

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและปัญหาในการวิจัย

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นศูนย์กลางความเจริญของภาคเหนือ และนับว่าเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับสอง รองจากกรุงเทพมหานคร จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (2530-2534) ได้กำหนดบทบาทในการพัฒนาให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของธุรกิจการค้า การบริการ และการท่องเที่ยวของภาคเหนือตอนบน เพื่อให้มีความพร้อมในการรองรับการเจริญเติบโตของภูมิภาค และการกระจายความเจริญจากกรุงเทพมหานคร¹ ดังนั้น จึงทำให้จังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันเป็นศูนย์กลางของธุรกิจการค้า อุตสาหกรรม เกษตรกรรม การคมนาคม และการส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศ²

ปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่มีประชากรทั้งสิ้นประมาณ 1,397,206 คน โดยแบ่งเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาล 169,693 คน และอยู่นอกเขตเทศบาล 1,227,513 คน³ นอกจากนี้การที่มีแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มากมาย อาทิเช่น แหล่งวัฒนธรรมและโบราณสถาน 17 แห่ง แหล่งธรรมชาติ 27 แห่ง และหมู่บ้านชาวเขา 3 แห่ง เป็นต้น ซึ่งมีผลทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เป็นอันมาก⁴ จากข้อมูลในปี 2533 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเข้ามาท่องเที่ยวจำนวน 2,041,214 คน ชาวต่างชาติ 527,578 คน และใช้จ่ายเงินในจังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวนประมาณ 7,000 ล้านบาทต่อปี⁵

¹ กาดสวนแก้ว, บริษัทจำกัด, Investor's Guide, 2534, หน้า 4

² ฐานเศรษฐกิจ ปีที่ 11 ฉบับที่ 518 วันที่ 16-22 มกราคม 2534, หน้า 56

³ ที่มาของข้อมูล : ที่ทำการปกครองจังหวัด, ศาลากลางจังหวัดเชียงใหม่, 2534

⁴ ที่มาของข้อมูล : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2533

⁵ ที่มาของข้อมูล : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2533

เมื่อพิจารณาถึงกำลังซื้อของประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ รวมกับนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ ผู้ที่เข้ามาทำงานและมาศึกษาที่มาจากต่างจังหวัด รวมไปถึงผู้อยู่อาศัยในจังหวัดใกล้เคียงที่คาดว่าจะเข้ามาใช้จ่ายเงินในจังหวัดเชียงใหม่อีกกว่า 2 ล้านคน จะพบว่าเงินตราจำนวนมหาศาลหมุนเวียนในจังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งหมดกว่า 20 ล้านบาท/วัน⁶

การที่จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางทางการค้า การขนส่ง การท่องเที่ยว ฯลฯ ของภาคเหนือตอนบน ประกอบกับมีเศรษฐกิจที่ดีทำให้ได้รับความสนใจจากนักลงทุนทั้งจากจังหวัดอื่น และนักลงทุนท้องถิ่น ในการที่จะทำธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ธุรกิจที่ดิน ธุรกิจค้าปลีก ฯลฯ

สำหรับธุรกิจค้าปลีกในจังหวัดเชียงใหม่ ปัจจุบันกำลังอยู่ในความสนใจของนักลงทุนจากส่วนกลางและนักลงทุนในท้องถิ่น โดยเฉพาะธุรกิจค้าปลีกในรูปแบบของห้างสรรพสินค้า ซึ่งมีอยู่ทั้งหมดในขณะนี้ 3 แห่ง โดยตั้งอยู่ตามสถานที่ต่าง ๆ รวม 6 แห่ง ดังนี้

1. ห้างสรรพสินค้าตันตราภัณฑ์ สาขาท่าแพ
2. ห้างสรรพสินค้าตันตราภัณฑ์ สาขาข้างฝือก
3. ห้างสีสวนพลาซ่า ถนนช้างคลาน
4. ห้าง ส.การคำ สาขาวิชญานนท์
5. ห้าง ส.การคำ สาขาถนนช้างคลาน
6. ห้าง ส.การคำชอปปิงมอลล์ ถนนท่าแพ

⁶ กิติทิพย์ พร็อล์ฟเพอร์ตี, บริษัทจำกัด, เชียงอินทร์พลาซ่า ศูนย์สรรพสินค้าสมบูรณ์แบบ.2533, หน้า 2

ธุรกิจค้าปลีกในรูปแบบห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ นอกจากจะมีทั้งหมด 6 แห่ง ดังกล่าวแล้ว ปัจจุบันก็ได้มีนักลงทุนดำเนินการสร้างศูนย์การค้าขึ้นอีกหลายโครงการ โดยที่หลายโครงการได้เริ่มดำเนินการไปแล้ว และบางโครงการก็ยังไม่มีการเริ่มใด ๆ ออกมา ซึ่งโครงการศูนย์การค้าดังกล่าวมีรายละเอียดดังนี้¹⁷

ชื่อโครงการ	กลุ่มผู้ลงทุน	เงินลงทุน	เนื้อที่	ปีที่คาดว่าจะดำเนินการ
1. แอร์พอร์ตพลาซ่า	กลุ่มตันตราภัณฑ์	1,000 ล้านบาท	37 ไร่	2535
2. กาดสวนแก้ว (เซ็นทรัล)	กลุ่มหิโนสวายน้ำใส	1,900 ล้านบาท	28 ไร่	2535
3. โชตนามอลล์	กลุ่มภัทรประสิทธิ์	500 ล้านบาท	15 ไร่	N
4. เชียงอินทร์พลาซ่า	บริษัทกิติพิทย พรีอเพอร์ตี	500 ล้านบาท	3 ไร่	2535
5. ซิตี้ สแควล์	กลุ่มเชียงใหม่ พลาซ่า	500 ล้านบาท	4 ไร่	N
6. สีสวน โมเดิร์นคอมเพล็กซ์	กลุ่มห้างสีสวน	1,400 ล้านบาท	7 ไร่	N

หมายเหตุ N หมายถึง ยังไม่มีกำหนดการเปิดดำเนินงานที่แน่นอน

สำหรับศูนย์การค้าที่คาดว่าจะแล้วเสร็จในปี 2535 และได้เปิดให้จองพื้นที่ไปแล้ว มีทั้งหมด 3 โครงการ คือ แอร์พอร์ตพลาซ่า กาดสวนแก้ว และเชียงอินทร์พลาซ่า โดยกาดสวนแก้วมีพื้นที่ห้างสรรพสินค้าเป็นของห้างเซ็นทรัล แอร์พอร์ตพลาซ่ามีพื้นที่ห้างสรรพสินค้าเป็นของห้างตันตราภัณฑ์ ส่วนเชียงอินทร์พลาซ่ามีพื้นที่ทั้งหมดเป็นร้านค้าปลีก (Retail Shop) ซึ่งไม่มีห้างสรรพสินค้าตั้งอยู่ในโครงการ

¹⁷ ผู้จัดการ ฉบับที่ 235, 3 - 9 มิถุนายน 2534, หน้า 72

จากข้อมูลข้างต้น พบว่าห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีผู้ประกอบการทั้งหมด 3 ราย ซึ่งเมื่อแยกเป็นสาขาแล้วมีอยู่ทั้งหมด 6 แห่ง และในปี 2535 จะมีโครงการศูนย์การค้า ซึ่งจะแล้วเสร็จและเปิดดำเนินการได้อีก 3 โครงการ ซึ่งเป็นโครงการขนาดใหญ่ทั้งหมด แต่ในขณะเดียวกันจำนวนประชากรกลับมีอัตราการเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยเท่านั้น โดยดูจากข้อมูลที่แสดงในตาราง

ปี	จำนวนประชากรใน จังหวัดเชียงใหม่(คน) ^๑	อัตราการเพิ่ม (ร้อยละ)	จำนวนห้างสรรพสินค้า	จำนวนศูนย์การค้า ^๒
2532	1,371,620	1.02	6	-
2533	1,392,264	1.02	6	-
2534	1,406,970	1.12	6	-
2535	1,423,357	1.16	8	3
2536	1,452,401	2.04	8	3-6

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

^๑ ที่มาของข้อมูล : งานทะเบียนราษฎร สำนักงานปลัดเทศบาลจังหวัดเชียงใหม่, 2535

^๒ ผู้จัดการ ฉบับที่ 235 ,3 - 9 มิถุนายน 2534, หน้า 72

เมื่อศูนย์การค้าเหล่านี้เปิดดำเนินการ ก็จะทำให้ธุรกิจค้าปลีกมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น โดยแต่ละแห่งก็จะมีกิจกรรมทางการตลาด (Marketing Activities) มุ่งไปยังกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น ไม่ว่าจะเป็นห้างสรรพสินค้าที่มีอยู่เดิม หรือศูนย์การค้าที่จะเปิดใหม่ ซึ่งต่างก็จะต้องมีการทุ่มงบประมาณผ่านสื่อต่าง ๆ และมีการแข่งขันทางด้านราคา หรือการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ โดยกิจกรรมทางการตลาดเหล่านี้ก็จะมีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมในการจับจ่ายสินค้าของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเท่ากับเป็นการกระตุ้นความต้องการใช้บริการห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้าโดยรวมมีมากขึ้น คือ อาจทำให้คนที่ไม่เคยไปใช้บริการห้างสรรพสินค้าเกิดความคิดที่จะไปใช้บริการ ส่วนคนที่เคยไปใช้บริการอยู่แล้วก็อาจจะไปใช้บริการมากขึ้น

ดังนั้น ผู้ทำวิจัยจึงต้องการที่จะทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการไปใช้บริการห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ทั้ง 6 แห่ง และเมื่อศูนย์การค้าได้เปิดดำเนินการขึ้นกลุ่มผู้บริโภคเหล่านี้มีความสนใจที่จะไปใช้บริการมากน้อยเพียงไร รวมทั้งศึกษาถึงกลุ่มลูกค้าที่แท้จริงของห้างสรรพสินค้าว่าเป็นกลุ่มใด และกลุ่มผู้บริโภคเหล่านี้มีความคิดเห็นอย่างไรต่อห้างสรรพสินค้าที่มีอยู่เดิม และศูนย์การค้าที่จะดำเนินการในอนาคต เพื่อเป็นข้อมูลสรุปและใช้เป็นแนวทางสำหรับการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องต่อไป

วัตถุประสงค์

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง

1. พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่
2. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการห้างสรรพสินค้าของผู้บริโภค
3. ปัญหาในการไปใช้บริการห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่
4. การรับรู้ข่าวสารของผู้บริโภคเกี่ยวกับห้างสรรพสินค้า และศูนย์การค้าที่จะเปิดดำเนินการในอนาคต
5. ความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการศูนย์การค้าที่จะเปิดดำเนินการในจังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนทางการตลาดของธุรกิจห้างสรรพสินค้า
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการห้างสรรพสินค้าของผู้บริโภค เพื่อนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการจูงใจกลุ่มผู้บริโภคของห้างสรรพสินค้า
3. ทำให้ทราบถึงปัญหาในการไปใช้บริการห้างสรรพสินค้า เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับปรับปรุงและแก้ไขสำหรับธุรกิจห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า
4. ทำให้ทราบถึงการรับรู้ข่าวสารของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับห้างสรรพสินค้า เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนโฆษณาสำหรับธุรกิจห้างสรรพสินค้าต่อไป
5. ทำให้มีข้อมูลที่นำไปใช้ในการวางแผนทางการตลาด อันจะทำให้มีแนวทางสำหรับตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง