

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันความเจริญของเมืองใหญ่ได้ขยายตัวไปยังชนเมืองต่างๆ ซึ่งเป็นลักษณะของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการขยายตัวของเมือง เมื่อชนเมืองมีการเพิ่มประชากรมากขึ้นการเคลื่อนย้ายเข้าไปตั้งถิ่นฐานก็หนาแน่นมากขึ้น ส่งผลให้มีความเจริญทั้งด้านสาธารณูปโภค และอุปโภค สิ่งเหล่านี้เป็นเครื่องชี้ส่วนหนึ่งของลักษณะกระบวนการกลายเป็นเมืองนั่นเอง ในปี 2551 ประชากรโลกมากกว่าครึ่งหนึ่งอาศัยอยู่ในเขตเมือง (ไพรัตน์ พงศ์พานิชย์, 2551) ซึ่งความเป็นเมืองนี้นับเป็นปรากฏการณ์หนึ่งซึ่งส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตและพฤติกรรม อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ นับตั้งแต่การใช้ชีวิตประจำวัน การทำงานภายใต้สภาวะแวดล้อมที่เสี่ยง การเดินทางภายใต้การจราจรที่ติดขัดและมีมลพิษ ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนแล้วแต่มีผลต่อชีวิตความเป็นอยู่ทั้งสิ้น ท่ามกลางพลวัตของสังคมผู้คนที่ต้องแข่งขันกันทำงานเพื่อสร้างรายได้ และนำเงินที่ได้มาใช้จ่ายใช้สอย ทำให้ผู้หญิงต้องออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้น (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2552) ประเด็นเรื่องความรวดเร็วและสะดวกสบายในการดำรงชีวิต จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ผู้คนในสังคมเมืองให้ความสำคัญ เห็นได้จากร้านอาหารจานด่วนทั้งหลายที่พบเห็นกันมากขึ้น เพื่อสร้างความสะดวกสบายและลดทอนเวลาในการประกอบอาหารซึ่งก็เป็นตัวชี้วัดอีกอย่างหนึ่งที่ความสะดวกรวดเร็วมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิต แม้กระทั่งความสามารถในการบริโภคที่เกิดขึ้นตลอด 24 ชั่วโมง ก็เป็นความต้องการอีกอย่างหนึ่งของผู้บริโภคในยุคนี้ เพื่อเอื้ออำนวยต่อความสะดวกในชีวิตให้สามารถขับเคลื่อนต่อไปได้ทุกที่ ทุกเวลา นอกจากนี้ยังหมายถึง การใช้จ่ายใช้สอยสินค้าในชีวิตประจำวันบางชนิด ที่ผู้คนมักจะซื้อหาในร้านค้าปลีกทั่วไปที่ซื้อหาได้สะดวกและไม่จำกัดเวลาในการให้บริการ ดังนั้นประเด็นเรื่องความสะดวกสบายและความรวดเร็วในการบริโภคและใช้จ่ายใช้สอย จึงเป็นปัจจัยที่ผู้คนในสังคมเมืองได้ให้ความสำคัญเป็นระดับต้นๆ

จากพฤติกรรมและปัจจัยของผู้คนในสังคมเมืองดังกล่าว ได้ก่อให้เกิด "ร้านสะดวกซื้อ" ขึ้น ซึ่งเป็นไปตามวิถีชีวิตที่เร่งรีบของสังคมและนับวันร้านสะดวกซื้อต่างๆ ได้เพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ดังจะเห็นได้จากตามตรอกซอกซอย ริมนถนน ย่านที่มีผู้คนพลุกพล่าน นอกจากนี้ ร้านสะดวกซื้อยังมีสินค้าที่สามารถตอบสนองต่อปัจจัยพื้นฐาน เช่น อาหาร เครื่องดื่ม ของใช้ในชีวิตประจำวัน ฯลฯ โดยร้านสะดวกซื้อที่มีสาขามากที่สุดและครอบคลุมในเกือบทุกพื้นที่ของประเทศไทย คือ เซเว่นอีเลฟเว่น (7-Eleven) ปัจจุบันมี 6,034 สาขา (www.7eleven.co.th) มีทั้งรูปแบบที่บริหารเอง

และขายเฟรนช์ไชน่าให้กับผู้ที่สนใจเข้ามาร่วมลงทุน โดยวางตำแหน่งทางการตลาดเป็นร้านสะดวกซื้อ ก่อนที่จะมาเปลี่ยนยุทธศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจมาเป็น "ร้านอิมสะดวก" ที่เน้นขายอาหารสำเร็จรูปและยังจำหน่ายสินค้าเครื่องใช้ทั่วไปในชีวิตประจำวัน โดยเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง และไม่มีวันหยุด เซเว่นอีเลฟเว่นแต่ละสาขามีสินค้าจำหน่ายประมาณ 2,500 รายการ โดยแบ่งเป็นสินค้าบริโภคประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ยังมีบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน เช่น การรับชำระเงินและโอนเงิน การเบิกเงินผ่านตู้ ATM เป็นต้น

นอกจากจะมีร้านสะดวกซื้อ เซเว่น อีเลฟเว่น แล้วยังมีร้านสะดวกซื้อในกลุ่มไฮเปอร์มาร์เก็ตอีก นั่นก็คือเทสโก้โลตัส เอ็กซ์เพรส ซึ่งเป็นร้านสะดวกซื้อของ เทสโก้โลตัส (อังกฤษ: Tesco lotus) โดยร้านสะดวกซื้อของเทสโก้ คือเทสโก้โลตัส เอ็กซ์เพรส นั้น ปัจจุบันมี 687 สาขา (www.tescolotus.net) มีรูปแบบที่คล้ายคลึงกับเซเว่นอีเลฟเว่น กล่าวคือ เปิดบริการ 24 ชั่วโมง มีสินค้าวางขายกว่า 2,600 รายการ มีสินค้าและบริการทั้งสินค้าอุปโภค เช่น ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามสินค้าบริโภค เช่น บะหมี่และอาหารกึ่งสำเร็จรูป อาหารกระป๋อง อาหารสดขนมปัง ผัก ผลไม้ หมู เนื้อ ไก่ นอกจากนี้สินค้าหลากหลายประเภทแล้ว ยังจัดให้มีสินค้าและบริการอื่นๆ เพิ่มเติม คือมุมอาหารพร้อมรับประทานบริการอาหารปรุงสำเร็จต่างๆ พร้อมอุ่นร้อนฟรี มุมร้านยา มุมหนังสือ เพื่อมุ่งเน้นอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคให้ได้มากที่สุดและทั่วถึงที่สุด

ธุรกิจร้านสะดวกซื้อ ได้นำยุทธศาสตร์การขยายสาขาให้ได้มากและครอบคลุมทุกพื้นที่เพื่อครอบครองส่วนแบ่งการตลาด ในการกระตุ้นกำลังซื้อและอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าหรือผู้บริโภค โดยเซเว่นอีเลฟเว่นได้ทำการส่งเสริมการขายโดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดให้กลุ่มผู้บริโภคสะสมแต้มปีใช้แทนเงินสด หรือใช้แต้มปี/แต้มบัตรสมาชิก เป็นต้น ส่วน โลตัส เอ็กซ์เพรส ก็ได้ทำการส่งเสริมการขาย โดยให้ผู้บริโภคสมัครสมาชิกเพื่อสะสมแต้มจากการใช้จ่ายเพื่อรับคูปองส่วนลดในการซื้อสินค้าในครั้งถัดไป ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นเป็นการแข่งขันเพื่อแย่งชิงลูกค้าของร้านสะดวกซื้อต่างๆ ซึ่งกระจายอยู่ตามหัวเมืองใหญ่ๆ ทั่วประเทศและการถือครองทำเลที่มักจะสร้างยอดขายได้ดี นอกจากนี้ในปัจจุบันร้านสะดวกซื้อก็ยังมีการขยายตัวไปตามอำเภอต่างๆ เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอำเภอที่มีแหล่งท่องเที่ยว อำเภอที่มีจำนวนประชากรสูง อำเภอที่มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจดี มักจะเป็นเป้าหมายต้นๆ ที่ร้านสะดวกซื้อนิยมขยายสาขาเข้าไปเปิดให้บริการ

งานการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อที่ผ่านมามีส่วนมากเป็นการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เช่น นิตยา กลวงษ์ (2549) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร ชินพันธ์ พัวรุ่งโรจน์ (2551) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าในร้านสะดวกซื้อในเขตเทศบาลเมืองพิบูลมั่งสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี แต่งานศึกษาพฤติกรรม

ในการซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อในเขตภาคเหนือยังมีน้อยมาก ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมในการซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจ อำเภอสารภีก็เป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ที่จัดเป็นเขตที่อยู่ในเมืองจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากอำเภอสารภีอยู่ห่างจากอำเภอเมืองเชียงใหม่ประมาณ 7 กิโลเมตร ประชากรในอำเภอสารภีร้อยละ 70 ทำการเกษตรและสามารถผลิตลำไยได้ปีละ 17,000 ตัน และยังเป็นแหล่งผลิตลำไยอบแห้งที่เพิ่งเปลือกมากที่สุด มีผลผลิตลำไยอบแห้งที่เพิ่งเปลือกประมาณ 7,500 ตัน/ปี (สำนักงานเกษตรอำเภอสารภี,2553)

ด้านอุตสาหกรรมของอำเภอสารภีมีโรงงาน 124 แห่งในจำนวนนี้เป็นโรงงานผลิตภัณฑ์จากไม้และไม้ก๊อก ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนประเภทห้างหุ้นส่วนและบริษัท จำกัด 1,130 บริษัท แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในอำเภอสารภี คือ เวียงกุมกาม “นครโบราณใต้พิภพ” เป็นหนึ่งใน UNSEEN Thailand เป็นเมืองที่ถูกกลบฝังด้วยตะกอนจากน้ำท่วมครั้งใหญ่ในอดีตและได้มีการขุดพบขึ้นมาอีกครั้งในปี พ.ศ.2527 อำเภอสารภีมีโรงเรียนทั้งหมด 30 แห่ง (ตารางที่ 1.1) อำเภอสารภีมี 12 ตำบล 106 หมู่บ้าน (www.amphoe.com/menu.php) จำนวนประชากรในอำเภอสารภีมีทั้งสิ้น 76,582 คน ซึ่งมีอัตราการเพิ่มของประชากรร้อยละ 0.5 (ตารางที่ 1.1) ประชากรส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุ 20 - 60 ปี คิดเป็น ร้อยละ 66.4 ของประชากรทั้งหมด (ที่ทำการปกครองเชียงใหม่,2552) ซึ่งเป็นผู้ที่อยู่ในวัยเริ่มทำงานและอยู่ในช่วงวัยทำงาน มีรายได้เฉลี่ยต่อคน 59,716 บาท/ปี (ตารางที่ 1.1)

ตารางที่ 1.1 ข้อมูลด้านเศรษฐกิจและสังคมของอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ ปี 2553

ข้อมูลด้านเศรษฐกิจและสังคม	จำนวน
1.จำนวนประชากร (คน)	76,582*
2.อัตราการเพิ่มของประชากร (ร้อยละ)	0.5*
3.จำนวนโรงเรียน (แห่ง)	30*
4.หมู่บ้าน (แห่ง)	106*
5.รายได้เฉลี่ยต่อคน (บาท/ปี)	59,716**
6.จำนวนโรงงานอุตสาหกรรม (แห่ง)	124***
7.จำนวนห้างหุ้นส่วนและบริษัท จำกัด (บริษัท)	1,130***
8.แหล่งท่องเที่ยว (แห่ง)	6***

ที่มา: * ที่ทำการปกครองเชียงใหม่

** สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงใหม่

*** สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่

อาจกล่าวได้ว่าสารภีเป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดเชียงใหม่ที่อยู่ติดกับเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่และยังมีพื้นที่ติดกับนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือจังหวัดลำพูนด้วย จึงทำให้มีร้านค้าประเภทร้านสะดวกซื้อเปิดให้บริการแก่ผู้บริโภค จำนวน 5 แห่งซึ่งประกอบด้วย มีร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น 4 สาขา (www.7eleven.co.th) และเทสโก้โลตัส เอ็กซ์เพรส 1 สาขา (www.tescolotus.net) ทั้งนี้ก็เพื่อรองรับความต้องการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค และอำนวยความสะดวกรวดเร็วของผู้คนในอำเภอสารภี ซึ่งความต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคเพื่อใช้ในการชีวิตประจำวันของคนในอำเภอสารภี จึงมีความต้องการมากขึ้นเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากร รูปแบบการดำเนินชีวิตของประชาชนอำเภอสารภีที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจดี ก็ย่อมส่งผลให้พฤติกรรมการดำเนินชีวิต การกินการอยู่เปลี่ยนแปลงไปตามวิถีชีวิตที่เร่งรีบ ผู้คนในอำเภอต้องการความรวดเร็วและความสะดวกสบาย ที่สอดคล้องกับการต้องใช้ชีวิตเร่งด่วนจากการแข่งขันกันทำงาน รูปแบบในการซื้อสินค้าจึงเริ่มเปลี่ยนจากซื้อสินค้าที่ในตลาดสด กลายมาเป็นการซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อแทน ตลอดจนซูเปอร์มาร์เก็ต เนื่องจากมีความสะดวกสบายในการเลือกซื้อมากกว่า มีสินค้าหลากหลายประเภทในร้านเดียว และสินค้าจำหน่ายตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

ดังนั้นในที่นี้จะทำการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า ตลอดจนความพึงพอใจของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการจากเซเว่นอีเลฟเว่นและเทสโก้โลตัส เอ็กซ์เพรส ในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนี้ยังศึกษารายจ่ายในการซื้อสินค้าและบริการต่อครั้งของผู้บริโภคจำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อรายใหม่และผู้ประกอบกิจการรายเก่า ในการวางนโยบายทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่มากขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าและบริการจากร้านสะดวกซื้อในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

1.2.2 เพื่อศึกษารายจ่ายในการซื้อสินค้าและบริการต่อครั้งของผู้บริโภคจำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ ในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

1.2.3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการจากร้านสะดวกซื้อในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา

ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อทั้งรายเก่าและรายใหม่ ในการวางแผนนโยบายทางการตลาด เพื่อจัดหาสินค้าและปรับปรุงการให้บริการให้สอดคล้องและตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษานี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าและบริการร้านเซเว่น อีเลฟ-เว่นและเทสโก้โลตัส เอ็กซ์เพรสในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ ในช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนกันยายน พ.ศ.2554

1.5 นิยามศัพท์

ร้านสะดวกซื้อ หมายถึง ร้านค้าปลีกที่ได้รับสิทธิบัตรทางการค้าซึ่งบริษัทแม่หรือผู้เป็นเจ้าของแฟรนไชส์ให้สิทธิแก่ตัวแทนรายย่อยในการประกอบธุรกิจตามขอบเขตที่กำหนด จำหน่ายสินค้าที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวันเปิดตลอด 24 ชั่วโมงโดยไม่มีวันหยุด ในที่นี้หมายถึง ร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น และเทสโก้โลตัส เอ็กซ์เพรส