

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าได้เข้ามามีบทบาทในฐานะสิ่งอำนวยความสะดวกในครัวเรือน และได้กลายเป็นปัจจัยหนึ่งในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ทำให้ความต้องการสินค้าประเภทนี้ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น จากสถิติการนำเข้าเครื่องใช้ไฟฟ้าจากต่างประเทศของไทย ในปี 2542 – 2543 พบว่า ประเทศไทยได้มีการนำเข้าเครื่องใช้ไฟฟ้าจาก 10 ประเทศ โดยในปี 2542 มีมูลค่าการนำเข้าเครื่องใช้ไฟฟ้า 30,818.3 ล้านบาท และในปี 2543 การนำเข้าเพิ่มขึ้นเป็น 36,210.6 ล้านบาท คิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.50 ของปี 2542 (ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจการค้า, 2544)

จากแนวโน้มการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นของปริมาณการนำเข้าเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นเหตุให้มีการใช้กลยุทธ์เพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดในรูปแบบต่างๆ ทั้งการจำหน่ายสินค้าด้วยระบบเงินผ่อน เพื่อให้บริการแก่ผู้บริโภคที่ไม่สามารถชำระค่าสินค้าด้วยเงินสดได้ทันที โดยในปี 2544 มูลค่าการจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าที่อยู่ในลักษณะของการซื้อด้วยระบบเงินผ่อนคิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 60 อีกร้อยละ 40 เป็นการซื้อด้วยเงินสด (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2546) ซึ่งในแต่ละเดือนจะมีผู้บริโภคกลุ่มหนึ่งที่ไม่สามารถแบกรับภาระค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นจากการเช่าซื้อได้ จึงได้นำสินค้านี้ดังกล่าวมาขายต่อ ทำให้เกิดตัวกลางสำหรับการซื้อ-ขายขึ้น ทั้งร้านรับซื้อ-ขายแลกเปลี่ยนของเก่า หรือแม้กระทั่งโรงรับจำนำของทั้งภาครัฐและเอกชนทั่วไป รวมไปถึงสินค้าจากผู้ที่ต้องการเปลี่ยนเครื่องใช้ไฟฟ้าชิ้นใหม่ สินค้าที่ผู้ใช้สินค้าเดิมไม่ต้องการแล้ว หรือแม้กระทั่งต้องการใช้เงินด่วน เป็นต้น

ธุรกิจจำหน่ายสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสองจึงได้เกิดขึ้น เพื่อสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการสินค้า แต่มีงบประมาณอยู่จำกัด จากข้อมูลกองทะเบียนสถานีตำรวจนครบาลช้างเผือก(2546) ในช่วงเดือนมกราคมถึงมิถุนายนพบว่า มีร้านค้าเอกชนที่จำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสองในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่จำนวน 26 ร้าน โดยมีแหล่งใหญ่อยู่บริเวณประตูช้างเผือก และร้านค้าเหล่านี้มีทรัพย์สินหลุดจำนำประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าที่อยู่ในทะเบียนรายการจำนวน 2,992 รายการ ประกอบกับข้อมูลงบประมาณ สำนักการคลัง เทศบาลนครเชียงใหม่ (2546) ในช่วงระยะเวลาครึ่งปีแรกของปี 2546 พบว่ามีทรัพย์สินหลุดจำนำประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า จำนวน

มากกว่า 20 ชนิด รวมกว่า 314 รายการ ที่รอการขายทอดตลาด ซึ่งจะจัดให้มีการประมูลในทุกๆวันเสาร์ของเดือนสลับกันไปตาม สถานธนานุบาลของเทศบาลทั้ง 3 แห่ง ได้แก่ สถานธนานุบาลเทศบาลนครเชียงใหม่ 1 (ถนนท่าแพ) สถานธนานุบาลเทศบาลนครเชียงใหม่ 2 (ประตูเชียงใหม่) และสถานธนานุบาลเทศบาลนครเชียงใหม่ 3 (ประตูช้างเผือก)

ทั้งนี้ จากภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ประกอบกับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นของธุรกิจ ดังจะเห็นได้จาก จำนวนร้านค้าจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสองที่เพิ่มขึ้น โดยจำนวนร้านค้าในปี 2546 เมื่อเทียบกับปี 2540 พบว่ามีจำนวนเพิ่มขึ้น 6 ร้านคิดเป็นอัตราส่วนเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 30 ของปี 2540 (กองทะเบียนสถานีตำรวจภูธรตำบลช้างเผือก, 2546) จึงเป็นเหตุให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาว่า ประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่มีพฤติกรรมในการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสองอย่างไร และมีปัญหาอะไรบ้างในการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสอง เพื่อเป็นแนวทางสำหรับร้านค้าจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสอง และสถานธนานุบาลเทศบาลนครเชียงใหม่ ในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับสภาพความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

#### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษาพฤติกรรมการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสองของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่
2. ศึกษาปัญหาในการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสองของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

#### ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสองของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่
2. ทำให้ทราบถึงปัญหาในการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสองของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่
3. เป็นแนวทางสำหรับร้านค้าจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสองและสถานธนานุบาลเทศบาลนครเชียงใหม่ สามารถนำไปวางแผน และปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

## นิยามศัพท์

**ผู้บริโภค** หมายถึง ผู้ที่มาเลือกซื้อสินค้า มีความตั้งใจ และต้องการที่จะซื้อสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสองจากร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสอง และสถานธนานุบาลในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำไปใช้เอง

**เครื่องใช้ไฟฟ้ามือสอง** หมายถึง หมายถึง เครื่องจักรหรือเครื่องยนต์ที่ใช้ไฟฟ้าเป็นจุดกำเนิดของการทำงาน เพื่อใช้อำนวยความสะดวกแก่มนุษย์ในด้านต่างๆ ที่ผ่านการใช้งานมาแล้วระยะเวลาหนึ่ง เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เครื่องเสียง ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องดูดฝุ่น เครื่องทำน้ำร้อน เครื่องบดผสมอาหาร เป็นต้น

**พฤติกรรมการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสองของผู้บริโภค** หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกมาในการแสวงหาสำหรับการซื้อ การใช้ และการประเมินในคุณสมบัติของเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสองที่ผู้บริโภคคาดหวังว่าจะทำให้ความต้องการของตนเองได้รับความพอใจสูงสุด