

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปูนซีเมนต์เป็นวัสดุก่อสร้างที่ใช้ประโยชน์ในการก่อสร้างโดยตรงและการใช้เป็นวัตถุดิบในขบวนการผลิตวัสดุก่อสร้างประเภทอื่นๆ เช่น คอนกรีตผสมเสร็จ กระจกเบี่ยง บล็อกปูถนน แผ่นคอนกรีตสำเร็จรูป เสาเข็มคอนกรีต เป็นต้น สำหรับประเทศไทยนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2458 ที่เริ่มมีการผลิตปูนซีเมนต์ในประเทศเป็นครั้งแรก โดยมีปริมาณความต้องการใช้ปูนซีเมนต์ในประเทศเพียงประมาณ 25,000 ตัน และต่อมาได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับ สอดคล้องกับการพัฒนาและความเจริญเติบโตของประเทศ ตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 นับจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1 จนกระทั่งถึงปี พ.ศ. 25240 ซึ่งเป็นปีสิ้นสุดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ความต้องการใช้ปูนซีเมนต์ในประเทศเพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 37.4 ล้านตัน (ตาราง 1.1) ก่อนปริมาณความต้องการใช้ปูนซีเมนต์จะลดลงมาก เหลือเพียง 21 ล้านตัน โดยลดลงเฉลี่ย 22% อันเนื่องมาจากปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจของประเทศไทยในช่วง พ.ศ. 2541 ตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 แต่ตลอดที่ผ่านมา จากปริมาณความต้องการใช้ปูนซีเมนต์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องนี้ ในขณะที่ปริมาณผลผลิตที่ผลิตได้ไม่สามารถเพิ่มได้ทัน จึงทำให้เกิดภาวะการขาดแคลนปูนซีเมนต์ในประเทศ

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 เป็นต้นมาจนถึงปี พ.ศ. 2535 ความต้องการใช้ปูนซีเมนต์ในประเทศไทยก็ยิ่งเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ แม้ว่าปริมาณการผลิตจะขยายตัวเพิ่มขึ้นตามไปด้วยก็ตาม แต่ก็ยังไม่ทันกับความต้องการใช้ ทำให้เริ่มเกิดภาวะการขาดแคลนปูนซีเมนต์อีกครั้งในปี พ.ศ. 2532 จำนวน 0.23 ล้านตัน (ตาราง 1.2) รัฐบาลจึงแก้ไขโดยยินยอมให้มีการนำเข้าปูนซีเมนต์จากต่างประเทศมากขึ้น อีกทั้งอนุญาตให้มีผู้ผลิตรายใหม่ๆ เข้ามาลงทุนตั้งโรงงานผลิตปูนซีเมนต์เพิ่มเติมจากจำนวนที่มีอยู่เดิมในปี พ.ศ. 2533 และต่อมาให้ผู้ผลิตรายเดิม คือบริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด(มหาชน) บริษัทปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด(มหาชน) และบริษัทชลประทานซีเมนต์ จำกัด(มหาชน) ขยายกำลังการผลิต เพื่อให้มีปริมาณปูนซีเมนต์เพียงพอกับความต้องการใช้ อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคและเศรษฐกิจโดยรวม ที่จะสามารถก่อสร้างโครงการต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วทันต่อความต้องการและความเจริญเติบโตของเศรษฐกิจของประเทศได้ ถึงแม้จะมีการขยายกำลังผลิต แต่ก็เกิดภาวะขาดแคลนปูนซีเมนต์จนถึงปี 2535 จากภาวะที่สินค้าขาด จึงจูงใจให้เกิดผู้ผลิตรายใหม่ สำหรับผู้ผลิตรายใหม่ที่ได้รับอนุญาตให้ตั้งโรงงาน เริ่มทำการผลิตในปี พ.ศ. 2535 คือ บริษัททีพีโอ โพลีน จำกัด(มหาชน) และบริษัทปูนซีเมนต์เอเชีย จำกัด เข้ามาในตลาดในปี พ.ศ. 2536 ทำให้ตั้งแต่ปี 2536 เป็นต้นมา มีปริมาณการผลิต (Supply) มากกว่า ปริมาณความต้องการ (Demand) มาจนถึง

ปัจจุบัน ปี พ.ศ 2541 มีปริมาณปูนซีเมนต์ เหลือ 1.04 ล้านตัน (ตารางที่ 1.2) จากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวและถดถอยอย่างต่อเนื่องจนกระทั่ง เกิดปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจทำให้ในปี พ.ศ 2541 ภาคการก่อสร้างซบเซาอย่างมาก

ตาราง 1.1 ปริมาณความต้องการใช้ปูนซีเมนต์ในประเทศไทยในช่วงเวลาต่าง ๆ (พ.ศ.2458-2541)

ปี พ.ศ.		ช่วงเวลา(ปี)	ปริมาณความต้องการ(ตัน)	การเปลี่ยนแปลงเฉลี่ยต่อปี(%)
2458	เริ่มผลิตปูนซีเมนต์ในประเทศ	-	25,000	-
2499	หลังสงครามโลกครั้งที่ 2	41	400,000	37
2509	สิ้นสุดแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1	10	1,500,000	28
2514	สิ้นสุดแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 2	5	2,600,000	15
2519	สิ้นสุดแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 3	5	3,900,000	10
2524	สิ้นสุดแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 4	5	6,300,000	12
2529	สิ้นสุดแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 5	5	8,000,000	5
2534	สิ้นสุดแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 6	5	22,150,000	35
2539	สิ้นสุดแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 7	5	37,400,000	14
2541	แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8	2	21,000,000	-22

หมายเหตุ เป็นตัวเลขโดยประมาณ

ที่มา : ตัวเลขปี พ.ศ.2458-2499 บริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด(มหาชน)

ตัวเลขปี พ.ศ.2509-2529 สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ตัวเลขปี พ.ศ.2534-2541 บริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด(มหาชน)

ตาราง 1.2 ปริมาณการผลิต ความต้องการใช้และปริมาณการขาด/เหลือปูนซีเมนต์ของไทย

พ.ศ. 2530-2542

(หน่วย : ล้านตัน)

ปี พ.ศ.	2530	2531	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542
ปริมาณการผลิต	9.85	11.51	15.02	18.05	19.16	21.71	26.3	29.93	34.15	38.55	37.27	37.27	54.0
ปริมาณความต้องการใช้	9.65	11.47	15.25	18.77	22.15	22.79	25.89	28.89	33.32	37.4	36.09	21	35.5
เหลือ/ขาด	0.2	0.04	-0.23	-0.72	-2.99	-1.08	0.41	1.04	0.83	1.15	1.18	16.27	18.5

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทยและบริษัทปูนซีเมนต์ไทยจำกัด (มหาชน)

ปูนซีเมนต์ที่ใช้ในงานก่อสร้างของตลาดผู้บริโภค (Consumer Market) แบ่งออกเป็น

2 ประเภท ประกอบด้วย

1. ปูนซีเมนต์ชนิดผสม (Admixed Cement) คือ ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ที่นำมาผสมหินปูนบดละเอียด ทราซ รวมอยู่ด้วย ผลัดขึ้นเพื่อให้มีคุณสมบัติถูกต้องตามกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ผสม เหมาะสำหรับงานก่ออิฐ และฉาบปูน นอกจากนี้ยังใช้กับงานก่อสร้างอาคารขนาดเล็กไม่ว่าจะเป็นงานเทพื้น หล่อเสาหรือคาน เนื่องจากมีคุณสมบัติรับแรงอัดได้ดีพอสมควร

2. ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ (Portland Cement) คือ ปูนซีเมนต์ชนิดที่ได้มาจากกระบวนการผลิตโดยตรง เหมาะสำหรับผสมทำคอนกรีตเพื่อใช้ในงาน โครงสร้างที่ต้องการกำลังอัดของคอนกรีตสูง เช่น ถนน สะพาน เขื่อน อาคาร และผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปทุกชนิด เนื่องจากมีคุณสมบัติรับแรงอัดได้ดี

ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งที่จะศึกษาเฉพาะปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตราสินค้าปูนซีเมนต์ชนิดผสมเท่านั้น เนื่องจากปูนซีเมนต์ผสม เป็นชนิดปูนซีเมนต์ที่มีการใช้มาก มีสัดส่วนในตลาดประมาณ 70% ของยอดความต้องการใช้ปูนซีเมนต์ทั้งหมด เพราะปูนซีเมนต์ผสม มีความจำเป็นต้องใช้ในการก่อ และฉาบ อาคารบ้านเรือนต่างๆ ซึ่งเป็นพื้นที่ส่วนใหญ่ในการก่อสร้าง และต่อเติมบ้าน ประกอบกับปูนซีเมนต์ชนิดผสม เป็นปูนที่ตลาดภาคชาวบ้าน และช่างก่อสร้าง ส่วนใหญ่มีค่านิยมในการเลือกใช้ปูนซีเมนต์ โดยพิจารณาตราสินค้า และปัจจัยอื่นๆ ประกอบการเลือกใช้ ซึ่งผู้ตัดสินใจซื้อหรือผู้ใช้ ส่วนใหญ่ มีความรู้สึกที่ ปูนซีเมนต์ผสมบางตรา คุณภาพดี ใช้ดีกว่า หรือว่า มีความรักดีในตราอื่นๆ

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นพื้นที่หนึ่งที่มีการใช้ปูนซีเมนต์ผสมมากที่สุดของภาคเหนือ และมีการแข่งขันสูงในด้านการตลาด จึงมุ่งเจาะจงศึกษาในจังหวัดนี้เพื่อเป็นตัวแทนในการใช้ประกอบการวางแผนด้านการตลาด

จากการรวบรวมข้อมูลทางการตลาดของสินค้าปูนซีเมนต์ชนิดผสมในจังหวัดเชียงใหม่ ช่วงปี พ.ศ. 2536 - 2541 แสดงให้เห็นถึงส่วนแบ่งตลาดที่ผ่านมามีแสดงในตาราง 1.3

ตาราง 1.3 ส่วนแบ่งตลาดสินค้าปูนซีเมนต์ชนิดผสมในจังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ.2536-2541

ผู้ผลิต	ตราสินค้า	2536	2537	2538	2539	2540	2541
บมจ.ปูนซีเมนต์ไทย	เสือ	61	66	55	57	55	65
บมจ.ปูนซีเมนต์นครหลวง	นกอินทรี	22	16	23	23	28	24
บมจ.ชลประทานซีเมนต์	งูเห่า	6	6	7	9	3	2
บมจ.ทีพีโอ โพลีน	TPI เขียว	11	5	8	5	5	3
บมจ.ปูนซีเมนต์เอเชีย	ดอกบัว	0	7	7	6	9	6

ที่มา : จากการประมาณการของผู้ผลิตรายใหญ่

จากข้อมูลส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ตามตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่าผู้ผลิตปูนซีเมนต์ชนิดผสมแต่ละรายมีส่วนครองตลาดในสัดส่วนที่แตกต่างกัน โดยในปี 2541 ปูนซีเมนต์ผสม ตราเสือ มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุด รองลงมา คือ ปูนตรานกอินทรี ดอกบัว ที พี โอ เขียว งูเห่า ตามลำดับ ส่วนในปีอื่นๆก่อนหน้านี้ ก็เช่นเดียวกันคือ ปูนซีเมนต์ผสม ตราเสือ มีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดมาตลอด ตามความเข้าใจของผู้ทำการค้นคว้า ในฐานะที่อยู่ในตลาด มีความเข้าใจว่า ลักษณะ และคุณสมบัติของปูนซีเมนต์ไม่มีความแตกต่างกันอย่างเด่นชัด (Product Differentiate) จึงเป็นประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาว่า มีปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตราสินค้าปูนซีเมนต์ชนิดผสม และศึกษาถึงลำดับความสำคัญของปัจจัยดังกล่าว รวมถึงต้องการทราบว่า ผู้บริโภคมีความภักดีต่อตราของสินค้า (Brand Loyalty) หนึ่งสินค้าใดหรือไม่ เพราะเหตุใด เพื่อเป็นประโยชน์ทั้งระยะสั้นและระยะยาวต่อการวางแผนการตลาด และก่อให้เกิดความรู้ทางวิชาการ

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าปูนซีเมนต์ผสมของประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ศึกษาความภักดีต่อการใช้สินค้าปูนซีเมนต์ผสม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตราสินค้าปูนซีเมนต์ผสมของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ สามารถนำความรู้ไปใช้ในการวางแผนและกำหนดนโยบายกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดให้เป็นผู้นำได้ตลอดไปในอนาคต

2. ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ที่มีต่อตราสินค้าปูนซีเมนต์ และความภักดีต่อตราสินค้าเพื่อใช้ประโยชน์ในการวางแผนการตลาดรักษาความเป็นผู้นำทางการตลาดและรักษาความนิยมในตราได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาว

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ กำหนดขอบเขตการศึกษา คือ

1. ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตราสินค้าปูนซีเมนต์เฉพาะชนิดผสม (Admixed Cement) ของผู้บริโภคที่เป็นช่างก่อสร้าง หรือผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์ผสมในหน่วยงานก่อสร้างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

2. พื้นที่ที่จะศึกษา เฉพาะเขตพื้นที่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1.5 นิยามศัพท์

ปูนซีเมนต์ หมายถึง ปูนซีเมนต์ผสม

ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ หมายถึง ผู้มีส่วนในการตัดสินใจคัดเลือก หรือตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์ผสมมาใช้ในการก่อสร้างซึ่งตนเองเป็นเจ้าของ หรือเป็นเจ้าของโครงการ หรือการก่อสร้างที่ตนเองเป็นผู้รับผิดชอบดูแลก่อสร้างจนกว่าจะเสร็จสมบูรณ์