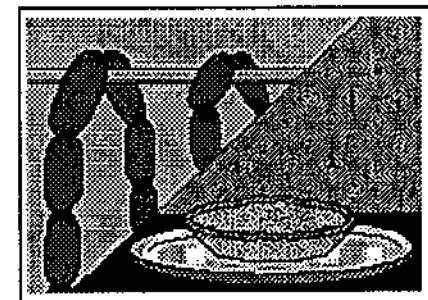


๙ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการในห้างสรรพสินค้า

ชาวเชียงใหม่เลือกใช้บริการห้างสรรพสินค้าอย่างไร? อะไรเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อสินค้า? ความรู้สึกของผู้ใช้บริการต่อยุทธวิธีในการชักชวนลูกค้าของห้างสรรพสินค้านั้น ๆ เป็นอย่างไร? การวางแผนจากข้อมูลที่ได้รับจากการคำถามต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นจะช่วยในการกำหนดยุทธวิธีต่อการกระตุ้นให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการบ่อยครั้งมากขึ้น อันจะช่วยให้การดำเนินงานธุรกิจของห้างดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การศึกษาค้างนี้ได้สอบถามถึงเหตุผลการเลือกใช้บริการห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถให้เหตุผลในการเลือกใช้บริการได้มากตามที่ต้องการ



PAYAP UNIVERSITY

V. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการในห้างสรรพสินค้า

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการ

จากการสอบถามผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ถึงสาเหตุในการไปเลือกซื้อสินค้าตามชื่อร้านค้าที่กำหนดให้ โดยผู้ตอบสามารถเลือกตอบได้หลายเหตุผล ในการเลือกสินค้าและบริการในแต่ละร้าน ดังแสดงในรูปที่ 24 และ 25 ซึ่งจากรูปได้คำนวณจากผลรวมของแต่ละเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าของแต่ละร้านแยกตามผลรวมของร้านทั้งหมด และเหตุผลรวมทั้งหมด ด้วยวิธีดังกล่าวการอ่านค่าตามแนวตั้ง เพื่อเปรียบเทียบมูลเหตุจริงใจในการซื้อสินค้าที่ให้มาของแต่ละร้าน

สรุปมูลเหตุจริงใจในการเลือกซื้อสินค้าหรือการบริการในห้างร้าน

เหตุผลที่สำคัญในด้านผลรวม ซึ่งเป็นเหตุจริงใจในการไปอุดหนุนร้านต่าง ๆ คือ ทำเลที่ตั้งสะดวก รองลงมา ซึ่งมีค่าใกล้เคียงกันคือ มีสินค้าให้เลือกมาก สินค้ามีคุณภาพดี ที่จอดรถสะดวก การจัดร้านสะอาดและสะดวก และพนักงานสุภาพเรียบร้อยตามลำดับ ห้างสรรพสินค้าที่ผู้ตอบได้ระบุในการไปใช้บริการมากที่สุด คือ กาดสวนแก้ว รองลงมาที่มีค่าใกล้เคียงกันคือ แอร์พอร์ต พลาซ่า

เมื่อพิจารณาถึงแต่ละร้านพบว่า มูลเหตุจริงใจที่สำคัญสูงสุด 3 ประการ ในการซื้อสินค้าในร้านค้าดังกล่าว คือ .



กาดสวนแก้วทำอะไรบ้างที่
ประชาชนชอบ

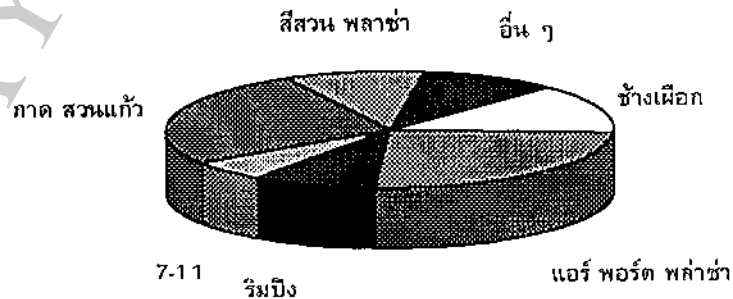


ควรมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติม
โดยเฉพาะที่แอร์พอร์ต พลาซ่า ในเรื่อง
บรรยากาศ (หรือขาดบรรยากาศ) ที่จะทำ
ให้เพิ่มจำนวนลูกค้า

PAYAP UNIVERSITY

รูปที่ 24 (38ก): มูลเหตุจูงใจให้ซื้อสินค้าตามร้านต่าง ๆ (รวม)

	ข้างเผือก	แอร์ พอร์ต	ริมปิง โชดนา	7-11	เซ็นทรัล	สีสวน พลาซ่า	อื่น ๆ	รวม
มีของใหม่และสด	1.1%	2.5%	0.6%	0.6%	2.6%	0.8%	1.0%	9.3%
มีสินค้าให้เลือกมาก	1.8%	3.4%	0.6%	0.2%	4.3%	1.1%	1.1%	12.6%
สินค้าน่ามีคุณภาพดี	1.7%	2.9%	0.9%	0.6%	3.6%	1.0%	0.8%	11.3%
ทำเลที่ตั้งสะดวก	1.7%	3.1%	1.4%	1.6%	2.7%	1.3%	1.8%	13.6%
พนักงานสุภาพเรียบร้อยดี	1.5%	2.4%	0.9%	1.2%	2.9%	1.0%	0.5%	10.3%
การจัดร้านสะอาดและสะดวก	1.3%	2.9%	0.8%	0.8%	3.3%	0.8%	0.6%	10.5%
ที่จอดรถสะดวก	1.3%	3.5%	1.5%	0.2%	2.5%	0.7%	1.0%	10.7%
ราคาสินค้าถูกกว่าที่อื่น ๆ	0.4%	0.6%	0.9%	0.2%	0.7%	0.8%	2.0%	5.7%
สามารถซื้อสินค้าด้วยบัตรเครดิต	1.5%	1.8%	0.8%	0.1%	1.8%	1.2%	0.4%	7.6%
มีบริการบัตรเครดิตส่วนลด	1.6%	1.9%	0.8%	0.1%	2.2%	1.2%	0.6%	8.3%
รวม	13.7%	25.0%	9.3%	5.5%	26.7%	9.8%	9.9%	100%



รูปที่ 25 (39ก): มุมเหตุจูงใจให้ซื้อสินค้าตามร้านต่าง ๆ แยกตามเพศ (รวม)

ชาย	n = 204	ช่างเฟอร์นิเจอร์	แอร์พอร์ต	ริมฝั่ง โชตนา	7-11	ภาค สวนแก้ว	สีสวน พลาซ่า	อื่นๆ	รวม
		มีของใหม่และสด	1.2%	2.6%	0.7%	0.5%	2.8%	0.9%	0.6%
มีสินค้าให้เลือกมาก	1.9%	3.3%	0.6%	0.1%	4.4%	1.1%	0.8%	12.2%	
สินค้ามีคุณภาพดี	1.7%	2.8%	0.8%	0.6%	3.5%	1.0%	0.6%	11.0%	
ทำเลที่ตั้งสะดวก	1.7%	3.0%	1.5%	1.7%	2.7%	1.2%	1.2%	13.0%	
พนักงานสุภาพเรียบร้อยดี	1.7%	2.2%	0.8%	1.3%	3.1%	1.3%	0.2%	10.6%	
การจัดร้านสะอาดและสะดวก	1.3%	2.7%	0.8%	1.0%	3.0%	0.8%	0.5%	10.2%	
ที่จอดรถสะดวก	1.6%	3.2%	1.6%	0.2%	3.0%	0.8%	0.7%	10.9%	
ราคาสินค้าถูกกว่าที่อื่น ๆ	0.5%	0.6%	0.9%	0.3%	0.9%	1.0%	1.8%	6.0%	
สามารถซื้อสินค้าได้ด้วยบัตรเครดิต	1.7%	1.7%	0.9%	0.1%	2.1%	1.5%	0.3%	8.3%	
มีบริการบัตรเครดิตส่วนลด	1.7%	1.8%	0.9%	0.1%	2.3%	1.4%	0.4%	8.5%	
รวม		15.0%	23.8%	9.6%	5.9%	27.8%	11.0%	7.0%	100%

หญิง

n = 333

	ข้างเผือก	แอร์ พอร์ต	ริมปีง โชตนา	7-11	กาด สวนแก้ว	สีสวน ปลาซ่า	อื่นๆ	รวม
มีของใหม่และสด	1.0%	2.5%	0.6%	0.6%	2.5%	0.7%	1.3%	9.2%
มีสินค้าให้เลือกมาก	1.7%	3.5%	0.6%	0.3%	4.3%	1.0%	1.4%	12.9%
สินค้ามีคุณภาพดี	1.7%	2.9%	0.9%	0.5%	3.7%	1.0%	0.9%	11.6%
ทำเลที่ตั้งสะดวก	1.7%	3.2%	1.4%	1.5%	2.7%	1.4%	2.3%	14.1%
พนักงานสุภาพเรียบร้อยดี	1.3%	2.5%	1.0%	1.1%	2.8%	0.8%	0.7%	10.1%
การจัดร้านสะอาดและสะดวก	1.3%	3.1%	0.8%	0.7%	3.5%	0.7%	0.8%	10.8%
ที่จอดรถสะดวก	1.1%	3.7%	1.5%	0.2%	2.2%	0.6%	1.2%	10.4%
ราคาสินค้าถูกกว่าที่อื่น ๆ	0.3%	0.6%	0.9%	0.2%	0.6%	0.6%	2.3%	5.5%
สามารถซื้อสินค้าได้ด้วยบัตรเครดิต	1.3%	1.9%	0.7%	0.1%	1.5%	1.1%	0.5%	7.2%
มีบริการบัตรสมาชิกส่วนลด	1.5%	1.9%	0.7%	0.1%	2.2%	1.1%	0.7%	8.2%
รวม	12.8%	26.0%	9.1%	5.3%	26.0%	8.9%	12.0%	100%

PAYAP UNIVERSITY

ตารางที่ 3.

แรงจูงใจที่สำคัญในการซื้อสินค้าในร้านค้า

ร้าน	เหตุผลสำคัญ
ข้างเคiosk:	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีสินค้าให้เลือกมาก 2. สินค้ามีคุณภาพดี และทำเลที่ตั้งสะดวก (tie) 3. มีบริการบัตรเครดิตส่วนลด
แอร์พอร์ต พลาซ่า	<ol style="list-style-type: none"> 1. ที่จอดรถสะดวก (tie) 2. มีสินค้าให้เลือกมาก 3. ทำเลที่ตั้งสะดวก
ริมฝั่ง	<ol style="list-style-type: none"> 1. ที่จอดรถสะดวก 2. ทำเลที่ตั้งสะดวก 3. พนักงานสุภาพเรียบร้อยดี สินค้าคุณภาพดี และราคาสินค้าถูกกว่า 3. ที่อื่น (tie)
เวเวนฮิลเฟเว่น	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทำเลที่ตั้งสะดวก 2. พนักงานสุภาพเรียบร้อยดี 3. การจัดร้านสะอาดสะดวก
กาดสวนแก้ว	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีสินค้าให้เลือกมาก 2. สินค้ามีคุณภาพดี 3. การจัดร้านสะอาดและสะดวก
สีสวนพลาซ่า	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทำเลที่ตั้งสะดวก (tie) 1. สามารถซื้อสินค้าได้ด้วยบัตรเครดิต และมีบริการบัตรเครดิตส่วนลด 3. มีสินค้าให้เลือกมาก
อื่น ๆ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ราคาสินค้าถูกกว่าที่อื่น ๆ 2. ทำเลที่ตั้งสะดวก 3. มีสินค้าให้เลือกมาก

ข้อพึงสังเกตภาพรวมของมูลเหตุจิตใจในการเลือกใช้บริการในห้างสรรพสินค้าที่สำคัญที่สุด คือ ทำเลที่ตั้ง สะดวก หากเราพิจารณาเซ็นทรัลพลาซ่าสวนแก้ว ซึ่งเป็นห้างสรรพสินค้าที่คนนิยมไปใช้บริการมากที่สุดว่า มูลเหตุจิตใจใดบ้างที่เลือกห้างฯ นี้ กลับได้มูลเหตุจิตใจสูงสุดคือ มีสินค้าให้เลือกมาก แสดงให้เห็นว่าความปรารถนาจะไปในสถานที่ที่มีสินค้าให้เลือกมาก คุณภาพและบรรยากาศในร้านดี แม้จะต้องใช้เวลา ในการเดินทาง

ตารางที่ 5 ควรมีการแปลความหมายที่ได้ด้วยความระมัดระวัง ตารางนี้ไม่ได้แสดงข้อที่เป็นเหตุผลเชิงลบ แต่เป็นเหตุผลเชิงบวกที่ได้รับการพิจารณาน้อยที่สุด สำหรับส่วนที่สำคัญ ค่าความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ดึงดูดใจในการซื้อสินค้า ผลรวมด้านขวามือสุดของรูป 24 มีข้อสังเกตว่า แม้ว่ามีสินค้าให้เลือกมากจะมีค่าสูงสุดเป็นอันดับสอง (ชี้ให้เห็นว่าเป็นผลที่ควรนำไปพิจารณา) แต่ในขณะที่ปริมาณค่าที่ได้ดังกล่าวกับเป็นเหตุผลต่ำที่สุดอันดับที่สอง

ในขณะที่ตารางที่ 4.1, 4.2, และตารางที่ 5 อาจจะมีได้แสดงค่าความสัมพันธ์เชิงสถิติ แต่เป็นการให้ภาพรวมที่นำชี้ถึงแนวทางการซื้อสินค้า และเหตุผลสำหรับแนวทางนั้น ๆ ข้อสังเกต กาดสวนแก้ว และแอร์พอร์ต พลาซ่า มีส่วนแบ่งตลาดธุรกิจของเล่นของเชียงใหม่รวมกัน 60% (34% และ 26% ตามลำดับ)

ไม่เพียงแต่เท่านั้นการวิเคราะห์ในรูป 24 ปรากฏ ออกมาว่า ประเด็นหนึ่งซึ่งผู้ตอบส่วนมากระบุ คือ กาดสวนแก้ว มีสินค้าให้เลือกมากกว่าเหตุผลอื่น ๆ และมากกว่าร้านค้าอื่น ๆ มีค่าเท่ากับร้อยละ 4.3 รองลงมาคือ มีสินค้ามีคุณภาพดี คิดเป็นร้อยละ 3.6 เป็นอันดับสอง และแอร์พอร์ต พลาซ่า มีที่จอดรถสะดวก เป็นอันดับสาม หรือคิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ



เซ็นทรัลสามารถเคลื่อนย้าย

สินค้าไปตามสาขาต่าง ๆ ได้ คือ สินค้าตัวไหนที่ขายไม่ดีในทำเลหนึ่งก็ให้ย้าย ทำเลอื่น ยุทธวิธีอย่างเดียวกันนี้ต้นตราบัณฑิต น่าจะนำมาใช้ได้ เช่น ถ้าขายสินค้าตัวนั้นที่แอร์พอร์ต พลาซ่า ตั้งราคาสูง แต่เมื่อย้ายไปสาขาอื่นราคาก็ถูกลงมิ

ตารางที่ 4.1

สินค้าสะดวกซื้อที่มีการซื้อบ่อย และน้อย แยกตามร้าน

ร้าน	สินค้าที่มีการซื้อบ่อย	สินค้าที่มีการซื้อน้อย
ข้างเมื่อก:	สินค้าเกี่ยวกับความสะอาดร่างกาย สินค้าเกี่ยวกับความสะอาดบ้าน	อาหารสด, เหล้าเบียร์
แอร์พอร์ต พลาซ่า	สินค้าเกี่ยวกับความสะอาดร่างกาย สินค้าเกี่ยวกับความสะอาดบ้าน	อาหารสด, เหล้า เบียร์
ริมบึง	สินค้าเกี่ยวกับความสะอาดร่างกาย สินค้าเกี่ยวกับความสะอาดบ้าน, อาหารแห้ง	เหล้า เบียร์, ขนม
7-11	ขนม, เหล้าเบียร์	สินค้าเกี่ยวกับความสะอาดบ้าน, อาหารสด
กาดสวนแก้ว	ขนม, สินค้าเกี่ยวกับความสะอาดร่างกาย	อาหารสด, เหล้า เบียร์
สี่สวนพลาซ่า	อาหารแห้ง, สินค้าเกี่ยวกับความสะอาดร่างกาย	อาหารสด, เหล้า เบียร์
อื่น ๆ	อาหารสด, อาหารแห้ง	ของขวัญ, ของเล่น

ตารางที่ 4.2

สินค้าเลือกซื้อที่มีการซื้อบ่อย และน้อย แยกตามร้าน

ร้าน	สินค้าที่มีการซื้อบ่อย	สินค้าที่มีการซื้อน้อย
ข้างเขือก:	วีดีโอ, เสื้อผ้า	หนังสือ, สินค้าเกี่ยวกับการแต่งบ้าน
แอโรพอร์ท พลาซ่า	ของขวัญ, เสื้อผ้า	หนังสือ, สินค้าเกี่ยวกับการแต่งบ้าน
ริมปิง	ของขวัญ, เครื่องนอน	เสื้อผ้า สินค้าเกี่ยวกับการแต่งบ้าน
7-11	*	*
กาดสวนแก้ว	เสื้อผ้า, ของขวัญ	สินค้าเกี่ยวกับการแต่งบ้าน, หนังสือ
สี่สวนพลาซ่า	เสื้อผ้า, ของขวัญ	สินค้าเกี่ยวกับการแต่งบ้าน, หนังสือ
อื่น ๆ	เครื่องเขียน, วีดีโอ	ของขวัญ, ของเล่น

ตารางที่ 5.

เหตุผลที่สำคัญมากและน้อยในการเลือกใช้บริการ แยกตามร้าน

ร้าน	เหตุผลสำคัญ	เหตุผลสำคัญ
ข้างเผือก:	มีสินค้าให้เลือกมาก, สินค้าคุณภาพดี, ทำเลที่ตั้งสะดวก	ราคา, มีของใหม่และสะดวก
แอร์พอร์ต พลาซ่า	ที่จอดรถสะดวก, มีสินค้าให้เลือกมาก, ทำเลที่ตั้งสะดวก	ราคา, สามารถซื้อสินค้าได้ด้วยบัตรเครดิต
ริมปิง	ที่จอดรถสะดวก, ทำเลที่ตั้งสะดวก, ราคาสินค้าถูกกว่าที่อื่น ๆ	มีสินค้าให้เลือกมาก, มีของใหม่และสะดวก
7-11	ทำเลที่ตั้ง, พนักงานสุภาพเรียบร้อยดี, การจัดร้านสะอาดและสะดวก	*
กาดสวนแก้ว	มีสินค้าให้เลือกมาก, สินค้ามีคุณภาพดี, การจัดร้านสะอาดสะดวก	ราคาสินค้าถูกกว่าที่อื่น ๆ, สามารถซื้อสินค้าได้ด้วยบัตรเครดิต
สีสวนพลาซ่า	ทำเลที่ตั้ง, สมาชิกซื้อสินค้าได้ด้วยบัตรเครดิต และมีบริการบัตรสมาชิกส่วนลด	การจัดร้านสะอาดและสะดวกและมีของใหม่และสะดวก
อื่น ๆ	ราคาสินค้าถูกกว่าที่อื่น ๆ, ทำเลการจัดร้านสะอาดสะดวก	สามารถซื้อสินค้าได้ด้วยบัตรเครดิต, พนักงานสุภาพเรียบร้อยดี



ควรมีการศึกษาต่อไปถึงความคิดเห็นของลูกค้าในเรื่องข้อดีข้อด้อยของต้นตราบัณฑิตในแต่ละสาขา ในแต่ละเวลา แต่ละวัน หรือแต่ละสัปดาห์ที่ลูกค้ามาใช้บริการต่างเวลากัน



ควรมีการศึกษาวิจัยต่อไป

สำรวจความต้องการ

- ❖ สำรวจทัศนคติของเจ้าของร้าน ในแอร์พอร์ต พลาซ่า และต้นตราบัณฑิตข้างเผือก
- ❖ ศึกษาขบวนการเคลื่อนไหวของลูกค้าภายใน แอร์พอร์ต พลาซ่า และต้นตราบัณฑิตข้างเผือก
- ❖ ศึกษาสิ่งแวดล้อมภายในร้าน ให้มีการศึกษา เพื่อเป็นการติดตามกลุ่มประชากรต่อไปอย่างต่อเนื่อง
- ❖

ปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการให้บริการห้างสรรพสินค้า

นอกจากปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้น ยังพบว่ามีปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการในห้างสรรพสินค้า ได้แก่

- ❖ การเลือกซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย
- ❖ การใช้เวลาร้างเพื่อทำกิจกรรม
- ❖ การได้รับข่าวสารข้อมูล
- ❖ ท่านไปจับจ่ายใช้สอยกับใคร
- ❖ เวลาการไปจับจ่ายใช้สอย

PAYAP UNIVERSITY