

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเป็นสินค้าที่มีความต้องการในตลาดมาอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากทุกครัวเรือนต่างก็ต้องมีกิจกรรมเกี่ยวกับการประกอบอาหาร อันเป็นปัจจัยหลักในการดำรงชีวิตประจำวัน และวิวัฒนาการของเครื่องใช้ในครัวอันได้แก่ เตาและเตาอบ ที่ใช้ระบบไฟฟ้าแทนระบบการใช้แก๊ส ก็ได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องจากมีความปลอดภัยสูงกว่าและประหยัดกว่า อีกทั้งยังมีเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวชนิดอื่นๆ ที่ถูกคิดค้นขึ้นมาใช้งานในครัวให้เกิดความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น อาทิ เครื่องดูดควัน ซึ่งช่วยจำกัดควันและกลิ่นที่เกิดจากการประกอบอาหาร เตาอบไมโครเวฟ ซึ่งช่วยอุ่นอาหารได้อย่างสะดวกรวดเร็ว โดยใช้คลื่นไมโครเวฟ และเครื่องล้างจาน ซึ่งเป็นเครื่องทุ่นแรงที่ช่วยประหยัดเวลาของการประกอบกิจกรรมในครัวและช่วยให้งานสะอาดกว่าการล้างด้วยมือ นอกจากนี้ยังมีตู้เย็นและเครื่องซักผ้า ซึ่งต่างก็ถูกพัฒนาให้ใช้งานได้สะดวกขึ้นเรื่อยๆ ตามความต้องการของผู้บริโภค ดังจะเห็นได้จากตัวเลขการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวของครัวเรือนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 2,450 พันล้านครัวเรือน พบว่ามีผู้ใช้ตู้เย็นร้อยละ 67 ใช้เครื่องซักผ้าร้อยละ 18 และใช้เตาอบไฟฟ้าร้อยละ 5 ส่วนในต่างจังหวัดในเขตอำเภอเมือง ซึ่งมีจำนวน 1,384 พันล้านครัวเรือน พบว่ามีผู้ใช้ตู้เย็นร้อยละ 89 ใช้เครื่องซักผ้าร้อยละ 44 และใช้เตาอบไฟฟ้าร้อยละ 12 ของจำนวนครัวเรือนทั้งหมด¹ เทคโนโลยีการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวจึงได้ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและเพิ่มศักยภาพในเชิงการแข่งขันที่มีความรุนแรงขึ้นมากในปัจจุบัน เนื่องจากมีผู้นำเข้ามาจำหน่ายหลายรายและสภาพเศรษฐกิจที่ยังไม่ฟื้นตัวซึ่งทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง

เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวแบบฝัง (Built-in Kitchen Appliances) เป็นสินค้านวัตกรรมใหม่ที่เกิดขึ้นในต่างประเทศและถูกนำเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทยเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีฐานะทางการเงินในระดับปานกลางขึ้นไป และมีรูปแบบการดำรงชีวิตตามแบบอย่างวัฒนธรรมตะวันตก เนื่องจากประเทศทางตะวันตกเป็นผู้ริเริ่มใช้ชุดครัวและอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัว อันเป็นวัฒนธรรมการดำรงชีวิตที่ชาวตะวันตกเห็นว่ามีความเหมาะสม มีความสะดวกสบายและทำให้บ้านของตนเองมีความสวยงาม ซึ่งวัฒนธรรมอันนี้ได้เข้ามามีอิทธิพลอย่างมากต่อคนไทยในยุคปัจจุบัน เนื่องจากเป็นสิ่งสะท้อนถึงความเจริญทางด้านวัตถุและความทันสมัยในด้าน

¹ ไร่ไพ เกตุศิริ. “เครื่องใช้...ตัวบ่งชี้สถานะทางเศรษฐกิจ”. คู่แข่ง. 18,229 (มีนาคม 2540) : 76-77.

เทคโนโลยีช่วยให้การดำรงชีวิตมีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ความต้องการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวแบบฝังของผู้บริโภค ส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นไปที่ความสวยงาม และความสะดวกสบายในการใช้งาน โดยเฉพาะผู้บริโภคที่มีการดำรงชีวิตแบบเร่งรีบ ที่ต้องการใช้เครื่องอำนวยความสะดวกอันทันสมัย และตอบสนองการใช้งานได้อย่างรวดเร็ว สินค้าเหล่านี้ได้แก่² เตาไฟฟ้า (Electric Hob) เตาอบไฟฟ้า (Electric Oven) เตาอบไมโครเวฟ (Microwave) เครื่องดูดควัน (Hood) เครื่องล้างจาน (Dish washing machine) ตู้เย็น (Refrigerator) รวมทั้งเครื่องซักผ้า (Washing machine) ซึ่งก็นิยมใช้งานในห้องครัวเช่นกัน สินค้าเหล่านี้มีช่องทางการจัดจำหน่ายควบคู่ไปกับผู้ผลิตชุดครัว ซึ่งมีห้องแสดงสินค้า แสดงให้ผู้ซื้อเห็นชุดครัวและเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวในสถานที่ประกอบการของตนเองหรือในห้างสรรพสินค้า ร้านจำหน่ายเครื่องสุขภัณฑ์และเครื่องใช้ภายในบ้าน ร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า และห้างสรรพสินค้าที่มีชื่อเสียง รวมทั้งกลุ่มธุรกิจประเภทรับเหมาก่อสร้างและธุรกิจออกแบบตกแต่งภายใน

ในช่วงเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลงไปมาก เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจฝืดเคืองทั่วประเทศ ดังจะเห็นได้จากมูลค่าการนำเข้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านตั้งแต่ปี 2540 มีการนำเข้าเป็นมูลค่า 39,573.8 ล้านบาท ปี 2541 มีการนำเข้าเป็นมูลค่า 33,744.3 ล้านบาท และปี 2542 มีการนำเข้าเป็นมูลค่า 27,563.4 ล้านบาท³ ผู้ประกอบการทุกรายจึงต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในทุกรูปแบบ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการขาย สร้างกระแสความต้องการสินค้าประเภทนี้ให้กับผู้บริโภค สร้างชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือและความนิยมให้กับสินค้าของตนเอง เพื่อผลทางการตลาดในระยะยาว และรักษาส่วนแบ่งตลาดของตนเอง

ธุรกิจการขายเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวแบบฝังในจังหวัดเชียงใหม่ จัดว่าได้รับความนิยมไม่แพ้ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากมีกลุ่มคนจำนวนมากที่มีกำลังซื้อ โดยส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้ในระดับปานกลางขึ้นไป อีกทั้งความเจริญทางด้านวัตถุและการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของเศรษฐกิจในจังหวัดเชียงใหม่ ก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าที่มีเทคโนโลยีอันทันสมัยเหล่านี้ ทั้งนี้เพื่อยกระดับความสะดวกสบายของตนเองและเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำรงชีวิตของตนเองนำไปสู่วัฒนธรรมใหม่ในโลกอนาคต ปัจจุบันเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวที่แข่งขันกันทำการตลาดในจังหวัดเชียงใหม่ มีอยู่ 8 ยี่ห้อ ได้แก่ Teka, Electrolux, Smeg, Siemens, Eve, Bosch, Mille และ Ariston ซึ่งจัดจำหน่ายโดยกิจการที่เป็นผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ชุดครัวจำนวนมากกว่า 10 แห่ง ทั้งนี้บริษัทที่เป็นผู้ขายรายใหญ่และเป็นที่ยู่อักในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ บริษัท โฮมมีคิส จำกัด บริษัท เตก้า(ประเทศไทย) จำกัด บริษัท โมเดอรัน ฟอรัม จำกัด

²สมสมร สุพรรณทัศน์. ผู้จัดการสาขาเชียงใหม่ บริษัท เตก้า (ประเทศไทย) จำกัด. สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2543.

³ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจการค้า กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์. สถิติการนำเข้า. กรุงเทพฯ : 2543.

บริษัท อิเล็กทรอนิกส์ จำกัด และบริษัท ตนาวิวัฒน์เฟอร์นิเจอร์ จำกัด ซึ่งบริษัททั้ง 5 แห่ง ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่⁴

เนื่องจากเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวแบบฝังเป็นสินค้าสมัยใหม่ที่มุ่งเน้นความสะดวกสบายในการดำรงชีวิตของผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมปัจจุบัน ความต้องการซื้อสินค้าประเภทนี้จึงยังมีอยู่อย่างต่อเนื่อง แต่ในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำซึ่งส่งผลให้ยอดการนำเข้าเครื่องใช้ไฟฟ้าลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2540 เป็นต้นมา ประกอบกับภาวะการแข่งขันสูงในปัจจุบัน จึงเป็นที่น่าศึกษาอย่างยิ่งว่าจะมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดใดบ้างที่มีผลต่อการซื้อของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและเป็นพื้นฐานของการวางแผนการตลาดที่ครบวงจร ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวแบบฝังและผู้ที่สนใจในการนำผลการวิจัยที่ได้มาประกอบในการวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง นำไปสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการในที่สุด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวแบบฝังของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา

1. ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวแบบฝัง
2. เพื่อนำมาเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวแบบฝังและผู้ที่สนใจในการนำผลการวิจัยที่ได้ มาวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

⁴วรพจน์ เชาวดีมา. กรรมการผู้จัดการ บริษัท โฮมมิคซ์ จำกัด. สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2543.