

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการ ทฤษฎี เหตุผล

หลักการและเหตุผล

ในสภาวะทางเศรษฐกิจปัจจุบัน การแข่งขันและการพัฒนารูปแบบธุรกิจการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภคของประเทศไทยมีโครงสร้างและรูปแบบที่เปลี่ยนไปจากร้านค้าปลีกและร้านค้าส่งเดิม (Traditional Trade) ที่มีเจ้าของหรือหุ้นส่วนเป็นผู้ดำเนินการได้เปลี่ยนแปลงไปสู่รูปแบบธุรกิจสมัยใหม่คือ ไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hypermarket) (Kolter, 1994 : 98) ที่มีพื้นที่ในการจำหน่ายสินค้าและบริการระหว่าง 80,000 – 220,000 ตารางฟุต เป็นร้านที่รวมเอาหลักการขายปลีกแบบดิสเคาท์สโตร์ (Discount Store) และซูเปอร์มาร์เก็ตไว้ด้วยกัน สินค้าในร้านเหล่านี้มีหลากหลายนอกเหนือจากสินค้าที่ซื้อหากันเป็นประจำ เช่น เครื่องอุปโภคบริโภค เครื่องใช้ไฟฟ้า เสื้อผ้า อุปกรณ์การเกษตร เครื่องใช้ในครัวเรือน คอมพิวเตอร์ สิ่งให้ความบันเทิง รวมไปถึงการมีสถานที่จอดรถว่างขวาง มีการให้สินเชื่อกับลูกค้าโดยผ่านสถาบันการเงินและของไฮเปอร์มาร์เก็ตเอง มีการจัดส่งสินค้าถึงที่ (Delivery Goods) ต้นกำเนิดไฮเปอร์มาร์เก็ตนั้นอยู่ในประเทศฝรั่งเศสจากข้อมูลปี 2546 จำนวนร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Hypermarket) ในประเทศไทย มีทั้งหมด 116 แห่ง ประกอบด้วย เทสโก้โลตัส 43 แห่ง (www.tescolotus.net) บิ๊กซี 35 แห่ง (www.bigc.co.th/th) แม็คโคร 21 แห่ง (www.siammakro.co.th) และคาร์ฟูร์ 17 แห่ง (www.carrefour.com)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางด้านการค้าและบริการของภาคเหนือตอนบนที่มีกิจกรรมเชิงพาณิชย์มากกว่าจังหวัดอื่น ๆ โดยมีธนาคารพาณิชย์ถึง 127 แห่ง มีปริมาณเงินฝากประมาณครึ่งหนึ่งของธนาคารพาณิชย์ในภาคเหนือตอนบนทั้งหมดรวมกัน เป็นตลาดสินค้าและบริการขนาดใหญ่เนื่องจากมีประชากรจำนวน 1,609,850 คน รายได้เฉลี่ยต่อหัว 55,405 บาทต่อปี (สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่, 2544) ซึ่งจัดว่าเป็นจังหวัดที่มีรายได้เฉลี่ยต่อหัวค่อนข้างสูง อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางการศึกษาที่มีสถาบันการศึกษาตั้งแต่ระดับอนุบาลจนถึงระดับอุดมศึกษาทั้งของรัฐบาลและเอกชน มีนักเรียนนักศึกษามากกว่า 300,000 คน (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่, 2539) ซึ่งนับว่าเป็นกำลังซื้ออันมหาศาลที่ทำให้นักลงทุนกิจการค้าปลีกต่างชาติสนใจเข้ามาลงทุนในจังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวนมาก

นอกจากนี้จังหวัดเชียงใหม่ยังได้รับการส่งเสริมให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคเหนือมาตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 และ 6 ประกอบกับการเป็นเมืองเก่าแก่ มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม ทำให้จังหวัดเชียงใหม่มีความเหมาะสมในการเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจทั้งด้านการค้าและบริการ รวมทั้งการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง โดยมีศักยภาพเหนือกว่าจังหวัดอื่น ๆ ในภาคเหนือตอนบน ดังนี้

1) ด้านสาธารณูปโภค เช่น มีถนนที่เชื่อมต่อทั้งภายในจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียง ทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งของภาคเหนือ มีท่าอากาศยานนานาชาติที่เปรียบเสมือนประตูเข้าสู่ประเทศเพื่อนบ้านได้สะดวก มีระบบธนาคารที่ทันสมัยและพร้อมจะตอบสนองความต้องการของตลาดการค้าและบริการ ได้เป็นอย่างดี

2) มีองค์กรธุรกิจเอกชน เช่น หอการค้า สภาอุตสาหกรรม และชมรมธนาคาร ตลอดจนสถาบันการเงินที่อำนวยความสะดวกแก่การประกอบการค้าและบริการ

3) มีบริการพื้นฐานทางสังคมที่ทันสมัย เช่น โรงพยาบาล สถาบันการศึกษา ที่จูงใจให้นักธุรกิจเข้ามาทำการค้าและลงทุนในจังหวัดเชียงใหม่มากขึ้นเรื่อย ๆ

จากศักยภาพดังกล่าวทำให้นักลงทุนสนใจในการทำธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้น เดิมธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งนั้นจะเป็นร้านค้าขนาดเล็ก รูปแบบร้านค้าเป็นแบบห้องแถวไม้ที่ห้องลูกค้าจะไม่มีโอกาสได้เดินเลือกซื้อสินค้าเอง ส่วนใหญ่จะเป็นการสั่งซื้อสินค้ากับผู้ชาย ซึ่งมีการแข่งขันไม่มากนัก ในตัวเมืองเชียงใหม่มีห้างสรรพสินค้าและสหกรณ์ร้านค้ากระจายอยู่ในเขตอำเภอเมืองเพียงไม่กี่แห่ง (รัชศักดิ์ คุ่มสอน, 2542 : 8) เช่น ห้างสรรพสินค้าคันตราภรณ์ สีสวน พลาซ่า และริมปิง ซูเปอร์ไฮเตอร์ ต่อมาเริ่มมีการขยายตัวของห้างสรรพสินค้าจากส่วนกลางสู่ภูมิภาค รวมทั้งธุรกิจค้าปลีกค้าส่งแบบใหม่เกิดขึ้น โดยรายแรกที่เข้ามาลงทุน คือ เม็คโคร ในปี 2536 ซึ่งเป็นสาขาที่ 6 ในประเทศไทย ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการค้าปลีกและค้าส่งโดยลูกค้ามีโอกาสเดินเลือกสินค้าด้วยตนเองแล้วจึงนำมาชำระเงินและนำกลับไปเอง ภายในร้านค้ามีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ ทำให้เกิดความสะดวกในการเลือกซื้อ มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านอาหาร โทรศัพท์ ตู้เอทีเอ็ม โรงภาพยนตร์ และรวมร้านค้าอื่น ๆ ไว้ในที่เดียวกัน อีกทั้งมีการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกในการมาใช้บริการ

ปัจจุบันมีร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่เปิดบริการในจังหวัดเชียงใหม่ทั้งสิ้น 4 แห่ง¹ คือ เทสโก้ โลตัส 2 แห่ง บิ๊กซี 1 แห่ง และคาร์ฟูร์ 1 แห่ง มีรายละเอียดดังนี้

1. เทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) มี 2 สาขา คือสาขาเชียงใหม่ เปิดให้บริการเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2541 ตั้งอยู่ที่ 132 หมู่ 1 เชียงใหม่ – หางดง ต.ป่าแดด อ.เมือง จ.เชียงใหม่ และสาขาคาดคำเที่ยง เริ่มเปิดบริการเมื่อเดือนพฤษภาคม 2545 ตั้งอยู่ที่ 19 คาดคำเที่ยง ต.ป่าตัน อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50000 เวลาเปิดบริการ 9.00 – 24.00 น. ดำเนินงานโดย บริษัทเอก – ชัย คิสิทธิวิวัฒน์ ซีเอสเอ็ม จำกัด โดยร่วมทุนกับบริษัทเทสโก้ (Tesco PLC) จากประเทศอังกฤษ²

2. บิ๊กซี (Big C) สาขาเชียงใหม่ เปิดให้บริการเมื่อ 6 กรกฎาคม 2544 ตั้งอยู่ที่ 208 หมู่ 3 ต.ท่าศาลา อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ดำเนินงานโดย บริษัทบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ร่วมทุนกับ คาสิโน กรู๊ป (Casino Group) จากประเทศฝรั่งเศส³

3. คาร์ฟูร์ (Carrefour) สาขาเชียงใหม่⁴ เปิดให้บริการเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2540 ตั้งอยู่ที่ 94 หมู่ 4 ถนนเชียงใหม่ – ลำปาง ต.หนองป่าครั่ง อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ดำเนินงานโดย บริษัทเซ็นคาร์ จำกัด ร่วมกับ คาร์ฟูร์ จากประเทศฝรั่งเศส (จรรยา เจียมหาทรัพย์, 2545 : 42 – 43)

จากรูปแบบการดำเนินธุรกิจและการให้บริการของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ราคาสินค้าที่ถูกกว่าร้านค้ารูปแบบอื่น มีทำเลที่ตั้งสะดวก มีที่จอดรถ ฯลฯ ทำให้ผู้บริโภคนิยมใช้บริการเป็นอย่างมาก จึงเกิดการแข่งขันอย่างรุนแรงในทุก ๆ ด้าน กลยุทธ์ทางการตลาดถูกนำมาใช้เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด ทั้งจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ด้วยตนเอง และร้านค้าปลีกขนาดเล็กที่มีอยู่เดิม ซึ่งส่งผลกระทบต่อร้านค้าปลีกขนาดเล็กเป็นอย่างยิ่งเนื่องจากความเสียเปรียบทั้งด้านเงินทุนและการบริหารจัดการ

¹ แมคโคร เป็นร้านค้าประเภท Cash & Carry ซึ่งมีวิสัยทัศน์คือเป็นผู้นำในการขายส่ง จึงไม่นำมาศึกษาในที่นี้

² เทสโก้ โลตัส ตั้งขึ้นในประเทศไทยเมื่อปี 2541 โดยการร่วมทุนระหว่างกลุ่มเทสโก้ จากอังกฤษ และกลุ่มเจริญโภคภัณฑ์จากประเทศไทย สาขาทั้งหมดของซูเปอร์เซ็นเตอร์ของ เทสโก้ โลตัส มีสาขา 43 สาขา แบ่งเป็น 19 สาขาในกรุงเทพมหานคร และ 24 สาขาในต่างจังหวัด ซูเปอร์มาร์เก็ต 1 สาขา คุ่มคำ 2 สาขา และ เอ็กซ์เพรส 9 สาขา

³ บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) (BigC Supercenter Public Company Limited) เปิดดำเนินการแล้ว 35 สาขาทั่วประเทศไทย ด้วยบุคลากรมากกว่า 11,500 คน และในปี พ.ศ. 2545 มียอดขายหน่วยสูงถึง 38,214 ล้านบาท

⁴ คาร์ฟูร์ เปิดสาขาแรกในประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ. 2540 ที่สาขาสุขาภิบาล 3 กรุงเทพฯ ในปี 2546 มีจำนวน 17 สาขา

จากเหตุผลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจถึงปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่มากกว่าร้านค้าปลีกขนาดเล็ก และพฤติกรรมของผู้บริโภคในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งวิเคราะห์โดยเน้นทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นหลัก และใช้ปัจจัยอื่น ๆ เช่น สังคม วัฒนธรรม และจิตวิทยา มาประกอบการวิเคราะห์ เพื่อหาแนวทางพัฒนาร้านค้าให้เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภค รวมทั้งเป็นข้อมูลสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่เกี่ยวข้องต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Hypermarket) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1.2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 ทำให้ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่

1.3.2 ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1.3.3 เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในการพัฒนารูปแบบร้านค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และเป็นประโยชน์ต่อร้านค้าปลีกขนาดเล็กในการปรับปรุงร้านค้าเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ได้มากขึ้น