

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ภาวะเศรษฐกิจประเทศไทยรวมทั้งจังหวัดเชียงใหม่ที่ผ่านมาในปี พ.ศ.2540 ประเทศไทยประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรง ส่งผลให้สถาบันการเงินและธนาคารพาณิชย์หลายแห่ง ประสบปัญหาสภาพคล่องและการบริหารการเงิน มีการชะลอตัวการให้สินเชื่อของสถาบันการเงิน (ธนาคารออมสิน, 2541) โดยเฉพาะแก่ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง ทำให้ไม่มีการขยายตัวของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง โครงการก่อสร้างขนาดใหญ่ รวมไปถึงโครงการบ้านจัดสรรได้มีการระงับโครงการ จึงเกิดปัญหาบ้านสร้างไม่เสร็จและไม่มีการสร้างต่อ ในเวลาต่อมาภาวะเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่มีแนวโน้มของภาคธุรกิจการก่อสร้างที่ดี มีการให้สินเชื่อของสถาบันการเงินในช่วงของ 3 ปีที่ผ่านมาเพิ่มในอัตราที่สูงขึ้น จากรายงานของธนาคารแห่งประเทศไทย ปรากฏว่าธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2543 ซึ่งมีมูลค่า 4,802 ล้านบาท เพิ่มขึ้นในปีพ.ศ. 2544 เป็น 7,107 ล้านบาท และในปีพ.ศ. 2545 เป็น 7,694 ล้านบาท (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2546; ออนไลน์) จากการให้สินเชื่อในภาคธุรกิจก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์มากขึ้นนี้ทำให้มีการฟื้นตัวของโครงการบ้านจัดสรรต่าง ๆ ส่งผลให้เกิดความต้องการวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้น คาดว่าสิ้นน้ำท่าอาคาร ซึ่งเป็นวัสดุก่อสร้างประเภทหนึ่งจะมีปริมาณการจำหน่ายเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ปัจจุบันร้านค้าวัสดุก่อสร้างซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ้นน้ำพลาสติกทาอาคารมีประมาณ 82 ราย (ชมรมผู้ค้าวัสดุก่อสร้างเชียงใหม่, 2543 – 2544)

ปัจจุบันจากการเปิดเผยของสมาคมอุตสาหกรรมก่อสร้างไทย เผยแพร่รายงานสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มธุรกิจก่อสร้างในปี 2547 ว่า ในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา ธุรกิจก่อสร้างในประเทศขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เพราะได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการลงทุนในโครงการต่าง ๆ ของทั้งภาครัฐและเอกชน ขณะที่การก่อสร้างที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัยขยายตัวสูงขึ้นเช่นกัน ส่วนใหญ่เป็นการก่อสร้างในธุรกิจค้าปลีก โรงแรม รีสอร์ท การขยายตัวดังกล่าวส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากมาตรการกระตุ้นภาคอสังหาริมทรัพย์ของรัฐบาล และภาวะอัตราดอกเบี้ยที่อยู่ในระดับต่ำ ก็เป็นปัจจัยกระตุ้นการบริโภค การขยายโรงงานใหม่ ๆ เพื่อผลิตสินค้าของบริษัทจะมีมากขึ้น ด้านการแข่งขันจะรุนแรงขึ้น เพราะปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ หรือเอ็นพีแอล ของผู้ประกอบการรายเดิม บางรายเริ่มคลี่คลายและมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ธุรกิจมากขึ้น ขณะที่ราคาวัสดุก่อสร้างน่าจะปรับตัวสูง

ขึ้นตามความต้องการใช้ที่เพิ่มขึ้นและความผันผวนของราคาวัตถุดิบโลก (แนวโน้มก่อสร้างปี 47 สดใส..., 2546:19)

สีน้ำพลาสติกทาอาคารเป็นวัสดุก่อสร้างประเภทหนึ่ง เมื่ออาคารมีการสร้างโครงสร้างอาคารเสร็จจำเป็นที่จะต้องตกแต่งโดยใช้สีเพื่อให้เกิดความสวยงาม และเป็นส่วนช่วยในการรักษาพื้นผิวซีเมนต์ของอาคาร หรือรักษาพื้นผิวไม้ให้มีความคงทนกว่าเดิม ปัจจุบันมีผู้ผลิตหลายรายที่ผลิตสีน้ำพลาสติกทาอาคารออกมาจำหน่าย ทั้งที่ได้รับการรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรม และไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรม ธุรกิจที่ผลิตและจำหน่ายสีที่ขายอยู่ในประเทศไทย มีทั้งขนาดใหญ่ และขนาดเล็กมีจำนวน 124 บริษัท ผลิตสีทาอาคารมากกว่า 124 ยี่ห้อ เช่น ทีโอเอกัปตัน เคลต้า นิปปอน ไอซีไอ เซฟโก้ โกโย คอมแพค เจบีพี เอทีเอ็ม ซีไอซี แมกโซ ฯลฯ (ผู้ผลิตสี, 2546; ออนไลน์) ทำให้การแข่งขันมีสูงมาก ทั้งในเรื่องของคุณภาพ และราคา โดยเฉพาะในปัจจุบันมีการใช้เทคโนโลยีเครื่องผสมสีอัตโนมัติ ซึ่งบริษัทสีที่มีชื่อเสียงได้นำมาเป็นจุดขายของบริษัท และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับบริษัทว่ามีความทันสมัยและใช้เทคโนโลยีที่สูง และเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ที่มีความต้องการที่จะเลือกเฉดสีที่ตนเองต้องการได้ ดังนั้นแต่ละบริษัทต่างพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้สินค้าของตนสามารถแข่งขันในตลาดสีได้

จากสาเหตุที่มีผู้จำหน่ายสีน้ำพลาสติกทาอาคารอยู่มากมาย มีความหลากหลายของตรา ยี่ห้อ คุณภาพที่แตกต่างกัน ดังนั้นการศึกษาเพื่อทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสีน้ำพลาสติกทาอาคารของผู้บริโภคจะเป็นแนวทางในการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และสามารถแข่งขันในตลาดสีน้ำพลาสติกทาอาคาร รวมถึงส่งผลดีต่อผู้บริโภคด้วย เพราะผู้แทนจำหน่ายเกิดการแข่งขันกันเพื่อทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ด้วย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสีน้ำพลาสติกทาอาคารจากร้านวัสดุก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าพลาสติกทออาคารจากร้านวัสดุก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ผลจากการศึกษาเป็นแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าพลาสติกทออาคาร และนำไปวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อ หมายถึงปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

สินค้าพลาสติกทออาคาร คือ สีทาอาคารทั้งภายนอกและภายใน ซึ่งเกิดจากการนำสารเคมีผสมกับยางสนทาแล้วจะติดวัสดุได้นาน และมีความสวยงาม โดยมากมักจะใช้ทาพื้นผิวซีเมนต์และไม้

ร้านค้าวัสดุก่อสร้าง คือ ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าประเภทวัสดุก่อสร้างมีทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ขายปลีกและขายส่ง สินค้าที่จำหน่ายเป็นจำพวก เครื่องมือช่าง สี ปูนซีเมนต์ สุขภัณฑ์ เป็นร้านค้าที่มีรายชื่อในชมรมผู้ค้าวัสดุก่อสร้างเชียงใหม่

ผู้บริโภค คือผู้ที่ตัดสินใจซื้อสินค้าพลาสติกทออาคารเพื่อนำไปใช้เองในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่