

## 1. ความสำคัญและที่มาของปัญหา

เชียงใหม่เป็นเมืองใหญ่อันดับสองรองจากกรุงเทพมหานคร มีประชากรรวม 1,530,779 คน แยกเป็นชาย 775,282 คน หญิง 755,497 คน เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของจังหวัดในภาคเหนือของประเทศ เป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอันยาวนานกว่า 700 ปี ประชากรที่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่มีชีวิตความเป็นอยู่ ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีลักษณะเป็นเอกลักษณ์ของคนเมือง หรือของล้านนา ชาวเชียงใหม่เป็นผู้ที่รักสงบ มีชีวิตความเป็นอยู่อย่างเรียบง่าย ใจบุญ แต่ด้วยความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทำให้ชีวิตที่เรียบง่ายเปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะเมื่อมีการก่อตั้งมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เมื่อ พ.ศ. 2507 และการส่งเสริมการท่องเที่ยวของทางราชการ รวมทั้งการขยายเส้นทางคมนาคมสายหลัก ลำปาง-เชียงใหม่ เมื่อ พ.ศ. 2513 ทำให้มีผู้คนจากทั่วทุกภาคของประเทศหลั่งไหลเข้ามาอาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ และบุคคลเหล่านี้ได้นำรูปแบบการดำรงชีวิตและพฤติกรรมที่แตกต่างจากความเป็นอยู่ดั้งเดิมมาเผยแพร่ จนทำให้ความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมยิ่งทวีมากขึ้น

นโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยว นโยบายกระจาย ความเจริญสู่ภูมิภาค และการส่งเสริมให้มีการพัฒนาการศึกษาในระดับสูงขึ้นก็ดี ต่างก็ส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องมีความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วไม่ว่าจะเป็น โรงแรม รีสอร์ท กภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก สถานเริงรมย์ ฯลฯ โดยเฉพาะในช่วงเวลาไม่ถึง 10 ปีที่ผ่านมา ร้านค้า สิ่งปลูกสร้าง อาคารพาณิชย์ ตลอดจนที่อยู่อาศัยในรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งคอนโดมิเนียม ถูกสร้างขึ้น อาณาเขตของเมืองก็ได้มีการขยายออกไปให้ขยายกว้างขึ้น มีธุรกิจใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมาย โดยเฉพาะศูนย์การค้า และห้างสรรพสินค้าที่เป็นแหล่งซื้อขายจับจ่ายสินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Product) มีมากขึ้นและเป็นที่นิยมของผู้บริโภคมากขึ้นทุกขณะ ห้างสรรพสินค้าในท้องถิ่นมีการขยายสาขาเพิ่มและมีการแข่งขันกันในรูปแบบต่าง ๆ อย่างเข้มข้น อาทิ การขยายรูปแบบการทำธุรกิจเป็น

มินิสโตร์ ชูเปออร์มาร์เก็ท นอกจากนี้ กลุ่มผู้จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ยังมีการรวมตัวกันเพื่อให้มีอำนาจต่อรองกับผู้ผลิต เช่น การจัดตั้งชมรมจตุรภักดิ์เชียงใหม่ขึ้นปี พ.ศ. 2522 เป็นต้น

ตลาดผู้บริโภคของเชียงใหม่มีใช้จะเป็นที่สนใจของผู้ประกอบการในท้องถิ่นเท่านั้น ยังเป็นที่สนใจของผู้ประกอบการส่วนกลางที่เข้ามาลงทุนอีกด้วย ดังจะเห็นได้จากการเสนอขอความช่วยเหลือธุรกิจ ในจังหวัดเชียงใหม่ของวารสารทางธุรกิจต่าง ๆ ในช่วงปี พ.ศ.2529 - 2533 และในปีต่อ ๆ อีกประปราย จนจนมีการลงทุนของผู้ประกอบการส่วนกลาง เช่น การเปิดสาขาของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลที่กาดสวนแก้ว การเปิดสาขาของแม็คโครที่ถนนชูเปออร์ไฮเวย์ เป็นต้น

ความเจริญทางธุรกิจของจังหวัดเชียงใหม่ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันที่ปรากฏขึ้นนั้นสร้างความกระตือรือร้นและท้าทายแก่นักธุรกิจในท้องถิ่นมาก จนทำให้กลุ่มนักธุรกิจเหล่านี้ต้องรวมตัวกันวางแผนต่อสู้ในเชิงรุกมากขึ้นกว่าเดิมซึ่งคอยแต่จะเป็นฝ่ายรับและดำเนินธุรกิจอย่างค่อยเป็นค่อยไป เนื่องจากปรากฏการณ์ทางธุรกิจที่ผ่านมาความเจริญน่าจะทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ดำเนินไปได้ด้วยดี แต่จะมีคำกล่าวเสมอที่เชียงใหม่เป็นเมืองปราบเซียนซึ่งหมายถึง นักธุรกิจที่มีความสามารถทำธุรกิจประสบความสำเร็จจากที่อื่น อาจจะไม่ประสบความสำเร็จในจังหวัดเชียงใหม่ก็ได้

การดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จนั้นจะต้องมีเงินลงทุนที่เพียงพอ มีการจัดการ มียุทธวิธี และการวางแผนทางการตลาดที่ดี และที่สำคัญที่สุดอยู่ที่ธุรกิจนั้น ๆ สามารถสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้าหรือผู้บริโภคได้อย่างสม่ำเสมอ โดยที่ความพอใจนั้นอาจก่อให้เกิดการซื้อซ้ำ การซื้อซ้ำของลูกค้าจะทำให้ธุรกิจได้กำไรเป็นผลตอบแทน ผลตอบแทนที่ต่อเนื่องซึ่งเกิดจากการซื้อซ้ำนี้ จะทำให้ธุรกิจดำเนินอยู่ได้ท่ามกลางกระแสของการแข่งขัน การที่ธุรกิจจะสามารถสร้างความพอใจให้กับลูกค้าหรือผู้บริโภคได้ท่ามกลางการแข่งขันนั้น นักธุรกิจจะ

แข่งขันนั้น นักธุรกิจจะต้องเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค รู้พฤติกรรมการใช้จ่ายเงิน รู้ว่าเหตุใดผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ทำอย่างไรผู้บริโภคจึงจะยอมจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการ มีนักธุรกิจจำนวนมากที่ประสบความล้มเหลว ไม่สามารถทำให้ผู้บริโภคจ่ายเงินได้ หรือ จำนวนผู้บริโภคที่จ่ายเงินมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอที่จะทำให้ธุรกิจมีรายได้ที่จะอยู่รอด หรือ อาจกล่าวได้ว่า เป็นเพราะนักธุรกิจคาดคะเนพฤติกรรมผู้บริโภคผิด ดังนั้น การที่นักธุรกิจที่มีความสามารถประสบความสำเร็จจากที่อื่น เมื่อมาทำธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่แล้วประสบความล้มเหลว ส่วนหนึ่งมาจากการขาดการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคของประชาชนชาวเชียงใหม่ ชาวเชียงใหม่จริง ๆ ชอบชีวิตส่วนตัว มีรถยนต์ ชอบใช้ชีวิตอยู่ในบ้าน ไม่ชอบทานอาหารนอกบ้าน มักจะพบกันว่าลูกค้าที่เข้าไปบริโภคร้านอาหาร และสถานบันเทิงอื่นต่าง ๆ มีลูกค้าเป็นคนต่างถิ่นที่มาอยู่ชั่วคราว หรือไม่ก็เป็นนักท่องเที่ยว ดังนั้น ภาพเศรษฐกิจที่นักธุรกิจต่างถิ่นเห็นอยู่จึงเป็นภาพลวงตาที่เกิดจากพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยวและคนต่างถิ่นที่เกิดขึ้นชั่วคราว เมื่อพวกเขากลับไปหรือเมื่อปิดภาคเรียน ธุรกิจก็จะซบเซาลง

แต่ถึงอย่างไรก็ตามมีความเชื่อว่าการปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนต่างถิ่นและชาวเชียงใหม่คงมีส่วนหล่อหลอมให้พฤติกรรมผู้บริโภคของชาวเชียงใหม่เปลี่ยนไป ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค จึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาถึงการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้สินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายถึงถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้วและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว (เจงชัย สันติวงษ์ 2524 หน้า 29)

จากคำจำกัดความดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นสิ่งที่นักธุรกิจสนใจอยากรู้และพยายามเข้าใจ เพื่อที่จะได้เข้าใจถึง เหตุผลการแสดงออกของผู้บริโภคเกี่ยวกับการได้มาและใช้ไปซึ่งสินค้าและบริการต่าง ๆ เหตุผลการแสดงออกนี้ เป็นเรื่องราวของกระบวนการตัดสินใจที่มีผลโดยตรงต่อการกระทำของผู้บริโภค การเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคจะช่วยให้ธุรกิจสามารถตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมทางการตลาดได้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจห้างสรรพสินค้า

PAYAP UNIVERSITY