

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภาวะเศรษฐกิจซบเซาทั่วโลกและเศรษฐกิจของประเทศไทย ผนวกกับปัจจัยลบจากความวุ่นวายทางการเมืองภายในประเทศ ทำให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่น มีการปรับพฤติกรรมการบริโภคโดยมีความระมัดระวังการใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น คาดการณ์ว่าสภาพการตลาดโดยรวมซบเซาไปจนถึงปลายปี พ.ศ. 2552 (ฐานเศรษฐกิจ, 2551: ออนไลน์)

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด สํารวจพฤติกรรมกรใช้จ่ายใช้สอยของคนกรุงเทพฯ จากกลุ่มตัวอย่าง 1,555 คน สํารวจระหว่างวันที่ 24 ตุลาคม – 4 พฤศจิกายน พ.ศ. 2551 พบว่า คนกรุงเทพฯ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 56.6 มีการปรับพฤติกรรม คือ ลดค่าใช้จ่ายในกิจกรรมสันทนาการ โดยเฉพาะการรับประทานอาหารนอกบ้าน ลด/งดการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคนั้นกลุ่มตัวอย่างลดซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย เพิ่มการตรวจสอบราคาก่อนซื้อ และเลือกสถานที่ซื้อ ทั้งนี้เพื่อให้ได้สินค้าคุณภาพดี และราคาประหยัด และจากพฤติกรรมกรประหยัดค่าใช้จ่ายของคนกรุงเทพฯ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างนั้นก่อให้เกิดโอกาสสำหรับหลากหลายธุรกิจ โดยหนึ่งในนั้นคือ ธุรกิจจำหน่ายสินค้ามือสอง ในช่วงเศรษฐกิจซบเซา นับว่าเป็นการส่งเสริมโอกาสกรจำหน่ายของสินค้ามือสอง ถ้าผู้บริโภครู้จักแหล่งที่จะซื้อ มีความสามารถในการเลือกซื้อ ก็จะทำให้มีโอกาสได้ใช้ของดีราคาประหยัด (ทันหุ้น, 2551: ออนไลน์)

ข้อมูลจากสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาแห่งประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ) ออกมาระบุว่า ช่วง 5 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2551 อัตราเงินเฟ้อในภาคชนบท อยู่ที่ประมาณร้อยละ 8 เทียบกับอัตราเงินเฟ้อในเมือง อยู่ที่ประมาณร้อยละ 5 และจากผลพวงของวิกฤติเงินเฟ้อครั้งนี้ ทำให้ผู้บริโภคจำนวนไม่น้อย เริ่มรัดเข็มขัดด้วยการหันมาเลือกซื้อสินค้าใช้แล้ว หรือของมือสอง ไปใช้กันมากขึ้น โดยเฉพาะของมือสองจำพวก เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า เข็มขัด และ เครื่องใช้ไฟฟ้า ที่ยังมีสภาพดีรวมทั้งสินค้าที่ยังไม่เคยผ่านการใช้มาก่อน แต่ดกรุ่น หรือมีตำหนิเล็กน้อย โดยนำมาลดราคาขายถูกกว่าสินค้าใหม่ตั้งแต้อ้อยละ 60-70 (บิสิเนสไทย, 2551: ออนไลน์)

กรจำหน่ายสินค้ามือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ นั้นมีการจำหน่ายกันมานานแล้ว โดยในระยะเริ่มแรกมีการวางจำหน่ายสินค้าตามริมทางเท้า แผงลอย และตามตลาดนัดต่าง ๆ เป็นที่รู้จักกันในชื่อ “ตลาดนัดเปิดท้าย ขายของ” โดยสินค้าส่วนใหญ่ที่ถูกนำมาขายจะเป็นสินค้าประเภทเสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า และเครื่องประดับต่าง ๆ ทั้งที่เป็นสินค้าแบรนด์เนม และสินค้า

แบรนด์ทั่วไป ที่เจ้าของเดิมนำมาจำหน่ายเพื่อหารายได้เพิ่มในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ ซึ่งกลุ่มลูกค้าที่มาซื้อจะเป็นกลุ่มผู้มีรายได้น้อยที่มีกำลังการซื้อจำกัด ไม่สามารถสินค้าที่มีราคาแพง จำเป็นต้องหาซื้อสินค้าที่สามารถใช้ประโยชน์ได้ในราคาที่ไม่แพงมากนักเป็นการทดแทน แต่ในปัจจุบันการจำหน่ายสินค้ามือสองในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ทั้งจำนวนผู้ขาย จำนวนผู้ซื้อ และแหล่งขายสินค้ามือสองก็เพิ่มมากขึ้นด้วย โดยแหล่งจำหน่ายสินค้ามือสองที่เป็นที่รู้จักในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ตลาดนัดถนนคนเดิน โดยเฉพาะถนนคนเดินท่าแพ ตลาดสันป่าข่อย กาดรินคำ ถนนอัษฎาธร ในส่วนที่เป็นร้านขายประจำ เช่น ร้านเดียน ร้านกั้งหัน และร้านอโลซาบริเวณสี่แยกกลางเวียง ร้านมาแรงสี่แยกสนามบิน เป็นต้น (พันทิพา วรวัฒน์วณิชย์, 2551: สัมภาษณ์)

จากการสำรวจตลาดการจำหน่ายชุดนักเรียนในเขตพื้นที่อำเภอเมืองเชียงใหม่ในช่วงก่อนเปิดภาคเรียนปีการศึกษา 2551 พบว่า บรรยากาศการจับจ่ายใช้สอยของประชาชนน้อยลง เน้นประหยัดกันมาก อย่างไรก็ตามจากการสำรวจกลับพบว่า บรรดาร้านขายเสื้อผ้ามือสองและรองเท้ามือสองกลับขายดีขึ้น ทั้งนี้ นายสมชาย คำณูณ เจ้าของร้านขายเสื้อผ้ามือสองย่านถนนอัษฎาธร ตำบลศรีภูมิ อำเภอเมืองเชียงใหม่ กล่าวว่า บรรยากาศการซื้อขายเสื้อผ้าชุดนักเรียนคึกคัก เพราะมีนักศึกษามาเลือกซื้อเสื้อและกางเกง รวมทั้งรองเท้าหนัง และรองเท้าผ้าใบกีฬามือสองจำนวนมากกว่าปีก่อน ๆ ซึ่งเหตุผลเพราะของเหล่านี้จะมีราคาถูกกว่าของใหม่หลายเท่าตัวแต่คุณภาพก็ยังใช้ได้ดี เพื่อเป็นการช่วยบรรเทาภาระกับผู้ปกครอง ประหยัดค่าใช้จ่าย และเชื่อว่าน่าจะเป็นรสนิยมใหม่ ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มวัยรุ่นด้วย (ไทยนิวส์, 2551:ออนไลน์)

จากการปรับลดพฤติกรรมกรซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย และหันมาให้ความสนใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในกรุงเทพฯ และความนิยมของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ในการซื้อเครื่องแต่งกายมือสองที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งที่ซื้อจากเจ้าของเดิมนำสินค้าที่ใช้แล้วมาขายต่อ และซื้อจากผู้ค้าส่งสินค้ามือสองนำมาจำหน่ายในแหล่งจำหน่ายต่าง ๆ ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเครื่องแต่งกายมือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับร้านจำหน่ายเครื่องแต่งกายมือสองในการวางแผนและปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเครื่องแต่งกายมือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเครื่องแต่งกายมือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวางแผนการตลาด และเป็นแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้จำหน่ายเครื่องแต่งกายมือสอง ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

นิยามศัพท์

พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อ หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกของผู้บริโภคที่เลือกซื้อสินค้า และปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค คำถามที่จะช่วยในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ ได้แก่ 1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย 2. ผู้บริโภคซื้ออะไร 3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ 4. ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ 5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด 6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน 7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร

ผู้บริโภค หมายถึง ลูกค้ายที่ซื้อเครื่องแต่งกายมือสองจากแหล่งจำหน่ายต่าง ๆ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

แหล่งจำหน่ายเครื่องแต่งกายมือสอง หมายถึง สถานที่จำหน่ายเครื่องแต่งกายมือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ ตลาดนัดถนนคนเดินถนนราชดำเนิน ถนนคนเดินหลังห้างคาร์ฟู ถนนคนเดินข้างโรงเรียนปรินส์ รอยัล วิทยาลัย ตลาดสันป่าข่อย กาดรินคำ ถนนอัษฎาธร ในส่วนที่เป็นร้านขายประจำ เช่น ร้านเด็ยน์ ร้านกั้งหัน และร้านอโลฮา บริเวณสี่แยกกลางเวียง และร้านมาแรงสี่แยกสนามบิน เป็นต้น (เชียงใหม่ร้อยแปด, 2551: ออนไลน์)

เครื่องแต่งกายมือสอง หมายถึง สินค้าประเภทเครื่องแต่งกายที่ผ่านการใช้มาแล้วโดยผู้บริโภค โดยสินค้านั้นยังอยู่ในสภาพที่ดี และได้นำสินค้านั้นมาเสนอขายให้แก่ผู้บริโภคคนอื่น ๆ ที่มีความพอใจและประสงค์จะซื้อเพื่อใช้บริโภคต่อไป โดยมากเป็นสินค้าที่ยังคงสภาพอยู่ภายหลังการใช้ ซึ่งในครั้งนี้จะทำการศึกษาเฉพาะสินค้าเครื่องแต่งกายที่เป็นเสื้อผ้ามือสอง รวมถึงสินค้ามือสองประเภทกระเป๋า รองเท้า เข็มขัด และหมวก ทั้งที่เจ้าของเดิมนำมาขายต่อ และที่ผู้ค้าส่งสินค้ามือสองนำมาจำหน่ายในแหล่งจำหน่ายต่าง ๆ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่