

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ภาคอุตสาหกรรมก่อสร้างเป็นภาคธุรกิจที่มีความสำคัญ ต่อการพัฒนาและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ไม่ว่าจะเศรษฐกิจจะดีหรือไม่ดีก็ตาม ภาคอุตสาหกรรมก่อสร้างจะได้รับการดูแลจากภาครัฐเป็นลำดับต้นๆ ถ้าปีใดเศรษฐกิจชะลอตัวงบประมาณจากภาครัฐจะลงมาที่การก่อสร้างในส่วนสาธารณูปโภคมากกว่าอาคาร ส่วนภาคเอกชนจะชะลอการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ แต่ถ้าปีใดเศรษฐกิจดีขึ้นงบประมาณของภาครัฐก็จะมาอยู่ที่งานอาคารและภาคเอกชนก็จะลงทุนในอสังหาริมทรัพย์มากขึ้นเช่นกัน ถ้าสุดมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในปี 2552 ของประเทศไทย หลังจากทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทยประสบปัญหาการชะลอตัวทางเศรษฐกิจ อันเนื่องมาจากปัญหาหนี้ด้อยคุณภาพของสถาบันการเงินของสหรัฐ (Sub-Prime) และการล้มตามกันของสถาบันการเงินของสหรัฐ (Hamburger Crisis) รัฐบาลได้ขยายระยะเวลาการลดอัตราภาษีธุรกิจเฉพาะสำหรับกิจการขายอสังหาริมทรัพย์ ลดค่าธรรมเนียมการโอนและจดจำนองถึง 31 มีนาคม 2553 รวมถึงการสร้างเชื่อมั่นด้านเศรษฐกิจโดยการจัดสรรงบประมาณก่อสร้างทางหมู่บ้าน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2552 : ออนไลน์) และจากตัวเลขการลงทุนภาคเอกชนและภาครัฐ ในปี 2551-2552 ก็แสดงให้เห็นถึงมาตรการดังกล่าว

การลงทุน	ปี 2551	ปี 2552
การลงทุนภาคเอกชน	4.3%	4.3%
การลงทุนภาครัฐ	-2.6%	4.0%
การลงทุนรวม	2.3%	4.8%

ตารางที่ 1 แสดงเปอร์เซ็นต์การลงทุนของภาครัฐและภาคเอกชนในปี 2551-2552

ที่มา : www.tanitsorat.com/file/52-ทิศทางและสภาวะเศรษฐกิจไทย ปี 2552.ppt

บริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด เป็นบริษัทในกลุ่มธุรกิจของบริษัท พิบูลย์ทราย จำกัด ซึ่งประกอบกิจการดูด ล้าง และคัดแยกกรวดทรายด้วยการพัฒนากระบวนการคัดแยกจนได้รับความไว้วางใจจากภาครัฐ ได้แก่ กรมชลประทาน รวมถึงภาคเอกชนในด้านคุณภาพของกรวดทรายมาตลอดกว่า 30 ปี และต่อมาได้ตั้งโรงงานผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปอันเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกัน เพื่อเป็นการขยายฐานธุรกิจออกสู่ตลาดอุตสาหกรรมก่อสร้างในท้องถิ่น ซึ่งเดิมต้องอาศัยผลิตภัณฑ์บางส่วนจากภาคกลาง ส่งผลต่อต้นทุนก่อสร้าง ทั้งนี้อุตสาหกรรมคอนกรีต

เป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมก่อสร้าง ธุรกิจนี้จึงมีแนวโน้มเดียวกับอุตสาหกรรมก่อสร้าง ส่งผลต่อการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงตามสภาวะเช่นกัน ประกอบกับการเข้ามาของกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่อย่างเครือซีเมนต์ไทย ไม่ว่าจะเป็นการตั้งโรงงานผลิตแผ่นพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ การจ้างผลิตโดยใช้ตราสินค้าซีเมนต์ไทย หรือล่าสุดการซื้อกิจการผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ทำให้กลุ่มธุรกิจคอนกรีตต้องมีการปรับตัวอย่างมากไม่ว่าจะเป็นการขยายกำลังการผลิต การขยายสายผลิตภัณฑ์ การปรับปรุงและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการพัฒนาบุคลากรและเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง และเป็นทางรอดของธุรกิจ จะเห็นได้จากตัวเลขของมูลค่าขายบาทต่อตันของบริษัทฯ หลังจากที่กลุ่มซีเมนต์ไทยเข้ามาตั้งโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์คอนกรีตในจังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงนโยบายจ้างผลิตและใช้ระบบเครือข่าย (franchise) มีเปอร์เซ็นต์ลดลง ในปี 2550 เทียบ 2551 ลดลง 5% ทำให้บริษัทฯ ต้องปรับตัวอย่างมากไม่ว่าจะเป็นการลดต้นทุน การปรับกระบวนการจัดการงานขายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ปรับงานขายและบริการเพื่อสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้า ทำให้ตัวเลขมูลค่าขายบาทต่อตันในปี 2552 เพิ่มขึ้น 4.77% ซึ่งตัวเลขนี้บริษัทฯ ยังไม่เคยสำรวจอย่างจริงจังว่าสามารถขยายฐานและรักษาลูกค้าได้จริงหรือไม่ เพราะส่วนหนึ่งมาจากการปรับราคาขาย และจากการสำรวจการจัดลำดับความสำคัญก่อนหลังในการแก้ปัญหาของภาคธุรกิจ ที่ต้องบริหารภายใต้สภาวะถดถอย พบว่าธุรกิจต้องให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นลำดับแรก เป็นการขยายฐานและรักษาลูกค้า ธุรกิจจึงจะสามารถอยู่ได้และเติบโตได้ (ธนิต โสรัตน์, 2551 : ออนไลน์)

ดังนั้น การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อส่วนประสมการตลาด ของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด จึงเป็นการจัดทำเพื่อหาข้อมูลเท็จจริงเบื้องต้นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงส่วนประสมการตลาด เพื่อสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า ที่จะนำไปสู่การขยายฐานและรักษาลูกค้าอย่างแท้จริงต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อส่วนประสมการตลาด ของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อส่วนประสมการตลาด ของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด

2. สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง ส่วนประสมการตลาดของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด ให้มีคุณภาพ และประสิทธิภาพ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าธุรกิจให้มากที่สุด

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ลูกค้าประมวลผลแล้ว หลังจากเปรียบเทียบการให้ความสำคัญต่อปัจจัยกับความพึงพอใจต่อปัจจัยที่ได้รับ ของส่วนประสมการตลาดของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ

ลูกค้าธุรกิจ หมายถึง ลูกค้าที่ซื้อและใช้บริการสินค้าของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด ได้แก่ ผู้รับเหมาก่อสร้างอาคาร ผู้รับเหมาระบบไฟฟ้า ตัวแทนจำหน่าย และเจ้าของโครงการ ตามฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด ในปี 2552

บริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด หมายถึง บริษัทที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูป โรงงานตั้งอยู่เลขที่ 263/1 หมู่ 10 ตำบลแม่แฝก อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ และสำนักงานขายและวิศวกรรม ตั้งอยู่เลขที่ 292/1 ถนนเชียงใหม่-ลำปาง ตำบลป่าตัน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่