

## สรุปนำเรื่อง

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยพายัพ ได้เสร็จสิ้นการศึกษาเรื่องการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าจังหวัดเชียงใหม่เมื่อ ตุลาคม 2536 พื้นที่ที่ทำการศึกษายู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ แบ่งพื้นที่การสำรวจออกเป็น 4 เขต (ZONE) ครอบคลุมทั้งในและนอกเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยทำการสุ่มตัวอย่างกลุ่มเป้าหมายที่เป็นประชากรผู้บริโภคจำนวน 539 ราย ซึ่งทำการสำรวจโดยนักศึกษาศาखाวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ

เป้าหมายสูงสุดของการวิจัยนี้คือ การอธิบายถึงลักษณะของประชากรที่เป็นลูกค้าของห้างสรรพสินค้า ซึ่งสามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด และรายได้รวมของห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งรวมถึงห้างสรรพสินค้าต้นตราภัณฑ์และสาขา

ในช่วงระยะเวลาปีเศษตั้งแต่เปิดกิจการ แอร์พอร์ตพลาซ่าได้เติบโตกลายเป็นห้างสรรพสินค้าใหญ่แห่งหนึ่งที่สนองตอบความต้องการของผู้บริโภคชาวเชียงใหม่ ลูกค้าที่ไปใช้บริการจัดได้ว่าเป็นผู้บริโภคที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงระดับสูง สาเหตุที่ไปจับจ่ายที่แอร์พอร์ตเพราะมีสินค้าให้เลือกมากมายหลายประเภท ทำเลที่ตั้งเหมาะสม มีที่จอดรถสะดวก ซึ่งลูกค้ามีความเต็มใจที่จะใช้จ่ายเงินมากเพื่อสินค้าที่มีคุณภาพสูง สามารถเดินเที่ยวจับจ่ายซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกสบาย แทนที่จะไปซื้อแล้วรีบกลับ นอกจากนี้ยังถือว่าเป็นการพักผ่อน และสร้างประสบการณ์ในกิจกรรมทางด้านสังคมอีกด้วย

ลูกค้าของต้นตราภัณฑ์ข้างเฟือก และริมปิง จากการศึกษาปรากฏว่าจัดอยู่ในระดับรายได้ต่ำและปานกลาง เหตุผลที่ไปใช้บริการในร้านทั้งสองเพราะว่ามีสินค้าให้เลือกมาก คุณภาพดี และทำเลที่ตั้งสะดวก อย่างไรก็ตามอำนาจซื้อสินค้าจะเน้นคุณภาพดีในราคาที่เหมาะสม ลูกค้าต้นตราภัณฑ์ข้างเฟือกมีความพอใจในการจับจ่ายสินค้าแห่ง ในขณะที่ลูกค้าริมปิงพอใจอาหารสด ลูกค้าที่มาริมปิงและต้นตราภัณฑ์ข้างเฟือกมิได้คำนึงถึงการมาพักผ่อน เดินดูสินค้า หรือลักษณะทางสังคมเช่นเดียวกับแอร์พอร์ตพลาซ่า แต่ส่วนใหญ่มาซื้อสินค้าโดยตรง และในราคาที่เหมาะสม

คำแนะนำในการทำการวิจัยครั้งต่อไป นอกเหนือจากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นการช่วยในการพัฒนา และการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และข้อเสนอแนะในการนำไปปฏิบัติให้แก่กลุ่มต้นตราภัณฑ์ จะปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้.