

บทที่ 3

การตลาดของอาวุธปืน

3.1 กลยุทธ์การตลาดของร้านค้าอาวุธปืน

ในประเทศไทยการค้าอาวุธปืนของร้านค้าอาวุธ ต้องอาศัยโควต้าเฉพาะ ดังนั้นจึงทำให้ในแต่ละปีของแต่ละร้านสามารถจำหน่ายปืนสั้นและปืนยาวได้จำนวนไม่มากนัก หากการค้าอาวุธของร้านใดไม่สามารถจำหน่ายได้หมดในปีใด ๆ จะมีผลทำให้โควต้าของปีถัดไปลดลงตามไปด้วย ปัจจุบันทั่วทั้งประเทศโควต้าร้านค้าอาวุธปืนจะมีอยู่ประมาณ 300 โควต้าเท่านั้น แต่ด้านความต้องการซื้ออาวุธปืนของกลุ่มผู้ให้ความสนใจ หรือกลุ่มผู้บริโภคจะมีอยู่ตลอดเวลาเช่นเดียวกับสินค้าทั่วไป หากแต่จำนวนของบุคคลในกลุ่มนี้ค่อนข้างจะมีไม่มากจำกัดอยู่ในเฉพาะกลุ่ม แม้ว่าขั้นตอนการขออนุญาตซื้ออาวุธปืนจะถูกกำหนดจากทางราชการให้มีความซับซ้อนและให้มีหลายขั้นตอน แต่สิ่งที่พบปรากฏว่าร้านค้าอาวุธปืนสามารถจำหน่ายแก่ลูกค้าที่มีความสนใจสั่งซื้ออยู่ตลอดเวลาเช่นกัน

อย่างไรก็ตาม การค้าอาวุธปืน (ยกเว้นการค้าระดับชาติ หรือระดับกองทัพที่ต้องจัดหาซื้ออาวุธคราวละมาก ๆ เพื่อนำมาใช้เป็นอาวุธประจำกายของตำรวจ ทหาร) ในมุมมองของผู้บริโภคหรือประชาชนทั่วไป ยังเป็นเรื่องที่ค่อนข้างไม่เปิดเผยชัดเจนมากนัก ตำราการตลาดเกี่ยวกับอาวุธปืน แทบไม่ปรากฏให้เห็นในสายตาผู้บริโภค มีเพียงนิตยสารวารสารไม่กี่ฉบับที่ผลิตออกมาให้ผู้สนใจได้รับข่าวสาร และมีอาจมีบทความเกี่ยวกับอาวุธผ่านทางหนังสือพิมพ์รายวันอยู่บ้างแต่ก็ไม่บ่อยนัก จึงคล้ายกับตลาดด้านอาวุธปืนเป็นเรื่องเฉพาะกลุ่ม หรือเฉพาะผู้ที่มีฐานะทางสังคมและทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ความเป็นจริงแล้วการตลาดของอาวุธปืนนั้นเป็นไปในลักษณะค่อนข้างหลากหลาย กล่าวคือ กลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสนใจเพื่อนำไปใช้ในการป้องกันชีวิตและทรัพย์สิน กลุ่มที่ต้องการอาวุธเพื่อนำไปใช้ในการกีฬา กลุ่มที่ต้องการมีอาวุธปืนไว้ในครอบครองเพื่อการสะสม และกลุ่มที่มีหน้าที่การทำงานเกี่ยวข้องกับการใช้อาวุธปืน เป็นต้น

ในสภาวะเศรษฐกิจของประเทศที่ตกต่ำ จำเป็นต้องอาศัยความช่วยเหลือจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ มีการกล่าวอธิบายกันว่า ก่อนที่ภาวะเศรษฐกิจของประเทศจะเป็นเช่นปัจจุบันนี้กลุ่มบุคคลที่มีฐานะการเงินดีต่างจะพากันไปซื้อทองไว้เป็นเครื่อง

ระดับกาย เพื่อแสดงให้เห็นถึงความร้าย ความสมฐานะ เมื่อมีทองก็ต้องซื้ออาวุธปืนเอาไว้เพื่อป้องกันชีวิตและทรัพย์สินของตนเองไม่ให้โจรผู้ร้ายมาคุกคามจี้ปล้นได้ เนื่องจากในปัจจุบันมีผู้คนตกงาน เป็นยุคแห่งความฝืดเคืองทางเศรษฐกิจการหารายได้เป็นไปได้ค่อนข้างยากกว่าแต่ก่อน จึงทำให้ยุคนี้เป็นยุคที่มีอาชญากรรมสูงมาก กลยุทธ์ในการค้าอาวุธปืนของร้านค้าปืนจึงถูกนำมาใช้ด้วยกลวิธีที่หลากหลาย เพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดแก่ผู้บริโภคดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) อาวุธปืนนั้นมีหลายชนิด สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มประเภทคือ อาวุธปืนสั้น และอาวุธปืนยาว ซึ่งแต่ละประเภทก็มีหลายยี่ห้อ กล่าวคือ อาวุธปืนยาวมียี่ห้อที่น่าสนใจหลายยี่ห้อ ประกอบด้วย ลูกกรวด อันชุตส์ เออร์มา ลูกกรวดซีแซด ลูกซองแผลดสเตฟาโน ลูกซองไบคาล ลูกกรวดครูเกอร์ ลูกซองเรมิงตัน วินเชสเตอร์ เบนลีย์ อีซาก้า เป็นต้น ในขณะที่อาวุธปืนสั้นก็มียี่ห้อที่น่าสนใจหลายยี่ห้อ ประกอบด้วย สมิธแอนด์เวสตัน โคลท์ เบเรตต้า บราวนิง กล๊อค นอริงโก้ วอลเธอร์ ซิกเซาเออร์ เป็นต้น ซึ่งปืนยี่ห้อต่าง ๆ ข้างต้นของแต่ละชนิด จะมีหลากหลายรุ่นและแบบ เพราะบางยี่ห้อจะมีวิวัฒนาการการผลิตมาก่อนช้านาน จึงทำให้เกิดอาวุธปืนหลายรุ่น ดังเช่นยี่ห้อ สมิธแอนด์เวสตัน ที่บุคคลทั่วไปเริ่มให้ความสนใจและรู้จักเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตามการเพิ่มประสิทธิภาพขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์การนำไปใช้ของผู้บริโภค ดังนั้นความแตกต่างด้านนี้แม้ว่าจะมีความเด่นชัดเพิ่มขึ้นอยู่ตลอดเวลา แต่การแข่งขันด้านการตลาดปืนก็มีส่วนทำให้ผู้ผลิตรายอื่น หรือผู้ผลิตยี่ห้ออื่นต่างก็พยายามปรับปรุงประสิทธิภาพปืนของตนเองมิให้ด้อยไปกว่าบริษัทคู่แข่ง ทั้งนี้เพราะผู้ผลิตต่างมีทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการอาวุธปืน ต้องมีองค์ประกอบ 3 ประการครบครัน คือ 1) ต้องเป็นปืนที่มีคุณภาพ 2) ต้องเป็นปืนที่ให้ความแม่นยำในการยิงสูง และ 3) ปืนนั้นต้องสร้างความไว้วางใจให้แก่ผู้ถือ หากแต่ละบริษัทจะมุ่งเน้นไปที่องค์ประกอบใดก่อน หรือให้ความสำคัญมากน้อยเพียงไร จะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการใช้งาน เช่น ถ้าผลิตขึ้นมาเพื่อเป็นอาวุธสำหรับการยิงในเกมสกีพาย่อมต้องการความแม่นยำสูง ความไว้วางใจอาจเป็นองค์ประกอบที่รองลงมา ทั้งนี้เพื่อไม่ให้เกิดป็นขัดข้องในระหว่างการแข่งขัน ส่วนคุณภาพของปืนอาจไม่จำเป็นมากนัก เพราะวัตถุประสงค์ของปืนเพื่อการกีฬาไม่จำเป็นต้องการทำลายเป้าหมายมากนัก เป็นต้น

กลุ่มผู้ผลิตต้องการกำหนดคุณสมบัติของอาวุธปืนให้ได้รับความนิยมนิยมในหมู่ผู้บริโภคที่นิยมปืนนั้น จะต้องพยายามมุ่งเน้นไปที่การผลิตให้ได้อาวุธที่มีความสวยงาม

ความคงทน ตลอดจนถึงรูปแบบที่ต้องใช้งานที่ง่าย อะไหล่ต้องหาง่ายในห้องตลาด และ ประการสำคัญคือ ต้องมีความปลอดภัยในการใช้สูงสุด เป็นองค์ประกอบเสริมจากประสิทธิภาพที่แต่ละรุ่นแต่ละยี่ห้อมิได้ครบถ้วน

2. ด้านราคา (Price) เมื่อเทียบรุ่นต่อรุ่นของอาวุธปืนประเภทเดียวกัน องค์ประกอบของอาวุธปืนแต่ละรุ่นแต่ละยี่ห้อจะเป็นสิ่งกำหนดเรื่องราคา ประกอบด้วย ขนาดปืนที่ใหญ่กว่า ปืนมีความแข็งแรงแตกต่างกัน รังเพลิง/ท้ายลำกล้องหนาหรือบาง วัสดุที่นำมาใช้ประกอบปืน และความแม่นยำในการยิง แต่ในด้านความรู้สึกของบุคคลทั่วไปจะเข้าใจว่าอาวุธปืนราคาค่อนข้างสูง เพราะผลิตจากต่างประเทศ ต้องเสียภาษี และที่สำคัญ จำนวนปืนที่นำมาจำหน่ายของแต่ละร้านก็ค่อนข้างน้อย ทำให้ราคาของอาวุธปืนสูงจนทำให้บุคคลทั่วไปที่มีฐานะทางเศรษฐกิจระดับปานกลางถึงต่ำไม่สามารถซื้อไว้ครอบครองได้ เมื่อพิจารณาแล้วจะถูกต้องในระดับหนึ่งเท่านั้น แต่ไม่ใช่ปัญหาและอุปสรรคในการหาซื้อของบุคคลทั่วไปแต่ประการใดด้วยเหตุว่าปืนในตลาดอาวุธปืนมีหลากหลายชนิด หลากหลายยี่ห้อ และผลิตจากหลายประเทศแตกต่างกันไปตามยี่ห้อ จึงมิให้เล็งค่อนข้างหลากหลาย แต่ประการสำคัญราคาของอาวุธปืนที่ต่ำอาจจะมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพปืนที่ด้อยตามไปด้วย อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทก็มีผลกระทบต่อราคาของอาวุธปืนด้วยเช่นกัน แต่ทั้งนี้อาจขึ้นอยู่กับวิธีการคำนวณราคาอาวุธปืนของแต่ละร้าน หรือหากร้านค้าอาวุธใดสามารถทำการตลาดได้ดี คือสามารถเลือกอาวุธที่ถูกใจผู้บริโภค ทำให้อาวุธปืนตกค้างอยู่ในร้านไม่นาน

จากรายละเอียดข้างต้นสรุปได้ว่า ราคาของอาวุธปืนที่จำหน่ายในตลาดอาวุธนั้น จะขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ อัตราแลกเปลี่ยนเงิน และกลยุทธ์การตลาดของร้านค้าอาวุธปืน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นวิถีของสินค้าจะเคลื่อนย้ายเปลี่ยนมือหรือแลกเปลี่ยนความเป็นเจ้าของ จากผู้ผลิตไปยังร้านค้าอาวุธปืนที่เป็นตัวแทนจำหน่าย หรือผู้นำมาจำหน่ายเพื่อไปสู่ผู้บริโภค การเลือกช่องทางจำหน่ายเพื่อให้สะดวกแก่ผู้บริโภคเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ แต่ช่องทางการจัดจำหน่ายของอาวุธปืนนั้นค่อนข้างจะมีข้อแตกต่างไปจากสินค้าชนิดอื่น ๆ เพราะไม่สามารถนำ หรือเคลื่อนย้ายไปแสดงประสิทธิภาพได้ง่ายเหมือนกับสินค้าอื่น ๆ หรือไม่อาจเสนอขายในระบบขายตรงได้ แต่ร้านค้าอาวุธก็มีได้ละความพยายามในการหาช่องทางจำหน่ายให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ โดย

ร้านค้าอาวูรป็นจะมีรูปแบบที่นิยมใช้เพื่อเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายกันหลายวิธี ประกอบด้วย เป็นผู้ให้การสนับสนุนหรืออุปการะคุณ การแข่งขันยิงปืนในสนามสถานฝึกยิงปืน ทั้งนี้ในแต่ละเดือนของในแต่ละภาคจะมีการจัดการแข่งขันยิงปืนในสนามฝึกยิงปืนที่มีอยู่ทั่วไป นำอาวูรป็นไปทำการทดสอบให้แก่ผู้สนใจชมที่สนามยิงปืน หรืออาศัยช่องทางการจำหน่ายผ่านบุคคลที่มีชื่อเสียงเพื่อช่วยกระตุ้นตลาดอาวูรป็นผ่านนิตยสารที่มีชื่อเป็นการสร้างความยอมรับอาวูรป็นในรุ่นนั้น ๆ ได้อีกด้วย รวมทั้งทำการสนับสนุนนักเขียนให้ลงบทความเกี่ยวกับอาวูรป็นแต่ละรุ่น แต่ละประเภท ด้วยการเป็นผู้สนับสนุนข้อมูลให้แก่นักเขียน แม้ว่าการกระทำดังกล่าวของร้านค้าอาวูรจะมีใช้การขายโดยตรง แต่ก็ยังเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายวิธีการหนึ่งของร้านค้าอาวูรป็น

นอกจากนี้ โควต้าปืนสามารถนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้วยการสร้างแรงจูงใจให้ผู้สนใจอาวูรป็นเข้ามาซื้อ ทั้งนี้แม้ว่าอาวูรป็นบางรุ่น บางยี่ห้อจะมีราคาค่อนข้างสูงมากก็ตามสามารถขายได้คล่อง เหตุเพราะโควต้าแต่ละร้านปืนมีน้อย การสั่งนำอาวูรป็นเข้ามาได้ 5-10 กระบอกต้องประสบกับปัญหาและความยุ่งยากในขั้นตอนนำเข้า แต่สามารถจำหน่ายได้หมดอย่างรวดเร็ว

4. ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion) คือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ให้หันมาใช้สินค้าชนิดใด ๆ ที่ต้องการ ด้วยการโน้มน้าวชักจูงให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคสินค้าของบริษัท รวมทั้งสามารถช่วยเตือนความจำแก่ผู้บริโภค วิธีการส่งเสริมการจำหน่าย มีดังนี้ การลด แลก แจก แถม การประชาสัมพันธ์จะช่วยให้ไปสู่การสร้างภาพพจน์ที่ดี และสร้างความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพ ชื่อเสียงของสินค้าที่ทำการส่งเสริมการขาย สินค้าที่เป็นอาวูรป็นก็เช่นเดียวกันต้องมีการจัดทำส่งเสริมการจำหน่ายเข้าช่วยกระตุ้นการซื้อสินค้าของผู้บริโภค แต่อาวูรป็นมีข้อจำกัดในการจัดการส่งเสริมการขายจึงทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถหาซื้อได้ง่ายจากท้องตลาด ร้านค้าอาวูรจึงต้องอาศัยกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งบางครั้งจะปะปนไปกับช่องทางการจัดจำหน่าย เพราะวิธีการที่กล่าวถึงแล้วนั้น ร้านค้าอาวูรจำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์สินค้าของตนเองไปด้วยเสมอ และมักเสนอรูปแบบการส่งเสริมการจำหน่ายแทรกไปด้วยเสมอ

การส่งเสริมการจำหน่ายที่นิยมจัดของร้านค้าอาวุธปืน ประกอบด้วย

1. ให้บริการใช้สนามฝึกซ้อม ที่มีอุปกรณ์ครบครัน
2. บริการอบรมลูกค้าที่ยังไม่มีความชำนาญการใช้อาวุธปืน โดยวิทยากรที่มีประสบการณ์และความชำนาญ
3. ลดราคาเป็นกรณีพิเศษ โดยมีเงื่อนไข
4. ให้นำส่งเข้าอาวุธปืนทุกชนิดจากต่างประเทศด้วยราคาบริการไม่สูงนัก
5. มีอาวุธปืนหลากหลายยี่ห้อให้เลือก
6. ให้บริการรับซ่อมปืนที่ขัดข้องด้วยราคาไม่สูง
7. ให้บริการข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับอาวุธปืนที่สนใจ
8. รับแลกเปลี่ยนปืนเก่า หรือรับเปลี่ยนอุปกรณ์ปืนกับลูกค้า

จะเห็นได้ว่าการส่งเสริมการจำหน่ายของร้านค้าอาวุธปืนจะมีไม่หลากหลายนัก แต่เพราะร้านค้าอาวุธปืนในแต่ละจังหวัดมีจำนวนมาก จะเว้นแต่ในเขตกรุงเทพมหานคร หรือจังหวัดใหญ่ ๆ ในแต่ละจังหวัด การแข่งขันไม่รุนแรง และประการสำคัญลูกค้าที่มาใช้บริการมักเป็นผู้ที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับอาวุธปืน หรือได้รับการแนะนำจากเพื่อนญาติพี่น้องที่ให้ความสนใจในอาวุธปืน

3.2 ผู้บริโภคกับอาวุธปืน

ผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการใช้อาวุธปืน เช่น ทหาร ตำรวจ ที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับคุณภาพของอาวุธปืนเพื่อการทำลาย หรือทำร้ายฝ่ายตรงที่เป็นศัตรู แต่ประชาชนทั่วไปมักให้ความสนใจไปในลักษณะที่แตกต่างออกไป กล่าวคือ เพื่อใช้ในการป้องกันทรัพย์สิน เพื่อการกีฬา และเพื่อการสะสม กลุ่มหลังนี้จึงให้ความสนใจในเรื่องทั่ว ๆ ไป สนใจด้านความสวยงาม สนใจเกี่ยวกับอายุของปืน เป็นต้น

ปัจจุบันผู้บริโภคนิยมใช้อาวุธปืนเพื่อการกีฬาเป็นส่วนมาก ดังจะสังเกตได้จากสนามยิงปืนทั่วไปจะจัดให้มีบริการการแข่งขันยิงปืนเพื่อแข่งขันชิงรางวัล หรือเพื่อความสนุกสนาน รวมถึงการทดสอบปืนแต่ละรุ่นเพื่อศึกษาถึงประสิทธิภาพ จึงเหมาะสำหรับผู้ต้องการสะสมอาวุธปืน นอกจากนี้ผู้บริโภคยังต้องการใช้อาวุธปืนในการป้องกันทรัพย์สิน แต่จะใช้เมื่อยามจำเป็น เพราะกฎหมายของประเทศไทยระบุว่ายิงคนเสียชีวิตภายในบ้าน

ตนเองต้องมีความคิด แต่การมีอาวุธปืนไว้ครอบครองเป็นการสร้างความอบอุ่นให้แก่เจ้าของอาวุธปืน และปกป้องชีวิตและทรัพย์สิน อย่างไรก็ตามอาวุธปืนนั้นเป็นสิ่งอันตรายบุคคลผู้พกอาวุธปืนควรผ่านการฝึกอบรมมาอย่างมีประสิทธิภาพ ควรฝึกการใช้อาวุธปืนขั้นพื้นฐาน การป้องกันตัวด้วยหลักสูตรมาตรฐาน เพราะการใช้อาวุธปืนที่ขาดการระมัดระวังอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อตนเองและชุมชนได้

ความสนใจของผู้บริโภคซึ่งแก่นักเล่นปืนทั้งเพื่อสะสม และเพื่อใช้ป้องกันตัวค่อนข้างจะคล้ายคลึงกัน จากการสังเกตพฤติกรรมผู้บริโภคอาวุธปืนทั่วไปสามารถสรุปความสนใจ การใช้อาวุธปืนในระยะเริ่มต้น และการใช้อาวุธปืนในปัจจุบัน ได้ดังนี้

1. ความสนใจ ผู้บริโภคอาวุธปืนจะมีความสนใจมาจากบุคคลใกล้ชิดเคียง อาทิ ปู่ หรือ บิดา หรือญาติพี่น้อง หากญาติพี่น้องนั้นเป็นข้าราชการในฝ่ายปกครองจำเป็นต้องใช้อาวุธปืนเป็นอุปกรณ์สำหรับการปฏิบัติงาน จะทำให้บุคคลใกล้ชิดเคียงให้ความสนใจเพิ่มมากขึ้น ผู้บริโภคจะเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับ รับรู้ และได้รับ โอกาสในการเรียนรู้การใช้อาวุธปืน

2. เมื่อผู้บริโภคให้ความสนใจเกี่ยวกับอาวุธปืนแล้ว จะเริ่มค้นหาข้อเท็จจริงทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพ การใช้ การดูแลรักษา และรายละเอียดการทดสอบที่น่าสนใจตามรายการต่าง ๆ ที่ปรากฏในนิตยสาร หรือหนังสือเกี่ยวกับอาวุธปืน เมื่อมีความมั่นใจเกี่ยวกับอาวุธเพราะมีความรู้ความเข้าใจในระดับหนึ่งแล้ว จะพยายามแสวงหาโอกาสให้ตนเองได้มีอาวุธในครอบครอง โดยการขออนุญาตจากราชการเพื่อซื้ออาวุธปืนมาครอบครอง แต่ปรากฏว่าผู้บริโภคส่วนหนึ่งที่บิดา หรือญาติผู้ใหญ่เป็นข้าราชการฝ่ายปกครองมักจะมอบอาวุธปืนให้แก่บุตรหลานหากเห็นว่ามี ความสนใจ การได้รับมอบอาวุธปืนในลักษณะดังกล่าว มักจะได้รับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับข้อควรระวังในการครอบครองอาวุธปืน

3. การใช้อาวุธปืนในปัจจุบัน ผู้บริโภคที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับอาวุธมานานแล้วสามารถจำแนกความสนใจในการใช้อาวุธปืนได้เป็น 4 กลุ่มหลัก กล่าวคือ มีอาวุธปืนไว้ใช้เพื่อการป้องกันทรัพย์สิน หรือป้องกันตัว มีอาวุธปืนไว้ใช้เพื่อการกีฬา มีอาวุธปืนเพื่อการกีฬาและนำไปใช้ประโยชน์ด้านป้องกันดูแลทรัพย์สิน กรณีการมีอาวุธปืนในลักษณะสะสม กลุ่มนี้มักจะมีอาวุธปืนจำนวนมากแต่ละชนิดอาจเป็นปืนที่ผลิตมานานแล้ว เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การใช้อาวุธปืนของผู้บริโภคทุกกลุ่มที่กล่าวถึงนั้น จำเป็นต้องได้รับการฝึกฝนเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้ควรให้ความเอาใจใส่กับบุคคลในครอบครัวให้มีความ

ระมัดระวังในอาวูรป็น หรือควรให้ทุกคนได้เรียนรู้ถึงการใช้อาวูรป็น เพื่อลดอันตรายที่อาจเกิดขึ้นได้จากอุบัติเหตุเพราะรู้เท่าไม่ถึงการณ์

จากรายละเอียดของผู้บริโภคอาวูรป็นที่กล่าวถึงข้างต้น แสดงให้เห็นว่าความสนใจอาวูรป็นมักจะเริ่มจากบุคคลใกล้ชิดเคียง การครอบครอง การใช้ และการดูแลรักษา เว้นแต่บุคคลที่ต้องปฏิบัติหน้าที่ที่ต้องใช้อาวูรป็นประจำ ความสนใจอาจเปลี่ยนไปจากกลุ่มผู้บริโภคที่กล่าวถึงข้างต้น

3.3 ขั้นตอนการซื้ออาวูรป็น

การที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งต้องการซื้ออาวูรป็นไว้ในครอบครองว่ามีขั้นตอนสามารถจะหาซื้อมาครอบครอง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสองฝ่าย คือฝ่ายผู้จำหน่าย และฝ่ายของผู้ซื้อ ซึ่งแต่ละฝ่ายจะมีข้อจำกัดในการการซื้อและการจำหน่ายตามที่กฎหมายกำหนด กล่าวคือ

ผู้ที่ต้องการซื้ออาวูรป็นไว้ในครอบครองจะต้องเตรียมเอกสารและปฏิบัติตามระเบียบขั้นตอนต่าง ๆ ของทางราชการอย่างเคร่งครัด ณ ที่ว่าการอำเภอท้องถิ่นอาศัยอยู่ปัจจุบัน ต้องปฏิบัติหรือมีหลักฐาน ดังต่อไปนี้

1. บัตรประจำตัวประชาชน สำเนาทะเบียนบ้าน (ฉบับจริงพร้อมสำเนา) ของผู้จะซื้ออาวูรป็น
2. หลักฐานด้านการประกอบอาชีพ อาทิ หนังสือประกอบการบริการ ห้าง หรือร้าน หากเป็นลูกจ้างหรือรับจ้าง ต้องมีหนังสือรับรองจากผู้มีอำนาจในกิจการ หรือเจ้าของกิจการ แล้วแต่กรณี
3. หากมิได้ประกอบอาชีพในสถานประกอบการดังเช่นข้อ 2. ต้องมีเอกสารประกอบตามที่อ้างอิง อาทิ ทำสวน ทำไร่ ติดต่อกำขายที่ดิน หรือค้าขายย่อยโดยไม่ได้จดทะเบียน ต้องนำหลักทรัพย์เช่น โฉนดที่ดิน ใบรับรองเงินฝากธนาคาร หรือหลักฐานอื่นไปประกอบการพิจารณา
4. นำเอกสารไปยื่นแผนกอาวูรป็น ณ ที่ว่าการอำเภอท้องถิ่นที่ตนมีภูมิลำเนาอยู่ตามสำเนาทะเบียนบ้าน และจะต้องเป็นผู้อาศัยอยู่ในภูมิลำเนานั้นมาแล้วไม่น้อยกว่าหกเดือน เขียนคำร้องแบบ ป.1 เข้าหน้าที่ตรวจสอบเอกสารถูกต้อง พิมพ์มือส่งกองทะเบียนประวัติอาชญากรรม ตรวจสอบประวัติตามขั้นตอน

5. เมื่อพิจารณาแล้วเห็นว่าสมควรให้จัดซื้อได้ จะถูกผ่านขั้นตอนไปให้นายทะเบียนท้องถิ่น (นายอำเภอ) ดำเนินการพิจารณาอนุมัติใบ ป.3 ใบ ป.3 นั้นมีจำนวนทั้งหมด 3 ตอน ตอนแรกเป็นการออกค้นขั้วยืนยันว่าอนุมัติให้ซื้อปืนชนิดอะไร ขนาดใด และจำนวนเท่าไร ตอนที่ 2 และตอนที่ 3 จะประทับตราว่าพ่อค้าให้ผู้ยื่นคำร้องนำไปซื้อปืนกับทางร้านค้าปืนที่ได้รับอนุญาต ดังนั้นเมื่อร้านค้าปืนได้รับใบอนุญาต ป.3 ก็สามารถขายปืนให้ได้และร้านค้าจะต้องขายตามที่ระบุชนิด ขนาด และจำนวนตามใบอนุญาตเท่านั้น

6. ทางร้านค้าอาวุธปืนจะนำใบเอกสาร ป.3 ทั้ง 2 ตอนไปแยกหรือตัดเอกสารตอนที่ 2 และตอนที่ 3 ออกจากกันยังที่ว่าการอำเภอที่ทางร้านค้าได้จดทะเบียนไว้ ทั้งนี้เพื่อทางราชการจะเอกสารหลักฐานนี้ไปตัดจำนวนโควตาของร้านผู้จำหน่าย พร้อมจะออกใบคู่มือให้ลูกค้า 1 ฉบับ เพื่อใช้แทนใบ ป.3 ทั้ง 2 ตอนดังกล่าว

7. สุดท้าย ทางร้านค้าจะแนะนำให้ลูกค้านำใบคู่มือฉบับดังกล่าวไปขึ้นใบ ป.4 ณ ที่ว่าการอำเภอที่ตนเองได้ไปติดต่อในขั้นต้น เมื่อได้รับใบ ป.4 แล้วแสดงว่าบุคคลผู้นั้นได้ใบครอบครองปืนที่ถูกต้องตามกฎหมาย

จะเห็นได้ว่าขั้นตอนการซื้ออาวุธปืนของผู้บริโภคจะต้องปฏิบัติตามขั้นตอนตามที่ราชการกำหนดไว้โดยเคร่งครัด แต่มักพบเสมอว่าร้านจำหน่ายอาวุธปืนยังคงมีลูกค้าสนใจสั่งซื้ออยู่ตลอดเวลา ร้านค้าก็จะมีจำนวนโควตาอาวุธปืนจำหน่ายในแต่ละปีจำนวนไม่มากนัก ผู้วิจัยจึงมีความสนใจทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้ออาวุธปืนของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่