

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

นับจากเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ ปี 2540 ทำให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และการก่อสร้างซบเซาลงมากส่งผลให้ความต้องการใช้ปูนซีเมนต์และวัสดุก่อสร้างในประเทศหดตัวอย่างรุนแรงจนกระทั่งปี 2544 ทั้งภาครัฐและเอกชนได้มีการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นรูปธรรม โดยภาครัฐได้มีมาตรการกระตุ้นด้านอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งมีองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น มาตรการด้านภาษี มาตรการด้านการเงิน มาตรการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ทำให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เริ่มมีการฟื้นตัว ส่งผลต่ออุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ขยายตัวที่รวดเร็ว รวมถึงอุตสาหกรรมที่สัมพันธ์และเชื่อมโยงอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์คอนกรีต อุตสาหกรรมเหล็ก เป็นต้น ซึ่งมีทิศทางและแนวโน้มขยายตัวตามด้วย จากการผลักดันมาตรการและนโยบายของภาครัฐที่ออกมาอย่างต่อเนื่องรวมกับการปรับตัวที่รวดเร็วของผู้ประกอบการส่งผลให้ภาคการก่อสร้างและด้านอสังหาริมทรัพย์เริ่มฟื้นตัวดังจะเห็นได้จากความต้องการใช้ปูนซีเมนต์ในประเทศขยายตัวต่อเนื่องซึ่งการจำหน่ายปูนซีเมนต์ในช่วงครึ่งแรกปี 2545 มีปริมาณรวม 21.5 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2544 ร้อยละ 15.0 มีปริมาณ 18.7 ล้านตัน (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2545) มาในปี 2548 รัฐบาลมีโครงการใหญ่ ๆ หรือที่เรียกว่าเมกะโปรเจกต์ ซึ่งมีมูลค่าสูงถึง 3.3 แสนล้านบาท เช่นเดียวกับภาคอสังหาริมทรัพย์ ที่มีมูลค่าสูง 3.1 แสนล้านบาท ไม่ว่าจะเป็นโครงการก่อสร้างท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ถนนหรืออุโมงค์ ที่เข้ามาช่วยแก้ปัญหาการจราจร โครงการเหล่านี้ส่งผลไปยังธุรกิจที่เกี่ยวข้องด้วย อาทิ วัสดุก่อสร้าง การจ้างงาน เป็นต้น(ปูนซีเมนต์ไทย, บมจ. 2548)

การเติบโตของธุรกิจที่อยู่อาศัยนับตั้งแต่ปี 2544 เป็นต้นมา ส่งผลให้ศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างและตกแต่งเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไป ขอบความทันสมัย สะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้าที่มีให้เลือกหลายชนิดในสถานที่แห่งเดียว (One-Stop Shopping Center) ศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างเป็นรูปแบบการค้าปลีกสมัยใหม่ที่รวบรวมสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง ต่อเติม ตกแต่ง ซ่อมแซม อาคาร บ้านและที่อยู่อาศัยแบบครบวงจร โดยมีการนำระบบบริหารงานขายเช่นเดียวกับห้างสรรพสินค้ามาใช้ มีการจัดหมวดหมู่สินค้าอย่างเป็นระบบ โดยผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าได้อย่างอิสระ บริการตนเองโดยมีรถเข็นให้ใส่สินค้า สามารถสอบถามพนักงานขายได้เมื่อมีข้อสงสัย การให้บริการดังกล่าวสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคสมัย

ปัจจุบันที่มีวิถีชีวิต ที่ชอบความทันสมัยสะดวกสบาย และมีความเป็นส่วนตัวในการเลือกซื้อสินค้า นอกจากนี้ภายในศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างยังมีบริการพิเศษให้กับลูกค้า ได้แก่ บริการจัดส่งสินค้า จัดหาช่างและผู้รับเหมาก่อสร้าง ช่วยในการซ่อมแซม ต่อเติมอาคารที่อยู่อาศัย ตลอดจนประกันสินค้า และสามารถเปลี่ยนคืนสินค้าได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด โดยภายในศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง มีการจัดกลุ่มสินค้าได้เป็น 6 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มวัสดุก่อสร้าง ประกอบด้วย ปูนซีเมนต์ เหล็กเส้น ไม้อัด ไม้ปาร์เก้ อิฐ หิน ทราย และ กระเบื้องมุงหลังคา เป็นต้น
2. กลุ่มสินค้าตกแต่ง ประกอบด้วย กระเบื้อง สุขภัณฑ์ และอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำ เป็นต้น
3. กลุ่มอุปกรณ์และเครื่องมือช่าง ประกอบด้วย สว่าน ค้อน ไขควง ประแจจับ เครื่องมือช่าง สีและอุปกรณ์ทาสี ลูกบิดประตู สลักประตูและหน้าต่าง และอุปกรณ์ประปา เป็นต้น
4. กลุ่มอุปกรณ์ไฟฟ้าและ โคมไฟ ประกอบด้วยเครื่องปั้มน้ำ เครื่องทำความร้อน โคมไฟ กริ่ง หลอดไฟ สายไฟ อุปกรณ์ตัดไฟ อุปกรณ์สำหรับระบบไฟฟ้า แสงสว่าง และปลั๊กไฟ เป็นต้น
5. กลุ่มอุปกรณ์ทำสวน ประกอบด้วย จอบ เสียม กรรไกร เครื่องตัดหญ้า ชุดเฟอร์นิเจอร์สนาม ต้นไม้ คิน ปุ๋ย และกระถางต้นไม้ เป็นต้น
6. กลุ่มเฟอร์นิเจอร์และอเนกในซ์เซอร์ ประกอบด้วย ชุดเฟอร์นิเจอร์สำหรับห้องน้ำ ห้องอาหาร ห้องครัว ห้องนั่งเล่น และห้องทำงาน เป็นต้น ยกตัวอย่างเช่นบริษัท ซีเมนต์ไทยการตลาด จำกัด ได้ทุ่มงบ 30 ล้านบาทเพื่อสร้างแบรนด์จากนโยบายสร้างธุรกิจค้าปลีกรูปแบบใหม่เป็นแฟรนไชส์เต็มรูปแบบ คล้ายกับร้านสะดวกซื้อ 7-eleven ทาง "ซีเมนต์ไทยการตลาด" ได้เร่งปรับโฉมร้านซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ทให้มีมากขึ้นและเร็วที่สุด เพื่อรับมือการแข่งขัน โดยเปลี่ยนฐานะให้คิลเลอร์หรือผู้แทนจำหน่ายที่มีอยู่ 500 รายทั่วประเทศให้เป็นร้านค้าแบบโมเดิร์นเทรด(ปูนซีเมนต์ไทย, บมจ. 2548)

จังหวัดลำปางเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคเหนือตอนบนและมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวเป็นอันดับ 3 ของภาคเหนือตอนบน รองจากจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดลำพูน เศรษฐกิจของจังหวัดลำปางในปี 2546 ขยายตัวอย่างต่อเนื่องในทุกสาขาเศรษฐกิจที่สำคัญ ผลสืบเนื่องจากการลงทุนของรัฐบาลที่เพิ่มขึ้น เช่นโครงการเอื้ออาทร การเร่งรัดเบิกจ่ายเงินงบประมาณ การลงทุนของภาคเอกชนอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลดลงและการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคที่สูงขึ้น ในปี 2546 มีการขยายตัวในการก่อสร้างดีขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากความต้องการวัสดุก่อสร้างในช่วงปลายปี 2545 ขยายตัวมากขึ้น การก่อสร้างในเขตเทศบาลนครลำปางปี 2546 มีการขออนุญาตเพื่อที่อยู่อาศัย 77,024 ตารางเมตร คิดเป็นมูลค่า 137.42 ล้านบาท และการก่อสร้างเพื่อการพาณิชย์ 33,648 ตารางเมตร คิดเป็นมูลค่า 18.8 ล้านบาท รวมพื้นที่ขออนุญาตทั้งสิ้น 110,672 ตารางเมตรคิดเป็นมูลค่า 156.22 ล้านบาท พื้นที่การก่อสร้างเพิ่มขึ้นจากปี

ก่อนร้อยละ 57.42 แต่มูลค่าการก่อสร้างลดลงจากปีก่อน ร้อยละ 64.30 (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำปาง, 2546)

อำเภอเถินเป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดลำปางที่มีการพัฒนาขยายตัวทุกด้านอย่างค่อยเป็นค่อยไป ในปี 2548 มีการขออนุญาตก่อสร้างเพื่อที่อยู่อาศัย 5,557.5 ตารางเมตร คิดเป็นมูลค่า 33.3 ล้านบาท และมีการก่อสร้างอาคารพาณิชย์ 1,452 ตารางเมตร คิดเป็นมูลค่า 8.7 ล้านบาท ดังนั้นมูลค่าการก่อสร้างทั้งหมดเท่ากับ 42 ล้านบาทซึ่งมีมูลค่ามากกว่าปี 2547 เป็นร้อยละ 80 (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำปาง, 2548) และในขณะเดียวกันจำนวนร้านค้าที่ประกอบธุรกิจวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง ที่จดทะเบียนพาณิชย์มีทั้งหมด 6 ร้าน (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำปาง, 2548) โดยมีการปรับเปลี่ยนเป็นร้านลักษณะโมเดิร์นเทรด เน้นรูปแบบการบริการเพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากขึ้น จำนวน 3 ร้าน และร้านค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนพาณิชย์จากการสำรวจ ณ วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2549 โดยผู้ศึกษาพบว่าจำนวนร้านค้า 9 ร้าน ดังนั้นรวมทั้งหมดเป็นจำนวน 15 ร้านและจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาให้ความสนใจในการเลือกซื้อสินค้าด้วยตัวเองโดยไม่ผ่านผู้รับเหมาก่อสร้างนั้นทำให้ยอดขายปลีกหน้าร้านมีอัตราเพิ่มขึ้นเป็นอัตราร้อยละ 30 (วิชัย จอมดวง, 2549) ซึ่งส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางการตลาดค้าปลีกที่ค่อนข้างสูงในธุรกิจดังกล่าว

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลกระทบต่อ การตัดสินใจซื้อวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของผู้ซื้อในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง ทั้งนี้เพื่อข้อมูลดังกล่าว จะได้ใช้เป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการค้าสินค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในการวางแผนและกำหนด กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของผู้บริโภค ในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของผู้บริโภค ในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง
2. เป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการธุรกิจ วัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง รวมถึงผู้สนใจที่จะดำเนินธุรกิจนี้ได้ใช้พัฒนา และปรับปรุงการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ให้สอดคล้องกับความต้องการของ ผู้บริโภคต่อไป

นียมศัพท์

วัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง หมายถึง สินค้าที่ใช้ในการก่อสร้างทุกชนิด แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. สินค้าสำหรับงานโครงสร้างได้แก่ ปูน กระเบื้องมุงหลังคา แผ่นยิปซัม เหล็กเส้น ท่อน้ำ ไม้แปรรูป

2. สินค้าสำหรับงานตกแต่ง ได้แก่ เซรามิกส์ สุขภัณฑ์ สี อุปกรณ์ไฟฟ้า และสินค้าเบ็ดเตล็ดอื่นๆ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง

ผู้บริโภคม หมายถึง กลุ่มลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างที่นำไปใช้โดยตรง ในเขตอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง