

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

ที่อยู่อาศัยจัดว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ ที่มีความจำเป็นและสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ นอกเหนือจาก อาหาร เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค ปัจจุบันจำนวนที่อยู่อาศัยมีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว นับตั้งแต่รัฐบาลมีนโยบายฟื้นฟูธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เมื่อปี 2544 และนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจระดับรากหญ้าในปัจจุบัน ที่เน้นการลงทุนและการบริโภคของประชาชน ทำให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจที่เกี่ยวข้องคึกคักขึ้นมาและคาดว่าจะขยายตัวอย่างรวดเร็วอีกครั้งหลังจากที่ไทยมีการปรับโครงสร้างการเพิ่มผลผลิตหรือการเข้าสู่การเป็น Knowledge Base Economy (สภาพัฒนฯแผน 2.9 ด้านด้าน รับ ทักษะ 2 โตต่อเนื่อง 7% , 2547: 1)

จังหวัดลำพูนถือเป็นเมืองแฝดของจังหวัดเชียงใหม่ที่มีการขยายตัวในทุกๆด้าน อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากนโยบายของรัฐบาลทั้งทางตรงและทางอ้อม นอกจากนี้จังหวัดลำพูนยังเป็นที่ตั้งของนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ มีแรงงานต่างจังหวัดเข้ามาทำงานเป็นจำนวนมาก จึงมีการก่อสร้างที่พักอาศัยและหอพักเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้อุตสาหกรรมก่อสร้างในจังหวัดลำพูนมีการขยายตัวมากขึ้นและส่งผลให้ธุรกิจค้าขายวัสดุก่อสร้างคึกคักตามไปด้วย แต่ในปัจจุบันธุรกิจมีการแข่งขันสูง นอกจากผู้ประกอบการค้าวัสดุก่อสร้างในจังหวัดลำพูน ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 60 ราย (สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดลำพูน, 2548) ต้องประสบปัญหาการแข่งขันด้านการตลาดระหว่างผู้ประกอบการในท้องถิ่นแล้ว ยังพบกับการขยายสาขาของผู้ประกอบการรายใหญ่จากจังหวัดอื่นๆอีกหลายราย ซึ่งผู้ประกอบการรายใหญ่เหล่านี้มีความพร้อมทั้งทรัพยากรและการจัดการ ดังนั้นหากกิจการในท้องถิ่น ไม่ปรับปรุงการดำเนินธุรกิจให้เป็นที่พึงพอใจของลูกค้า ก็อาจทำให้เสียส่วนแบ่งทางการตลาดไปได้

ห้างหุ้นส่วนจำกัดสมพลการก่อสร้าง จำกัดยสินค้าน้ำประเภทวัสดุอุปกรณ์การก่อสร้างในจังหวัดลำพูน เปิดดำเนินการมานานกว่า 17 ปี ถือเป็นร้านค้าที่เติบโตมากับการขยายตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในเขตจังหวัดลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง ถึงแม้ว่ายอดขายจะเพิ่มขึ้นทุกปี แต่กลับเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง กล่าวคือ ปี 2544 มียอดขายรวมทั้งสิ้น 11,064,328 บาท ปี 2545 มียอดขายรวม 14,617,355 บาท เพิ่มขึ้นในอัตรา 32% ปี 2546 มียอดขายรวม 17,204,142 บาท เพิ่มขึ้นในอัตรา 18% และปี 2547 มียอดขายรวม 19,783,012 บาท เพิ่มขึ้นในอัตรา 15% (ห้างหุ้นส่วนจำกัดสมพลการก่อสร้าง,2544-2547)จากสภาวะการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้นในปัจจุบัน ผู้ประกอบการ

ต่างปรับปรุงพัฒนาร้านค้าของตนเอง เพื่อรองรับกับความต้องการของลูกค้า ผู้บริหารห้างหุ้นส่วนจำกัดสมผลการก่อสร้าง จึงมีความต้องการที่จะปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อที่จะสามารถแข่งขันได้และทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาถึง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัดสมผลการก่อสร้าง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและปรับปรุงการดำเนินการด้านการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ของห้างหุ้นส่วนจำกัดสมผลการก่อสร้าง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา

- 1.ให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัดสมผลการก่อสร้าง
- 2.เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา และปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด ตลอดจนการให้บริการแก่ลูกค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัดสมผลการก่อสร้าง ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

### นิยามศัพท์

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อสถานการณ์หนึ่ง ในการศึกษาครั้งนี้หมายถึง ความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาด ของห้างหุ้นส่วนจำกัดสมผลการก่อสร้าง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

**ลูกค้า** หมายถึง ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าจากห้างหุ้นส่วนจำกัดสมผลการก่อสร้าง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคร และ ลูกค้าที่เป็นองค์กร

**ส่วนประสมทางการตลาด** หมายถึง ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

**ห้างหุ้นส่วนจำกัดสมผลการก่อสร้าง** หมายถึง ร้านค้าที่จำหน่ายวัสดุอุปกรณ์การก่อสร้างทุกชนิด เช่น ปูนซิเมนต์ เหล็กเส้น อิฐ บล็อก หิน ทราช ดิน บานประตู หน้าต่าง ท่อและอุปกรณ์ประปา กระเบื้องมุงหลังคา เป็นต้น เป็นกิจการค้าปลีกขนาดย่อม พนักงานไม่เกิน 15 คน ลิขสิทธิ์ไม่เกิน 30 ล้านบาท ตั้งอยู่เลขที่ 118/2 หมู่ที่ 4 ตำบลเวียงของ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน