

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สาขาการบริการและการค้าของจังหวัดเชียงใหม่มีอัตราการขยายตัวสูงอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด เป็นศูนย์กลางด้านการค้าและบริการของภาคเหนือตอนบน เพราะมีกิจกรรมในเชิงพาณิชย์หนาแน่นกว่าจังหวัดอื่น ๆ มีจำนวนธนาคารพาณิชย์ถึง 127 แห่ง มีปริมาณเงินฝากประมาณครึ่งหนึ่งของปริมาณเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ในภาคเหนือตอนบนทั้งหมดรวมกัน นอกจากนี้เชียงใหม่ยังเป็นตลาดสินค้าขนาดใหญ่ เพราะมีจำนวนประชากรมากกว่า 1.5 ล้านคน เป็นศูนย์กลางการศึกษาที่มีสถาบันการศึกษาตั้งแต่ระดับอนุบาล จนถึงระดับอุดมศึกษา ทั้งของรัฐบาลและเอกชน ที่มีจำนวนนักเรียนนักศึกษาทั้งหมดรวมกันมากกว่า 300,000 คน ซึ่งนับว่าเป็นกำลังซื้ออันมหาศาลที่จะช่วยกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจด้านการค้า และการบริการขึ้นได้มากมาย

นอกจากนี้ จังหวัดเชียงใหม่ยังเป็นจังหวัดที่ได้รับการส่งเสริมให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคเหนือมาตั้งแต่แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 5 และฉบับที่ 6 ทำให้เชียงใหม่มีความพร้อมในการรองรับการลงทุนด้านการท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงมาก ประกอบกับเชียงใหม่เป็นเมืองเก่าแก่ ที่อุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางด้านศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทำให้มีผู้เดินทางมาท่องเที่ยวเชียงใหม่จำนวนมาก ในปี 2542 มีจำนวนผู้มาเยี่ยมเยือนจังหวัดเชียงใหม่ 2 ล้านคน เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 1.2 ล้านคน นักท่องเที่ยวชาวไทยประมาณ 8 แสนคน นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระยะเวลาพำนักอยู่ในเชียงใหม่โดยเฉลี่ย 2.84 วัน ใช้จ่ายเงินโดยเฉลี่ย 2,081 บาทต่อคนต่อวัน สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีอัตราพำนักเฉลี่ยในเชียงใหม่ 2.97 วัน และใช้จ่ายเงินโดยเฉลี่ยประมาณ 2,259 บาทต่อคนต่อวัน โดยภาพรวมแล้ว จังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนผู้มาเยี่ยมเยือนสูงที่สุดในภาคเหนือ โดยในปี 2535 มีจำนวนนักท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เป็น 3 เท่าของจังหวัดเชียงราย ในจำนวนชาวไทยผู้มาเยี่ยมเยือนเชียงใหม่เมื่อดูจำนวนตามถิ่นที่อยู่อาศัยของผู้มาเยี่ยมเยือนแล้ว พบว่ามาจากกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 29.35 ที่เหลือมาจากภาคอื่น ๆ ของประเทศ สำหรับชาวต่างประเทศนั้น ส่วนใหญ่มาจากยุโรป คิดเป็นร้อยละ 60.54 อเมริการ้อยละ 17.63 ออสเตรเลียร้อยละ 11.12 เอเชียและภาคตะวันออกเฉียงใต้อยู่ที่ร้อยละ 6.75 และ 3.97 ตามลำดับ เชียงใหม่จึงเหมาะที่จะเป็นเมืองทางการค้าและบริการ เพราะมีความได้เปรียบจังหวัดอื่น ๆ ในภาคเหนือตอนบนหลายประการ คือ

1. มีความได้เปรียบด้านโครงข่ายบริการพื้นฐาน ทั้งทางด้านระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการ ตลอดจนเครือข่ายถนนที่เชื่อมต่อ ภายในจังหวัด และเชื่อมต่อกับจังหวัดใกล้เคียง เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งที่สำคัญของภาคเหนือ เป็นจุดหมายปลายทางของเส้นทางรถไฟสายเหนือ และมีสถาบันนานาชาติที่เป็นเหมือนประตูสู่ประเทศเพื่อนบ้านได้อย่างสะดวก มีระบบการเงินการธนาคารที่ทันสมัยและพร้อมที่จะตอบสนองความต้องการของภาคการค้าและการบริการได้เป็นอย่างดี
2. มีองค์กรธุรกิจเอกชนซึ่งได้แก่ หอการค้า สภาอุตสาหกรรม และชมรมธนาคาร ที่มีขีดความสามารถสูง และมีการรวมตัวกันอย่างมีระบบมี กรอบ. ที่ตื่นตัวและสนใจปัญหาการพัฒนา จังหวัด
3. เชียงใหม่มีบริการพื้นฐานทางสังคมที่ทันสมัย และมีคุณภาพ เช่น โรงพยาบาล คลินิกสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ซึ่งเป็นสิ่งจูงใจนักธุรกิจให้เข้ามาทำการค้า และลงทุนในจังหวัด เชียงใหม่มากขึ้นเรื่อย ๆ

จากศักยภาพดังกล่าวดังกล่าวข้างต้น จึงมีนักลงทุนเข้ามาลงทุนทำธุรกิจในเชียงใหม่เป็นจำนวนมาก และเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงด้านสารสนเทศ การสื่อสาร วัฒนธรรม วิถีชีวิตในการดำรงของคน ทำให้เกิดการลงทุนใน “ธุรกิจค้าปลีก” ขึ้นมาก จึงทำให้เกิดการแข่งขันของผู้ลงทุน เพื่อที่จะสร้างยอดขายและกำไรจากการประกอบการได้มากที่สุด อนาคตธุรกิจค้าปลีกในจังหวัด เชียงใหม่ จะอยู่ท่ามกลางกระแสของการแข่งขันที่รุนแรงโดยเฉพาะจากบริษัทต่างประเทศ ซึ่งมีความได้เปรียบทั้งทางด้านเทคโนโลยี เงินทุน การแข่งขันของบริษัทค้าปลีกขนาดใหญ่ มีผลกระทบเป็นอย่างมากต่อร้านค้าปลีกท้องถิ่นเดิม ทั้งนี้ร้านค้าปลีกท้องถิ่นจะต้องมีการปรับตัวเองในทุกด้าน เพื่อให้อยู่รอดภายใต้ภาวะการแข่งขันอย่างรุนแรงเช่นปัจจุบัน

ดังนั้น เพื่อให้สามารถทราบพฤติกรรมของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ในการไปใช้บริการ และซื้อสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ต จึงได้ศึกษาถึงพฤติกรรมผู้ซื้อสินค้า ณ ซูเปอร์มาร์เก็ต เพื่อให้ทราบแผนทางการลงทุน หรือทางการตลาดของธุรกิจด้านซูเปอร์มาร์เก็ต เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และผู้ลงทุนได้อย่างถูกต้อง

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคของร้านซูปเปอร์มาร์เก็ตในจังหวัดเชียงใหม่
2. ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าของร้านซูปเปอร์มาร์เก็ต ในจังหวัดเชียงใหม่
3. ศึกษาปัญหาการใช้บริการจากร้านซูปเปอร์มาร์เก็ต ในจังหวัดเชียงใหม่

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคของร้านซูปเปอร์มาร์เก็ตในจังหวัดเชียงใหม่
2. ทำให้เราทราบถึงทัศนคติด้านต่าง ๆ ของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าของร้านซูปเปอร์มาร์เก็ตในจังหวัดเชียงใหม่
3. ทำให้ทราบถึงปัญหาการใช้บริการจากร้านซูปเปอร์มาร์เก็ตในจังหวัดเชียงใหม่
4. ทำให้ทราบถึงแผนการลงทุน และแผนการตลาดของธุรกิจด้านซูปเปอร์มาร์เก็ต ในจังหวัดเชียงใหม่

## 1.4 ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตของการวิจัย จะทำการศึกษาเฉพาะในจังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาจากผู้มาใช้บริการในห้างริมปีงซูปเปอร์มาร์เก็ต

## 1.5 คำนิยามศัพท์

**ผู้บริโภค** หมายถึง ผู้ซื้อหรือได้รับบริการจากผู้ประกอบการธุรกิจ และหมายความรวมถึงผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบการธุรกิจ เพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการด้วยหรือ ผู้ใดก็ตามที่ใช้เงิน ท

ซูเปอร์มาร์เก็ต หมายถึง ร้านค้าขายปลีกที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคที่ใช้ในครัวเรือนทุกอย่าง และเป็นร้านค้าที่แะครั้งเดียวแต่ซื้อสินค้าที่ต้องการได้ทุกชนิด ซูเปอร์มาร์เก็ตนำเทคนิคของการบริการตนเอง (Selfservice) มาใช้และจำกัดการให้บริการของร้านค้า ซึ่งจะช่วยให้มีอำนาจต่อรอง ได้รับส่วนลดในการซื้อและยังช่วยประหยัดต้นทุนของสินค้าอีกด้วย ด้วยเหตุนี้ซูเปอร์มาร์เก็ตจึงสามารถจำหน่ายสินค้าในราคาต่ำกว่าร้านค้าปลีกอิสระ

ซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นธุรกิจที่ได้รับการพัฒนาจนเป็นระบบที่สมบูรณ์ และเป็นที่ยอมรับในประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นเวลานานแล้ว ส่วนในประเทศไทยเพิ่งจะเริ่มมีการพัฒนาและเปิดร้านค้าประเภทนี้เมื่อไม่กี่ปีมานี้เอง ลักษณะของธุรกิจประเภทนี้ในประเทศไทยคล้ายกับในสหรัฐอเมริกาคือ เป็นธุรกิจที่เน้นให้ลูกค้าบริการตนเอง การจัดให้มีสินค้าหลาย ๆ ชนิดให้ครบตามที่ถูกค้าต้องการ เช่น สินค้าที่ใช้ในครัวเรือน เครื่องกระป๋อง เครื่องดื่ม อาหารสด ยารักษาโรค เครื่องสำอาง เป็นต้น