

บทที่ 1

บทนำ

1. หลักการและเหตุผล

ปูนซีเมนต์เป็นวัสดุก่อสร้างที่นำมาใช้ประโยชน์ในการก่อสร้างและใช้เป็นวัสดุคืบในการผลิตวัสดุก่อสร้าง และใช้เป็นวัสดุคืบในการผลิตวัสดุก่อสร้างประเภทอื่นๆ เช่น คอนกรีตผสมเสร็จ กระจก เบื้อง ซิเมนต์บล็อก แผ่นคอนกรีตสำเร็จรูป ท่อระบายน้ำ เสาคอนกรีต เป็นต้น สำหรับในประเทศไทยเริ่มมีการผลิตปูนซีเมนต์ในประเทศเมื่อปี พ.ศ. 2458 โดยมีปริมาณความต้องการในประเทศประมาณ 250,000 ตัน และต่อมาได้ขยายตัวเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาพัฒนาและเจริญเติบโตของประเทศ

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 เป็นต้นมาจนถึงปี พ.ศ. 2535 แม้ว่าผู้ผลิตรายเดิมคือ บริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัทปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) และบริษัทชลประทานซีเมนต์ จำกัด (มหาชน) จะขยายปริมาณการผลิตเพิ่มขึ้น เพื่อให้มีปริมาณปูนซีเมนต์เพียงพอกับความต้องการใช้ อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคและเศรษฐกิจโดยรวม ที่จะสามารถก่อสร้างโครงการต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วทันความต้องการและการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจของประเทศ แต่ก็ยังไม่ทันกับความต้องการใช้ ทำให้เกิดภาวะปูนซีเมนต์ขาดแคลนในปี พ.ศ. 2532 รัฐบาลจึงแก้ไขปัญหโดยการยินยอมให้มีการนำเข้าปูนซีเมนต์มากขึ้นรวมทั้งอนุญาตให้มีการลงทุนตั้งโรงงานปูนซีเมนต์เพิ่มเติมในปี พ.ศ. 2533 จากภาวะที่สินค้าขาด ในปี พ.ศ. 2535 จึงจูงใจให้เกิดผู้ผลิตรายใหม่ คือ บริษัททีพีไอ โพลีน จำกัด (มหาชน) และบริษัทปูนซีเมนต์เอเชีย จำกัด ทำให้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 เป็นต้นมามีปริมาณการผลิต (Supply) มากกว่าปริมาณความต้องการ (Demand) ก่อนที่ปริมาณความต้องการใช้ปูนซีเมนต์จะลดลงมากในปี พ.ศ. 2541 จากปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศไทยช่วงกลางปี พ.ศ. 2540

ในปัจจุบันมีผู้ผลิตรายใหญ่ 5 ราย ได้แก่ บริษัทปูนซีเมนต์ไทยอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) บริษัทปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) บริษัทชลประทานซีเมนต์ จำกัด (มหาชน) บริษัท ทีพีไอ โพลีน จำกัด (มหาชน) และบริษัทปูนซีเมนต์เอเชีย จำกัด มีปริมาณการผลิตปูนซีเมนต์ในประเทศประมาณ 54 ล้านตันต่อปี มีปริมาณการผลิตปูนซีเมนต์เหลือประมาณ 30 ล้านตันต่อปี¹

¹ บริษัทปูนซีเมนต์ไทย ลำปาง จำกัด, *Medium Term Plan 2002-2006*, 2544, หน้า 21

ปูนซีเมนต์ที่ใช้ในงานในงานก่อสร้างของตลาดในประเทศไทยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ประกอบด้วย²

1. ปูนซีเมนต์ชนิดผสม (Mixed Cement) สำหรับงานก่ออิฐ ฉาบปูน หรืองานก่อสร้างที่ไม่เน้นความแข็งแรงมากนัก มีส่วนของตลาดประมาณร้อยละ 60
2. ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ (Portland Cement) เหมาะสำหรับงานผสมทำคอนกรีตเพื่อใช้ในงานที่ต้องการกำลังอัดสูง เช่น ถนน สะพาน อาคารสูง และผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปทุกชนิด มีส่วนของตลาดประมาณร้อยละ 40 และมีแนวโน้มความต้องการจะสูงขึ้นในอนาคต

ตลาดภาคเหนือ (17 จังหวัด) ปัจจุบันปูนปอร์ตแลนด์ที่จำหน่ายอยู่มี 5 ตรายี่ห้อหลัก ได้แก่ ตราช้าง ตราเพชร ตรา TPI แดง ตราภูเขา และตราพญานาค (ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 1) ในปี 2544 ปูนตราช้างของบริษัทปูนซีเมนต์ไทยอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) เป็นผู้นำทั้งด้านส่วนครองตลาดและราคาขาย โดยมีจุดแข็งอยู่ที่ตราช้าง

ตารางแสดงส่วนครองตลาดและราคาขายปูนปอร์ตแลนด์ ภาคเหนือปี 2544-2545³

Brand Name	บริษัทผู้ผลิต	ส่วนครองตลาด	ราคาต่อถุง (50 กก.)
ปูนตราช้าง	ปูนซีเมนต์ไทยอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน)	32.5%	67-84 บาท
ปูนตราเพชร	ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน)	27.5%	62-78 บาท
ปูนตราภูเขา	ปูนซีเมนต์เอเชีย จำกัด	16.8%	61-80 บาท
ปูนตรา TPI แดง	บริษัททีพีไอ โพลีน จำกัด (มหาชน)	16.1%	61-79 บาท
ปูนตราพญานาค	ชลประทานซีเมนต์ จำกัด (มหาชน)	5.6%	56-80 บาท

จากตาราง จะเห็นได้ว่าปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์แต่ละตรายี่ห้อมีส่วนแบ่งตลาดใกล้เคียงกัน ประกอบกับเป็นสินค้าที่ผู้ใช้เห็นว่าไม่มีความแตกต่างในเรื่องของคุณภาพมากนัก ทำให้มีสภาพการแข่งขันที่รุนแรง โดยเฉพาะในเรื่องราคา

² บริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) จำกัด, *Medium Term Plan 2002-2006*, 2544, หน้า 19

³ ข้อมูลการสำรวจของฝ่ายการตลาดบริษัทปูนซีเมนต์ไทยอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) ณ วันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2545

จากการศึกษาเบื้องต้น พบว่าตลาดของปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ ในภาคเหนือ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ ได้แก่ปูนซีเมนต์ผง และถุง (ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 2)

ตารางแสดงการแบ่งส่วนตลาดของปูนปอร์ตแลนด์ ภาคเหนือ ปี 2544 ⁴

รูปแบบสินค้า	กลุ่มลูกค้า	สัดส่วน
ปูนซีเมนต์ผง (รถ)	โรงงานทำผลิตภัณฑ์คอนกรีต	70%
ปูนซีเมนต์ถุง	โรงงานทำผลิตภัณฑ์คอนกรีต	15%
	งานโครงการ เช่น อบต.ท่าถนน	12%
	งานตามบ้าน เช่น เทพื้น	3%

จากตาราง แสดงว่าปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์เป็นปูนซีเมนต์ที่มีการใช้เป็นวัตถุดิบหลักของโรงงานประเภทผลิตภัณฑ์คอนกรีต มีสัดส่วนประมาณ 85% ของตลาดปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ทั้งหมด โดยมีอันดับการใช้มากสำหรับปูนประเภทนี้ในจังหวัดภาคเหนือตอนบน ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย และลำปาง

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจมุ่งศึกษาพฤติกรรมการซื้อและหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ของโรงงานทำผลิตภัณฑ์คอนกรีตในจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย และลำปาง เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัท ผลที่ได้จะเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะส่งผลให้มีปริมาณยอดขายปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์เพิ่มขึ้น

⁴ ข้อมูลจากบริษัทปูนซีเมนต์ไทย ลำปาง จำกัด และจากการสัมภาษณ์ผู้แทนขายในจังหวัดลำปาง วันที่ 3 มีนาคม 2545

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ของโรงงานทำผลิตภัณฑ์คอนกรีตในเขตภาคเหนือตอนบน
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ของโรงงานทำผลิตภัณฑ์คอนกรีตในเขตภาคเหนือตอนบน

3. ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบพฤติกรรมการซื้อปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ของโรงงานทำผลิตภัณฑ์คอนกรีตในเขตภาคเหนือตอนบน
2. ทราบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ของโรงงานทำผลิตภัณฑ์คอนกรีตในเขตภาคเหนือตอนบน
3. เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ผลิตปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ที่สนใจให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า