัด ปี 2546 ของธนาคารแห่งประเทศไทย รายงานว่า จังหวัดเชียงใหม่ มีอัตราการเจริญเติบโตของสินเชื่อในหมวดการก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์เพิ่มขึ้นเป็น 8,302 ล้านบาท จากปี 2545 ซึ่งอยู่ในระดับ 7,597 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 9.28 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2546)

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาเพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของตัวแทนจำหน่ายปูนซีเมนต์อุตสาหกรรมอินทรีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีอัตราการใช้ปูนซีเมนต์อุตสาหกรรมจำนวนมากและมีระดับความรุนแรงของการแข่งขันด้านราคาสูง (ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด มหาชน, 2547) ซึ่งข้อมูลที่ได้จะใช้เป็นแนวทางสำหรับตัวแทนจำหน่าย รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจผลิตและจำหน่ายปูนซีเมนต์อุตสาหกรรมอินทรี เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาประยุกต์แก้ไขปัญหา ปรับปรุงและพัฒนาการปฏิบัติงาน เพื่อให้ร้านค้าช่วงเกิดความพึงพอใจสูงสุด ทำให้เกิดความจงรักภักดีและเกิดพฤติกรรมการซื้อซ้ำเป็นผลให้ปูนซีเมนต์อุตสาหกรรมอินทรี สามารถสร้างส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นในสภาพการแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบันและอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของตัวแทนจำหน่ายปูนซีเมนต์อุตสาหกรรมอินทรีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของตัวแทนจำหน่ายปูนซีเมนต์อุตสาหกรรมอินทรี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เป็นแนวทางในการวางแผน พัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของตัวแทนจำหน่ายให้สอดคล้องเหมาะสมกับความต้องการและความพึงพอใจสูงสุดของร้านค้าช่วง

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีของร้านค้าช่วงที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่ได้รับการตอบสนองให้บรรลุวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายในสิ่งที่ต้องการ ในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึงความพึงพอใจในปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของตัวแทนจำหน่ายปูนซีเมนต์ถุงตราอินทรี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ผลិតภัณฑ์ ราคา สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ร้านค้าช่วง หมายถึง ผู้ขายปูนซีเมนต์ถุง ที่ซื้อจากตัวแทนจำหน่าย หรือผู้ค้าส่งเพื่อขายต่อให้ผู้บริโภคขั้นสุดท้าย มีสถานประกอบการอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และจดทะเบียนการค้ากับกระทรวงพาณิชย์และมียอดซื้อไม่น้อยกว่าเดือนละ 1 ตัน

ปูนซีเมนต์ถุงตราอินทรี หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากหินปูนเป็นวัตถุดิบหลัก ประมาณ 80% และมีวัตถุดิบที่เป็นส่วนผสมอื่นๆ ให้แตกต่างกันตามประเภทการใช้งาน เช่น หินเซลล์ ยิปซัม เป็นต้น โดยใช้ถุงกระดาษเป็นบรรจุภัณฑ์ โดยบรรจุถุงซึ่งในปัจจุบันมีขนาดบรรจุ 40 กิโลกรัม และ 50 กิโลกรัม ภายใต้ตราอินทรี (ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด มหาชน, 2546)