

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในปัจจุบันนั้นประกอบด้วย ปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญ 4 ประการของมนุษย์คือ ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม อาหาร และยารักษาโรค ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคจำเป็นต้องเสาะแสวงหาเพื่อตอบสนองต่อความจำเป็นพื้นฐานและการดำรงอยู่ของตนเองในการดำรงชีวิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันนี้ปัจจัยพื้นฐานทางการก่อสร้างและที่อยู่อาศัย เป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญและพิถีพิถันในการเลือกบริโภคเป็นอย่างมากเนื่องจากระบบของข้อมูลข่าวสารที่มีการสื่อสารออกมาอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ดังนั้นความต้องการของสินค้าประเภทเครื่องมือช่างจึงเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วยไปตามสถานะเศรษฐกิจและการก่อสร้างภายในประเทศ เมื่อความต้องการที่อยู่อาศัยและการก่อสร้างทุกประเภทเพิ่มมากขึ้น ความต้องการใช้สินค้าประเภทเครื่องมือช่างจะขยายเพิ่มตาม เพราะเครื่องมือช่างมีไว้เพื่อประโยชน์ในการประกอบและติดตั้งวัสดุก่อสร้างให้เรียบร้อยสวยงามและช่วยประหยัดเวลาของการก่อสร้าง

สำหรับทางด้านข้อมูลโดยทั่วไปของตลาดกลุ่มเครื่องมือช่าง ทางด้านผู้ผลิตก็ได้พยายามพัฒนาวิวัฒนาการต่างๆอย่างต่อเนื่องและออกผลิตภัณฑ์ใหม่เสมอเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่มในการใช้งานในหลายๆด้านในทุกๆสายงาน นอกเหนือไปจากคุณสมบัติพื้นฐานในการใช้งานทั่วไป โดยเครื่องมือช่างได้มีวิวัฒนาการในด้านเทคโนโลยีการป้องกันในด้านความปลอดภัยและเพื่อการใช้งานที่คล่องตัวยิ่งขึ้น ให้เหมาะสมทั้งขนาด รูปร่างที่กะทัดรัด ความทนแรง ประหยัดเวลา และออกแบบให้สอดคล้องกับสรีระและพฤติกรรมของมนุษย์อีกด้วย นอกจากนี้ยังมีแบบให้เลือกมากมายหลายชนิดจากผู้ผลิตเพื่อให้เหมาะสมกับงานที่ใช้

เครื่องมือช่างที่นำมาใช้งานแต่ละชนิดจะถูกออกแบบมาสำหรับงานแต่ละประเภทได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดและมีการพัฒนาไปตามการขยายตัวของ การก่อสร้างแต่ละประเภทที่เพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็น การก่อสร้างเชิงพาณิชย์ที่มากขึ้นตามสถานะเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันกันในระดับโลก หรือไปตามการขยายตัวของโลกแบบ Globalization การก่อสร้างในเชิงที่พักอาศัยที่มีมากขึ้นเมื่อจำนวนประชากรสูงขึ้น และการก่อสร้างในภาคการผลิตเมื่อรัฐมีการส่งเสริมภาคทุกส่วนของอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ โดยเครื่องมือ อุปกรณ์ ทางด้านงานช่างและจะใช้งานเพื่อจุดประสงค์โดยรวมต่างๆ ดังนี้ คือ

1. เพื่อให้งานก่อสร้างที่ทำอยู่มีคุณภาพที่มากขึ้นเรียบร้อยสวยงามซึ่งมาจากเทคโนโลยีของเครื่องมือช่างที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและผู้ผลิตทุกรายต่างพยายามวิจัยและพัฒนาขึ้นมาแข่งขันกัน
2. เพื่อเพิ่มปริมาณผลผลิตของงานก่อสร้าง ให้ได้ตามเป้าหมายของโครงการในเวลาที่กำหนดและในงบประมาณงานก่อสร้างที่จำกัด
3. เพื่อเพิ่มความปลอดภัยในการทำงานจากเทคโนโลยีขั้นสูงของเครื่องมือช่างเพื่อป้องกันอุบัติเหตุที่จะเกิดจากการทำงานของแรงงานช่าง
4. เพื่อให้การทำงานก่อสร้างมีประสิทธิภาพมากขึ้นและเนื้องานมีคุณภาพมากขึ้นจากความสามารถในการคำนวณของเครื่องจักรกลที่มีความแม่นยำเที่ยงตรงและรวดเร็ว
5. เพื่อประหยัดต้นทุนโดยรวมของการก่อสร้างทั้งหมด
6. เพื่อประหยัดเวลาการก่อสร้างและสามารถทำงานได้รวดเร็วขึ้น
7. เพื่อประหยัดแรงงานกำลังคนที่ต้องใช้ในงานก่อสร้างและสามารถทำได้ด้วยตัวเองถึงแม้ไม่มีแรงงานช่างในกรณีที่เป็นผู้ใช้งานทั่วไป
8. เพื่อใช้เป็นเครื่องมือทุ่นแรงสำหรับผู้ใช้งานโดยตรง
9. เพื่อให้งานช่างสามารถทำได้ง่ายและมีความสะดวกมากยิ่งขึ้น

โดยทั่วไปเครื่องมือช่างจะหมายถึง เครื่องไม้เครื่องมือ เครื่องจักร วัสดุอุปกรณ์ที่เป็นสินค้าจำเป็นในการประกอบอาชีพสำหรับพวกกลุ่มลูกค้าช่างฝีมือและสำหรับกลุ่มลูกค้าทั่วไป ซึ่งแบ่งประเภทได้เป็น เครื่องมือพื้นฐาน เครื่องมือเชื่อมเหล็ก เครื่องมือก่อสร้าง เครื่องมือไฟฟ้า เครื่องมือกล และ เครื่องมือลม ซึ่งถ้าหากแบ่งประเภทของเครื่องมือช่างตามกลุ่มผู้ใช้ตามลักษณะการใช้งานที่เหมาะสม สามารถแบ่งประเภทของเครื่องมือช่างจะได้เป็นดังนี้

1. เครื่องมือช่างและอุปกรณ์สำหรับกลุ่มคนทั่วไปใช้งานในครัวเรือน
2. เครื่องมือช่างและอุปกรณ์สำหรับหน่วยงานใหญ่
3. กลุ่มผู้รับเหมาหลักและผู้รับเหมาช่าง
4. ช่างฝีมืออิสระ เช่น ช่างเชื่อม ช่างประปา ช่างก่อสร้าง ช่างไม้ ช่างยนต์ ช่างไฟฟ้า

สำหรับสถานการณ์ในปัจจุบันและการปรับเปลี่ยนทิศทางหลังจากวิกฤตเศรษฐกิจปี 40 ที่ประเทศไทยเริ่มฟื้นตัวทำให้มีการขยายขยายการก่อสร้างและอุตสาหกรรมต่างๆมากมายทำให้เกิดความต้องการ หรืออุปสงค์ทางด้านที่อยู่อาศัยและการก่อสร้างต่างๆเป็นจำนวนมากทำให้เกิดอุปสงค์ต่อ

เครื่องมือเครื่องใช้สำหรับช่างเป็นจำนวนมากตามไปด้วยเพื่อรองรับกับการขยายระบบ สาธารณูปโภคพื้นฐานของประเทศใน ส่วนกลางและขยายมายังต่างจังหวัดจากข้อมูลจากของ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติของการลงทุนในด้านการก่อสร้าง โดยรวมของไทยมีมูลค่าสูงขึ้นทุกปีนับตั้งแต่ปี 2546 ถึงปี 2549 และ ในช่วงปี 2550 การลงทุนใน ด้านการก่อสร้างทั้งจากภาคเอกชนและจากภาครัฐบาลมีมูลค่ารวมประมาณ 6.2 แสนล้านบาท ลดลงร้อยละ 10.1 จากปี 2549 โดยเพ็่งจะเป็นการปรับตัวลดลงของทั้งภาคเอกชนและภาครัฐ อัน เป็นผลมาจากการลงทุนด้านการก่อสร้างของภาครัฐที่มีการปรับตัวลดลงถึงร้อยละ 15.7 จากการ ชะลอการลงทุนในโครงการขนาดใหญ่ (Mega Projects) ในขณะที่การลงทุนของภาคเอกชนลดลง ร้อยละ 4.0 เนื่องจากความไม่แน่นอนของนโยบายของรัฐบาล ได้จากภาพที่แสดงดังกล่าว

ตาราง 1.1 แสดงมูลค่าที่เพิ่มสูงขึ้นของการลงทุนในด้านการก่อสร้างทั้งหมด ตั้งแต่ ปี 2546 – 2550

มูลค่าการลงทุนด้านการ ก่อสร้าง	หน่วย : พันล้านบาท					รวม
	ปี2546	ปี2547	ปี2548	ปี2549	ปี2550	
มูลค่าการลงทุนภาคเอกชน	228	273	304	329	315	1449
มูลค่าการลงทุนภาครัฐบาล	264	289	322	358	302	1535
รวม	492	562	626	687	617	2984

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

การก่อสร้างและการลงทุนทางด้านระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานต่างๆของประเทศที่มากขึ้นนั้นทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชนเป็นผลทำให้กลุ่มตลาดของวัสดุก่อสร้างและเครื่องทุ่นแรง ขยายตัวตามไปด้วยทำให้เกิดจำนวนของบริษัท ร้านค้าและตัวแทนจำหน่ายทางด้านวัสดุก่อสร้าง เกิดขึ้นอย่างมากมายรวมไปถึงร้านที่จำหน่ายเครื่องทุ่นแรงหรือเครื่องมือและอุปกรณ์ทางด้านงาน ช่างก็เกิดขึ้นเป็นจำนวนมากเช่นกัน เพื่อรองรับกับการลงทุนด้านการก่อสร้างที่จะสูงขึ้นในอนาคต สำหรับช่องทางจำหน่ายเครื่องมือ เครื่องทุ่นแรงและอุปกรณ์ทางช่างในอดีตที่ผ่านมา ร้านค้าปลีก ในบ้านเรา ส่วนใหญ่เป็นของคนไทยเชื้อสายจีนที่ก่อร่างสร้างตัวมาจากกิจการร้านขายของชำเล็ก ๆ หลังจากนั้นจึงค่อย ๆ พัฒนาจนกิจการใหญ่โต เมื่อมาถึงยุคเปิดเสรีทางการค้า ทุนต่างชาติได้

หลังไหลเข้ามาลงทุนในบ้านเราเพิ่มขึ้น กลุ่มทุนค้าปลีกของไทยจึงจำเป็นต้องหาวิธีการปรับตัว และปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทุกรูปแบบ เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดท่ามกลางแรงกดดันที่ถั่งโถมมาจากทุก สสารทิศ ในปัจจุบันความอยู่รอดของธุรกิจค้าปลีก นอกจากจะต้องมีเงินแล้ว ยังต้องมีสินค้าที่ หลากหลาย ทำเลที่ตั้งและขนาดของพื้นที่ที่ก็ต้องเหมาะสม ยิ่งถ้าเป็น Shopping Mall ที่มีสินค้า หรือบริการครบวงจรก็ยิ่งจะได้เปรียบ จุดเน้นสำคัญจึงอยู่ที่การตอบสนองความสะดวกสบายของ ผู้บริโภคผ่าน สิ่งกระตุ้นทางการตลาดทุกรูปแบบ ที่ทุกห้างร้านต่างต้องพยายามเสาะแสวงหามา ดึงดูดใจลูกค้า อย่างไรก็ตามการเข้ามาของทุนต่างชาติ แม้จะมีผลกระทบต่อวงการค้าปลีกในบ้าน เราโดยตรง แต่อีกด้านหนึ่งก็เป็นการพัฒนาวงการค้าปลีกของไทยให้มีความเป็นสากลมากขึ้น ทั้ง การนำเทคโนโลยีและระบบการจัดการสมัยใหม่เข้ามาใช้ เช่น การจัดการสินค้าคงคลัง การจัดซื้อ การบริการ การตลาด ฯลฯ ซึ่งจะทำให้ต้นทุนของสินค้าลดต่ำลง

สำหรับร้านขายเครื่องมือช่างในเขตอำเภอเมืองจังหวัดคน่านนั้นผู้บริโภคจะคุ้นเคยกับการ ซื้อขายเครื่องมือช่างและอุปกรณ์ทางด้านงานช่างผ่านช่องทางการค้าปลีกแบบดั้งเดิมหรือ traditional trade ซึ่งมีตั้งแต่เป็นร้านค้าปลีกอิสระ ไปจนถึง ร้านค้าปลีกที่เป็นเซนส์โตร์ แต่ปัจจุบัน เราใกล้ชิดกับธุรกิจการค้าปลีกสมัยใหม่หรือ modern trade ที่เติบโตมาอย่างก้าวกระโดดนับตั้งแต่ หลังวิกฤตเศรษฐกิจเป็นต้นมา ส่วนหนึ่งเป็นเพราะขณะนั้นลูกค้ามีอำนาจในการจับจ่ายใช้สอย น้อยลงการเกิดขึ้นของห้างค้าปลีกสมัยใหม่ ที่เน้นการขายสินค้าราคาถูกจึงเป็นจุดนัดพบสำคัญที่ ลูกค้าและเจ้าของห้างเหล่านั้นต่างพอใจและอีกส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากนโยบายส่งเสริมการลงทุน ในกิจการค้าปลีกของรัฐบาล จนกลุ่มทุนต่างชาติ ทั้งฝรั่งเศส อังกฤษ เนเธอร์แลนด์ ฯลฯ ต่าง แสวงหาความได้เปรียบกันเข้ามาสร้างซูเปอร์เซ็นเตอร์ supercenter หรือไฮเปอร์มาร์เก็ต hyper market กันอย่างมากมาย ขณะที่กลุ่มทุนในประเทศเองก็มีการขยับขยายมาทำธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในรูปแบบต่างๆ จนทำให้รูปแบบ modern trade ในบ้านเรามีตั้งแต่ ซูเปอร์มาร์เก็ต ดิสเคาน์สโตร์ ร้านค้าเฉพาะอย่าง แคททาโกรีคัลเลอร์ ร้านสะดวกซื้อ ร้านสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน และ แคช แอนด์ แครรี่

ตาราง 1.2 แสดงจำนวนร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องมือช่างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ปี 2546-2550

ร้านจำหน่ายอุปกรณ์และเครื่องมือช่าง	จำนวนร้านที่จดทะเบียน					รวม
	ปี2546	ปี2547	ปี2548	ปี2549	ปี2550	
ร้านจำหน่ายอุปกรณ์และเครื่องมือช่างโดยตรง	7	10	6	4	5	32
ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและเครื่องมือช่าง	5	5	4	1	3	18
ห้างค้าปลีกสมัยใหม่ต่างชาติ		1				1
รวม	12	16	10	5	8	51

ที่มา: ระเบียบร้านค้าสำนักงานพาณิชย์จังหวัดน่าน

ซึ่งข้อมูลที่ได้มาจากหน่วยงานภายในพื้นที่ของอำเภอเมืองจังหวัดน่านนั้นทำให้สามารถบอกได้ถึงจำนวนร้านจำหน่ายเครื่องมือช่างจะมีการแบ่งแยกประเภทได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. ร้านค้าที่จำหน่ายอุปกรณ์ และเครื่องมือช่างโดยตรงซึ่งจะมีครบทุกประเภทและหลากหลาย
2. ร้านค้าที่จำหน่ายวัสดุก่อสร้างและนำเครื่องมือช่างเข้ามาจำหน่ายด้วยแต่จะมีไม่ครบทุกประเภท
3. ห้างค้าปลีกต่างชาติที่จะมีแยกจำหน่ายในแผนกเครื่องมือช่างและอุปกรณ์ประดับยนต์

โดยร้านค้าแต่ละประเภทมีจำนวนดังต่อไปนี้ ร้านที่จำหน่ายเครื่องมือช่างโดยตรงมี 32 แห่ง ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างมี 18 แห่ง และห้างค้าปลีกสมัยใหม่ มีจำนวน 1 แห่ง ตามลำดับ จากข้อมูลดังกล่าวไปแล้วถึงแม้ว่าแนวโน้มมูลค่าของการลงทุนทางด้านก่อสร้างและสาธารณูปโภคภายในประเทศสูงขึ้นทำให้ตลาดของสินค้าประเภทเครื่องมือช่างขยายมากขึ้น ก่อให้เกิดร้านค้าจำนวนมากเกิดขึ้นก็ตามเพื่อรองรับกับความต้องการที่จะเกิดขึ้นในอนาคตแต่เนื่องจากนโยบายที่เปิดเสรีทางการค้าเกิดขึ้นมาจึงส่งผลให้ทุนต่างชาติได้หลั่งไหลเข้ามาเป็นจำนวนมากโดยปราศจากการส่งเสริมและการสนับสนุนจากภาครัฐเท่าที่ควร ให้ภาคเอกชนสามารถแข่งขันได้ไม่ว่าจะเป็นทางด้านเทคโนโลยีและระบบการจัดการที่ทันสมัยทัดเทียมกับต่างชาติ

โดยสรุปแล้วเครื่องมือช่างและอุปกรณ์ทางด้านช่างเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นส่วนประกอบที่สำคัญของการก่อสร้างโดยทั่วไปและมีความจำเป็นอย่างยิ่งของระบบเศรษฐกิจพื้นฐานภายในจังหวัดโดยเฉพาะทางด้านงานก่อสร้างและระบบสาธารณูปโภคภายในจังหวัดโดยกระจายสินค้าเหล่านั้นผ่านช่องทางการจำหน่ายคือร้านค้าภายในจังหวัดโดยร้านค้าที่จำหน่าย

เครื่องมือช่าง โดยตรงมีจำนวนมากที่สุดคือ 32 แห่ง รองลงมาคือร้านค้าที่จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง 18 แห่งและห้างค้าปลีกสมัยใหม่ต่างชาติคือห้างโลตัสคู่มีเพียงแห่งเดียวในจังหวัดโดยการวิเคราะห์ครั้งนี้จะเลือกวิเคราะห์ในส่วน of ร้านเครื่องมือช่างและอุปกรณ์ช่างโดยตรงเพราะมีจำนวนมากที่สุดและจะให้ข้อมูลทางการวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่แม่นยำและตรงกับกลุ่มผู้บริโภคมากที่สุด ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อให้มีข้อมูลไว้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาผู้ประกอบการเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันและเป็นแนวทางต่อผู้ที่สนใจตลอดจนเป็นแนวทางในการตัดสินใจของผู้ประกอบการที่จะประกอบธุรกิจขึ้นในอนาคตต่อไป



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการร้านขายเครื่องมือช่างแห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดน่าน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่างแห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดน่าน
3. เพื่อศึกษาถึงปัญหาของผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านขายเครื่องมือช่างแห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดน่าน

1.3 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา

เพื่อให้ทราบถึงลักษณะทั่วไป และ พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อและและการใช้เครื่องมือช่างในเขต อำเภอเมือง จังหวัดน่าน ไปจนถึงปัจจัยและปัญหาทางด้านต่างๆที่มีอิทธิพลในการซื้อและการใช้เครื่องมือช่างของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดน่าน เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผน และปรับกลยุทธ์ทางการตลาดของร้านขายเครื่องมือช่าง

1.4 ขอบเขตการศึกษาและวิธีวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพล ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคจากการใช้บริการของผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อเครื่องมือจากร้านขายเครื่องมือช่างก่อนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดน่านแห่งหนึ่ง โดยมีระยะเวลาการศึกษา 4 เดือน ตั้งแต่ มีนาคม ถึง มิถุนายน