

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญในการพัฒนาประเทศ ในอดีตที่ผ่านมาพบว่า มีการกีดกันในการเข้ามาแข่งขัน โดยมีผลจากนโยบายของรัฐบาลที่ไม่เปิดให้มีการผลิตโดยเสรี หรือไม่เปิดโอกาสให้ผู้ผลิตรายใหม่เข้ามาแข่งขันในอุตสาหกรรม หรือเปิดโอกาสให้กับผู้ผลิตรายใหม่เข้ามาแข่งขันแต่มีเงื่อนไขมากมาย อาทิเช่น ผู้ผลิตรายใหม่ต้องผลิตเพื่อส่งออกเป็นหลัก ส่วนที่เหลือถึงจะจำหน่ายในประเทศ หรือผู้ผลิตรายใหม่ไม่ได้รับสิทธิประโยชน์จากการลงทุน ในขณะที่ผู้ผลิตรายเดิมได้รับสิทธิประโยชน์จากการลงทุน เป็นต้น ทำให้ผู้สนใจที่จะเป็นผู้ผลิตรายใหม่ไม่ได้ดำเนินการก่อสร้างโรงงานแต่อย่างไร

ในการขยายกำลังการผลิตหรือการสร้างโรงงานใหม่ต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก โดยในการก่อสร้างโรงงานใหม่ขนาดกำลังการผลิตประมาณ 2 ล้านตัน จะต้องใช้เงินลงทุนประมาณ 5,000 – 6,000 ล้านบาท ใช้ระยะเวลาในการก่อสร้างโรงงานประมาณ 3 – 5 ปี จะเห็นได้ว่าการใช้เงินลงทุนสูงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการกีดกันผู้ผลิตรายใหม่ประการหนึ่ง นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ผลิตรายใหญ่คือ บมจ. ปูนซีเมนต์ไทย มีการกระจายพื้นที่ในการตั้งโรงงานออกไปในหลายพื้นที่ ประกอบด้วย โรงงานในเขตอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช โรงงานในเขตอำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี โรงงานในเขตอำเภอบ้านหม้อ จังหวัดสระบุรี โรงงานในเขตอำเภอพระพุทธบาท จังหวัดสระบุรี และโรงงานแจ้ห่ม จ.ลำปาง จนทำให้ผู้นำตลาดสามารถกระจายสินค้าเข้าในตลาดได้ง่ายและมีต้นทุนในการจำหน่ายที่ต่ำกว่า นอกจากนี้ผู้บริโภคมีความจงรักภักดีต่อยี่ห้อสินค้า (Brand Royalty) ของผู้นำตลาดสูงทำให้ผู้ผลิตรายที่เหลือต้องใช้ความพยายามอย่างมากในการขยายตลาด

ปูนซีเมนต์เป็นวัสดุก่อสร้างที่ใช้ประโยชน์ในการก่อสร้างโดยตรง และการใช้เป็นวัตถุดิบในกระบวนการผลิตวัสดุก่อสร้างประเภทอื่นๆ เช่น คอนกรีตผสมเสร็จ กระเบื้อง บล็อก ปูนถนน แผ่นคอนกรีตสำเร็จรูป เสาเข็มคอนกรีต เป็นต้น สำหรับประเทศไทย นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2458 ที่เริ่มมี

การผลิตปูนซีเมนต์ในประเทศไทยเป็นครั้งแรก โดยมีปริมาณความต้องการใช้ปูนซีเมนต์ในประเทศไทยเพียงประมาณ 25,000 ตัน และต่อมาได้ขยายตัวเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ สอดคล้องกับการพัฒนาและความเจริญเติบโตของประเทศ ตั้งแต่ภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 นับจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504 – 2509) จนกระทั่งถึงปี พ.ศ. 2539 ซึ่งเป็นปีสิ้นสุดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 ความต้องการใช้ปูนซีเมนต์ในประเทศไทยเพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 37.4 ล้านตัน (ตาราง 1.1) ก่อนปริมาณความต้องการใช้ปูนซีเมนต์จะลดลงมากเหลือเพียง 21 ล้านตัน ในช่วงปี พ.ศ. 2541 โดยลดลงเฉลี่ย 22 % อันเนื่องมาจากปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศไทย แต่ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาจากปริมาณความต้องการใช้ปูนซีเมนต์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องนี้ ในขณะที่ปริมาณผลผลิตที่ผลิตได้ไม่สามารถเพิ่มได้ทัน จึงทำให้เกิดภาวะการขาดแคลนปูนซีเมนต์ในประเทศไทย

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 เป็นต้นมาจนถึงปี พ.ศ. 2535 ความต้องการใช้ปูนซีเมนต์ในประเทศไทยก็ยังเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ แม้ว่าปริมาณการผลิตจะขยายตัวเพิ่มขึ้นตามไปด้วยก็ตาม แต่ก็ยังไม่ทันกับความการใช้ ทำให้เริ่มเกิดภาวะการขาดแคลนปูนซีเมนต์อีกครั้งในปี พ.ศ. 2532 เป็นจำนวน 0.23 ล้านตัน (ตาราง 1.2) รัฐบาลจึงแก้ไขโดยยินยอมให้มีการนำเข้าปูนซีเมนต์จากต่างประเทศมากขึ้น อีกทั้งอนุญาตให้มีผู้ผลิตรายใหม่ๆ เข้ามาลงทุนตั้งโรงงานผลิตปูนซีเมนต์เพิ่มเติมจากจำนวนที่มีอยู่เดิมในปีพ.ศ. 2533 และต่อมาได้ให้ผู้ผลิตรายเดิมคือ บริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัทปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) และบริษัทชลประทานซีเมนต์ จำกัด (มหาชน) ขยายกำลังการผลิตเพื่อให้มีปริมาณปูนซีเมนต์เพียงพอกับความต้องการใช้ อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคและเศรษฐกิจโดยรวม ที่จะสามารถก่อสร้างโครงการต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วทันต่อความต้องการและความเจริญเติบโตของเศรษฐกิจของประเทศไทยได้ ถึงแม้จะมีการขยายกำลังการผลิตแต่ก็เกิดภาวะขาดแคลนปูนซีเมนต์จนถึง ปีพ.ศ. 2535 จากภาวะการขาดแคลนสินค้าจึงจูงใจให้เกิดผู้ผลิตรายใหม่ตามมา สำหรับผู้ผลิตรายใหม่ที่ได้รับอนุญาตให้ตั้งโรงงานเริ่มทำการผลิตในปี พ.ศ. 2535 คือ บริษัท ทีพีไอโพลีน จำกัด (มหาชน) และบริษัทปูนซีเมนต์เอเชีย จำกัด เข้ามาในตลาดในปี พ.ศ. 2536 ดังนั้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 เป็นต้นมา ปริมาณการผลิต (Supply) จึงมากกว่าปริมาณความต้องการ (Demand) มาจนถึงปี พ.ศ. 2543 ทำให้มีปริมาณปูนซีเมนต์เหลือ 35 ล้านตัน (ตาราง 1.2) ทั้งนี้เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวและถดถอยอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบันและภาคการก่อสร้างจึงซบเซาลงอย่างมาก

ตาราง 1.1 ปริมาณความต้องการใช้ปูนซีเมนต์ในประเทศไทยในช่วงเวลาต่างๆ (พ.ศ. 2458-2543)

ปี พ.ศ.	ช่วง	ช่วงเวลา (ปี)	ปริมาณความ ต้องการ (ตัน)	การเปลี่ยนแปลง เฉลี่ยต่อปี (%)
2458	เริ่มผลิตปูนซีเมนต์ในประเทศ	-	25,000	-
2498	หลังสงครามโลกครั้งที่ 2	41	400,000	37
2509	สิ้นสุดแผนพัฒนาฉบับที่ 1	10	1,500,000	28
2514	สิ้นสุดแผนพัฒนาฉบับที่ 2	5	2,600,000	15
2519	สิ้นสุดแผนพัฒนาฉบับที่ 3	5	3,900,000	10
2524	สิ้นสุดแผนพัฒนาฉบับที่ 4	5	6,300,000	12
2529	สิ้นสุดแผนพัฒนาฉบับที่ 5	5	8,000,000	5
2534	สิ้นสุดแผนพัฒนาฉบับที่ 6	5	22,150,000	35
2539	สิ้นสุดแผนพัฒนาฉบับที่ 7	5	37,400,000	14
2543	แผนพัฒนาฉบับที่ 8	4	17,900,000	-13

หมายเหตุ เป็นตัวเลขประมาณการ

ที่มา : บริษัทปูนซีเมนต์ไทยจำกัด (มหาชน)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ตาราง 1.2 ปริมาณการผลิต ความต้องการใช้ และปริมาณการขาด/เหลือ ปูนซีเมนต์ของประเทศ
ไทย พ.ศ. 2530-2543 (หน่วย : ล้านตัน)

ปี พ.ศ.	ปริมาณการผลิต	ปริมาณความ ต้องการใช้	เหลือ (ขาด)
2530	9.85	9.65	0.20
2531	11.51	11.47	0.04
2532	15.02	15.25	(0.23)
2533	18.05	18.77	(0.72)
2534	19.16	22.15	(2.99)
2535	21.71	22.79	(1.08)
2536	26.3	25.89	0.41
2537	29.93	28.89	1.04
2538	34.15	33.32	0.83
2539	38.55	37.4	1.15
2540	37.27	36.09	1.18
2541	37.27	21	16.27
2542	54	35.5	18.5
2543	53	17.9	35.1

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทยและบริษัทปูนซีเมนต์ไทยจำกัด (มหาชน)

ปูนซีเมนต์ที่ใช้ในงานก่อสร้างของตลาดผู้บริโภค (Consumer Market) แบ่งออกเป็น
2 ประเภทประกอบด้วย

1. ปูนซีเมนต์ผสม (Mixed Cement) คือ ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ที่นำมาผสมหินปูนบด
ละเอียด ทราซ รวมอยู่ด้วย ผลิตขึ้นเพื่อให้มีคุณสมบัติถูกต้องตามกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์
อุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ผสม เหมาะกับงานก่ออิฐและฉาบปูน นอกจากนี้ ยังใช้กับงานก่อสร้าง
อาคารขนาดเล็ก ไม่ว่าจะเป็นงานเทพื้น หล่อเสาหรือคาน เนื่องจากมีคุณสมบัติรับแรงอัดได้ดีพอ
สมควร

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

ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งที่จะศึกษาเฉพาะปัจจัยที่มีผลต่อผู้ซื้อในการเลือกตราปูนซีเมนต์ชนิดผสมเท่านั้น เนื่องจากปูนซีเมนต์ผสมเป็นชนิดปูนซีเมนต์ที่มีการใช้มาก มีสัดส่วนในตลาดสูงถึงประมาณ 70% ของยอดความต้องการใช้ปูนซีเมนต์ทั้งหมด และเนื่องมาจากปูนซีเมนต์ผสมมีความจำเป็นต้องใช้ในการก่อและฉาบอาคารบ้านเรือนต่างๆ ซึ่งเป็นพื้นที่ส่วนใหญ่ในการก่อสร้างและต่อเติมบ้าน ประกอบกับปูนซีเมนต์ชนิดผสมเป็นปูนที่ตลาดภาคชาวบ้าน และช่างก่อสร้างส่วนใหญ่มีความนิยมในการเลือกใช้ปูนซีเมนต์ผสม โดยพิจารณาตราสินค้าและปัจจัยอื่น ๆ ประกอบการเลือกใช้ ซึ่งผู้ตัดสินใจซื้อหรือผู้ใช้ส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ปูนซีเมนต์บางตราคุณภาพดีกว่าและใช้ได้ดีกว่า

จังหวัดนครสวรรค์เป็นพื้นที่หนึ่งที่มีการใช้ปูนซีเมนต์ผสมมากที่สุด ในภาคเหนือตอนล่าง และมีการแข่งขันสูงในด้านการตลาด และในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา มีการแข่งขันทางด้านราคากันค่อนข้างสูงและผู้ผลิตรายใหญ่ (ตราเสือ) ได้เสียส่วนแบ่งทางการตลาดไปค่อนข้างมาก ดังนั้นการมุ่งศึกษาในจังหวัดนี้ก็เพื่อต้องการใช้เป็นตัวแทนในการวางแผนการขายและทำการวางแผนด้านการขยายตลาดของปูนซีเมนต์ผสมให้กว้างขวางต่อไป

สำหรับผู้บริโภคในจังหวัดนครสวรรค์นั้นสามารถแบ่งออกได้เป็นกลุ่มใหญ่ ๆ คือ

1. ผู้รับเหมา /ช่าง/เจ้าของโครงการ/สถาปนิกวิศวกร
2. ผู้บริโภคหรือเจ้าของหน่วยงาน(บ้าน)ทั่วไป

ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้จะเน้นใน 2 กลุ่มใหญ่ และเป็นตัวแทนของประชากรในการบริโภคของจังหวัดนครสวรรค์

จากการรวบรวมข้อมูลทางการตลาดของสินค้าน้ำปูนซีเมนต์ชนิดผสมในจังหวัดนครสวรรค์ ช่วงปี พ.ศ. 2541 – 2544 (ม.ค. – มี.ค.) ในตาราง 1.3 แสดงให้เห็นถึงส่วนแบ่งทางการตลาดตราปูนซีเมนต์ผสมในระยะเวลาที่ผ่านมาได้เป็นอย่างดี

ตาราง 1.3 ส่วนแบ่งตลาดสินค้าปูนซีเมนต์ชนิดผสมในจังหวัดนครสวรรค์ พ.ศ. 2541-2544 (ม.ค.-มี.ค.)

หน่วย : %

ผู้ผลิต	ตราสินค้า	2541	2542	2543	2544 (ม.ค.-มี.ค.)
บมจ. ปูนซีเมนต์ไทย	เสือ	62	56	56	32
บมจ. ปูนซีเมนต์นครหลวง	นกอินทรี	8	10	10	18
บมจ. ชลประทานซีเมนต์	งูเห่า	4	5	5	6
บมจ. ทีพีไอ โพลีน	TPI เขียว	14	21	21	24
บมจ. ปูนซีเมนต์เอเชีย	คอกบัว	12	8	7	15
บมจ. สามัคคีซีเมนต์	มือ	-	-	1	5
รวม		100	100	100	100

ที่มา : จากการประมาณการของผู้ผลิตรายหนึ่ง

จากข้อมูลส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ในตาราง 1.3 จะเห็นว่าผู้ผลิตแต่ละรายในตลาดจะมีส่วนแบ่งการตลาดต่างกันกล่าวคือ ในปีพ.ศ. 2541 ปูนซีเมนต์ผสมตราเสือมีส่วนแบ่งตลาดสูงที่สุด กว่าตราอื่น ๆ คือมีส่วนแบ่งตลาดอยู่ร้อยละ 62 รองลงมาคือ ปูนตราทีพีไอร้อยละ 14 ปูนตราคอกบัวร้อยละ 12 ปูนตรานกอินทรีร้อยละ 8 ปูนตรางูเห่าร้อยละ 4 ตามลำดับ

ส่วนในปีต่อๆ มาคือตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 จนถึงปี พ.ศ. 2544 ปูนซีเมนต์ผสมตราเสือจะเสียส่วนแบ่งทางการตลาดให้กับผู้ผลิตรายอื่น ๆ มาโดยตลอด กล่าวคือในปีพ.ศ. 2542 และปีพ.ศ. 2543 มีส่วนแบ่งตลาดลดลงเหลือร้อยละ 56 ซึ่งตามความเข้าใจของผู้วิจัยในฐานะที่อยู่ในพื้นที่และทำการตลาดปูนซีเมนต์ผสมเห็นว่าลักษณะและคุณสมบัติของปูนซีเมนต์ผสมตราต่างๆ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด (Product Indifferent) แต่อย่างไรก็ดี ดังนั้นเป็นประเด็นที่ต้องการจะศึกษาว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตราสินค้าปูนซีเมนต์ผสมของผู้บริโภคและอะไรเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อปัจจัยดังกล่าวและเพราะเหตุใด ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ในระยะสั้นและระยะยาวต่อการวางแผนการตลาด และเสริมสร้างให้เกิดความรู้ทางวิชาการมากยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อผู้ซื้อในการเลือกตราปูนซีเมนต์ผสมในเขตอำเภอเมือง จังหวัด นครสวรรค์

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อผู้ซื้อในการเลือกตราปูนซีเมนต์ผสมในเขตอำเภอเมือง จังหวัด นครสวรรค์ และสามารถนำความรู้ไปใช้ในการวางแผนและกำหนดนโยบายกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ กำหนดขอบเขตประชากรของการศึกษาคือผู้บริโภคน หรือผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์ผสมในหน่วยงานก่อสร้างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งจะมีอยู่ 2 กลุ่มคือกลุ่มผู้รับเหมา,ช่าง,เจ้าของโครงการ,สถาปนิก/วิศวกรและกลุ่มเจ้าของบ้านหรือหน่วยงานของการก่อสร้าง

1.5 นิยามศัพท์

ปูนซีเมนต์ผสม (Mixed Cement) หรือเรียกว่า ปูนซีเมนต์ซิลิกา ได้จากการนำเอาทรายหรือหินปูนบดละเอียดผสมเข้ากับปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์แบบธรรมดา ในอัตราประมาณ 25-30 % เหมาะกับงานที่ไม่ต้องรับแรงมากนัก เนื่องจากมีคุณสมบัติแข็งตัวช้า และไม่ยืดหดตัวมากนัก จึงนิยมนำไปใช้กับงานก่อ ฉาบ และงานตกแต่งเป็นต้น

ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ (Portland Cement) คือ ปูนซีเมนต์ชนิดที่ได้มาจากกระบวนการผลิตโดยตรงเหมาะสำหรับผสมทำคอนกรีตเพื่อใช้ในงาน โครงสร้างที่ต้องการกำลังอัดคอนกรีตสูง เช่น ถนน สะพาน เขื่อน อาคารและผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปทุกชนิด

ผู้ซื้อ หมายถึง ผู้มีส่วนในการตัดสินใจคัดเลือก หรือ ตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์ผสมมาใช้ในการก่อสร้างซึ่งตนเองเป็นเจ้าของ หรือเป็นเจ้าของโครงการ หรือการก่อสร้างที่ตนเองเป็นผู้รับผิดชอบดูแลก่อสร้างจนกว่าจะเสร็จสมบูรณ์