

ชื่อ เรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การวิเคราะห์ผู้ซื้อของห้างสรรพสินค้าสีสวนพลาซ่า

จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน

นายธีระ รักษิณธรรม

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการตรวจสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดาร์รัตน์ บุญเฉลียว ประธานกรรมการ

อาจารย์อรชร

มณีสงฆ์

กรรมการ

รองศาสตราจารย์สิริเกียรติ รัชชुकานติ

รัชชुकานติ

กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ เรื่อง การวิเคราะห์ผู้ซื้อของห้างสรรพสินค้าสีสวนพลาซ่าจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ผู้ซื้อของห้างสรรพสินค้าสีสวนพลาซ่าและปัญหา ว่าเป็นบุคคลกลุ่มใด ซื้อสินค้าอะไร มีเหตุผลในการซื้ออย่างไร ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อไปซื้อในช่วงใดและมีพฤติกรรมการซื้ออย่างไร เพื่อนำผลที่ได้มาใช้ในการพัฒนาและวางแผนและกลยุทธ์ทางการตลาด ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อได้อย่างถูกต้อง ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างจากผู้ซื้อที่ไปใช้บริการห้างสรรพสินค้าสีสวนพลาซ่า โดยใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงและการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 210 ตัวอย่าง และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC* โดยหาค่าอัตราร้อยละและตารางแจกแจงความถี่ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

ผู้ซื้อสินค้าและบริการของห้างสรรพสินค้าสี่สวนพลาซ่า มีทั้งชายและหญิง ส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด โดยเป็นกลุ่มที่มีอายุในช่วงระหว่าง 15-35 ปี ระดับการศึกษาตั้งแต่มัธยมศึกษา ถึงปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชนรับจ้าง และนักเรียนนักศึกษา โดยมีรายได้อยู่ในช่วงที่ต่ำกว่า 3,000 - 15,000 บาท ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้ซื้อส่วนใหญ่จะใช้บริการแผนกรองเท้าและเครื่องหนังมากกว่าแผนกอื่น ๆ รองลงมาคือแผนกซูเปอร์มาร์เก็ต(อาหารสด) ซูเปอร์มาร์เก็ต (อาหารแห้ง) และแผนกชุดชั้นในตามลำดับ ทั้งนี้ผู้ซื้อมีเหตุผลในการซื้อสินค้าและบริการโดยพิจารณาจากชื่อเสียงของห้างสินค้าดีมีคุณภาพและเป็นสินค้าที่มีราคามาตรฐาน ตามลำดับ ซึ่งผู้ซื้อจะตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้วยตนเองเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

ผู้ซื้อส่วนใหญ่ จะไปใช้บริการในวันเสาร์-อาทิตย์ ในช่วงเวลาระหว่าง 10.00 - 12.00 น. สำหรับวันธรรมดาจะไปใช้บริการในช่วงเวลาระหว่าง 18.00-22.00 น. ผู้ซื้อจะได้รับข่าวสารจากสื่อวิทยุ และป้ายโฆษณากลางแจ้ง ซึ่งมีอิทธิพลในการตัดสินใจ โดยการซื้อแต่ละครั้งจะชำระเงินเป็นเงินสด ซึ่งมีมูลค่าการซื้อแต่ละครั้งอยู่ในช่วง 301 - 1,200 บาท สำหรับรายการส่งเสริมการขาย ผู้ซื้อต้องการให้ห้างสรรพสินค้าสี่สวนพลาซ่า จัดรายการโดยวิธีการสะสมแต้ม และคูปองลดราคา

ปัญหาในการไปใช้บริการของผู้ซื้อ คือ ปัญหาการมีสินค้าไม่ครบตามที่ต้องการ การได้รับการบริการที่ล่าช้า และการเลือกหาแผนกของสินค้าที่ต้องการได้ยาก ตามลำดับ ห้างสรรพสินค้าอื่นที่ผู้ซื้อมักไปใช้บริการ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ห้างสรรพสินค้า สันติราษฎร์ และห้างสรรพสินค้า ส.การคำ ตามลำดับ

จากการศึกษา พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญที่ห้างสรรพสินค้าสี่สวนพลาซ่าควรนำมาใช้ ได้แก่ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และหากมีการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ของสินค้า ควรจะประชาสัมพันธ์ให้แก่ผู้ซื้อทราบ และจัดทำแผนผังแผนเตอร์ของสินค้านั้นไว้ให้ชัดเจน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Title : Analyzing the Buyers of Season Plaza
Department Store Changwat Chiang Mai

Author : Mr.Teera Rakariyatham

M.B.A. : Master of Business Administration

Examining committee :

Assist.Prof. Dararatana Boonchaliew Chairman

Lecturer Orachorn Maneesone Member

Assost.Prof. Sirikiat Ratchusanti Member

Abstract

This independent study on Analyzing the Buyers of Season Plaza Department Store Changwat Chiang Mai had the objectives to study the buyers and thier problems. The study concern who buyers were, what and, why they bought, who participate as the decision maker to buy, how they approached and buying behavior. The results of study would be useful for planning and setting marketing strategy in order to meet the needs of the buyers. The sample groups were selected from the buyers of Season Plaza, by purposive sampling and accidental sampling method. The sample size were 210 samples. The questionnair had chosen as instruments to gathering data. The results were analyzed by using statistic tools as SPSS/PC*, percentage analysis, and frequency table.

The buyers of Season Plaza Department Store's were men and women, most of them were single. Their age were between 15 - 35 years, the Education were the secondary school to bachelor degree. Most of buyers were private employees and students, average revenue per person were under 3,000 - 15,000 Baht. They had resident in Amphoe Muang Chiang Mai.

Most of the buyers shopped at leather and shoes department more than another counter. The next choice were supermarket (fresh food) , supermarket (dry food) and underwear counter. The reasons that the buyers concerned about Season Plaza were the image and brand name reputation. The next reasons were quality of products and the standard of price.

The buyers made decision in buying product and service by themself and the purpose in buying was for thier needed. Most of the buyers went to Season Plaza Department Store on Saturday and Sunday between 10.00am.-12.00pm., and between 18.00pm. - 22.00pm. for the normal day.

The buyers received news from radio and billboard which had the influences affected their buying decision. Most of the buyers paid in cash approximate 301 - 1,200 Baht each time. For the promotion, the buyers would liked to have stamp and sale coupon promotion.

The buyers confronted many problems as follows: the products had no varieties to suffer all the buyers's needs, the ignorance of salesperson that not responded to the buyers and the problem in very hard to find the product counter. The other department store beside Season Plaza that buyers went were Central Department Store, Tantraphan Department Store and S.Kankha Department Store, as follower.

The result from the study found out that, the marketing strategy that Season Plaza Department Store should be used were the varieties of product. Season Plaza Department Store should have a good communication to the buyers if the new layout of the counter were set up.