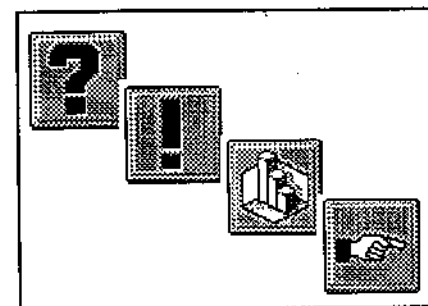


## ๑ บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ดำเนินการระหว่างเดือนสิงหาคมถึงเดือนกันยายน 2536 โดยมีวัตถุประสงค์และสมมุติฐานว่า ความเข้าใจลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภคจะช่วยให้ห้างสรรพสินค้าในเครือตันตราภัณฑ์ (ห้างสรรพสินค้าตันตราภัณฑ์ ช้างเผือก ริมบึงขุปเปอร์โตร์ ห้างสรรพสินค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า และห้างเซเว่นอีเลฟเว่น) สามารถขยายส่วนแบ่งตลาดและพัฒนาธุรกิจให้ดียิ่งขึ้นในอนาคต



PAYAP UNIVERSITY

## VII. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

### 1. การศึกษาวิจัย

การศึกษานี้ได้ดำเนินการระหว่างเดือนสิงหาคมถึงเดือนกันยายน 2536 โดยมีวัตถุประสงค์และสมมติฐานว่า ความเข้าใจลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภคจะช่วยให้ห้างสรรพสินค้าในเครือต้นตราภัณฑ์สามารถขยายส่วนแบ่งตลาดและพัฒนาธุรกิจให้ดียิ่งขึ้นในอนาคต

จากการศึกษาโดยการสุ่มตัวอย่างประชากรในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 539 ราย พบว่า

- ❖ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเยาวชนและวัยกลางคน ซึ่งชี้ให้เห็นแนวโน้มด้านกำลังซื้อที่ดีในอนาคต
- ❖ รายได้เฉลี่ยของประชากรในเชียงใหม่อยู่ในเกณฑ์ที่สูงกว่ารายได้เฉลี่ยประชาชนทั่วประเทศ
- ❖ กลุ่มประชากรตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ที่มีรายได้เพียงพอในการจับจ่ายซื้อของได้มากขึ้นในอนาคต มีธุรกิจส่วนตัวและมีรายได้ดี
- ❖ ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนมากที่เป็นนักศึกษาชั้นมัธยมเป็นต้น ซึ่งกำลังซื้อที่สำคัญเมื่อเขาสำเร็จการศึกษาในอนาคต

จากการเปลี่ยนแปลงด้านประชากรของไทยในปัจจุบัน กล่าวคือจำนวนผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่จำนวนเด็กในแต่ละครอบครัวมีแนวโน้มลดลงนั้น ห้างสรรพสินค้าต้นตราบัณฑิตการจะปรับปรุงการให้บริการโดยเน้นสำหรับผู้ที่อยู่ในวัยสูงอายุและมีฐานะทางเศรษฐกิจดี ทั้งนี้เชื่อว่าเยาวชนที่ใช้บริการของห้างสรรพสินค้าต้นตราบัณฑิตในปัจจุบัน จะมีความประสงค์ที่จะใช้บริการต่อเนื่องไปในอนาคตด้วย

ข้อมูลบางประการมีจำนวนน้อย ไม่สามารถเป็นตัวแทนในเชิงสถิติได้ จึงไม่สามารถที่จะวิเคราะห์ให้ลึกซึ้งสมบูรณ์ ข้อมูลบางอย่างที่ไม่ได้นำมาวิเคราะห์ในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่

- ❖ อายุ: (ต่ำกว่า 20 ปี)
- ❖ สถานภาพการสมรส: (แม่หม้าย หรือคู่สมรสที่แยกกันอยู่ หรือคู่สมรสที่ย่ำร้าง)
- ❖ การศึกษา: (ระดับสูงกว่าปริญญาตรี)
- ❖ อาชีพ: (กรรมกรผู้ใช้แรงงาน และแม่บ้าน)

ระหว่างการศึกษาครั้งนี้ปรากฏว่าร้านแมคโคร ซึ่งเป็นร้านค้าส่งที่เรียกว่า Cash and Carry Wholesalers ได้เปิดดำเนินการเมื่อเดือนสิงหาคม 2536 เนื่องจาก "ความใหม่" และการให้ "บัตรสมาชิก" ทำให้มีลูกค้าสนใจไปใช้บริการกันมากในช่วง 2-3 เดือนแรก ซึ่งอาจจะมีผลต่อการดำเนินการของห้างสรรพสินค้าต้นตราบัณฑิตบ้าง

## 2. คำถามชี้ชวนที่เกิดขึ้นระหว่างการวิเคราะห์

จากการศึกษาครั้งนี้ก่อให้เกิดคำถามชี้ชวน ดังต่อไปนี้

- ◇ ลักษณะประชากร ฐานะทางเศรษฐกิจและพฤติกรรมการซื้อสินค้ายาโรบ้างที่มีผลต่อการใช้บริการ ห้างสรรพสินค้าต้นตราบกัณฑ์และอื่น ๆ
- ◇ ผู้ใช้บริการมีเกณฑ์อะไรในการเลือกใช้บริการห้างสรรพสินค้า
- ◇ มีสิ่งพิมพ์อะไรบ้างที่ห้างสรรพสินค้าต้นตราบกัณฑ์จะสามารถนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์และดึงดูดลูกค้าได้
- ◇ ห้างสรรพสินค้าใหญ่ ๆ เช่น ห้างสรรพสินค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า ซึ่งมีผู้ใช้บริการค่อนข้างหนาแน่นนั้น ลูกค้าอาจจะมาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือมาเที่ยวมากกว่าการมาซื้อสินค้า
- ◇ ส่วนห้างสรรพสินค้าขนาดเล็กที่ผู้มาใช้บริการไม่มากนัก ลูกค้าส่วนใหญ่มักมีความตั้งใจที่จะเข้าไปซื้อสินค้าโดยตรง
- ◇ การจัดบริการรถโดยสารฟรีจะสามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าได้จริงหรือไม่
- ◇ ห้างริมบึงโชตนาสามารถดึงดูดลูกค้าจำนวนหนึ่งมาจากแหล่งการจับจ่ายซื้อของในตลาดสดได้หรือไม่ ดังนั้นห้างริมบึงโชตนาจะเพิ่มยอดขายได้ จึงควรเน้นให้ลูกค้าทราบถึงความได้เปรียบในด้านคุณภาพและความสะอาดของอาหาร
- ◇ เป็นไปได้หรือไม่ที่จะปรับปรุงชั้นบนสุดของห้างสรรพสินค้าต้นตราบกัณฑ์ข้างเผือก และส่วนหนึ่งของห้างสรรพสินค้าแอร์พอร์ตพลาซ่าให้เป็นโรงภาพยนตร์



เพื่อให้ลูกค้าที่มีรายได้สูง  
สนใจที่จะกลับมาซื้อใหม่ โดยการเสนอสินค้า  
ราคาดี เช่น สินค้าสะดวกซื้อลดราคาไว้เต็ม  
แต่จะลดราคาให้ทุก ๆ 10 วัน

- ◇ เป็นไปได้หรือไม่ที่จะปรับปรุงร้านอาหารในห้างสรรพสินค้าต้นตราบกัณฑ์ข้างเผือกให้เป็นศูนย์อาหารในห้องปรับอากาศ ดังเช่นร้านเอสแอนด์ที แต่ให้มีราคาถูกลงกว่าและมีบริการที่ดีพอประมาณ หรืออีกแนวทางหนึ่งอาจจะปรับปรุงการบริการร้านอาหารที่มีอยู่ให้สอดคล้องกับการบริการของห้างในแผนกอื่น ๆ เช่น การแจกแถมคูปองส่วนลดอาหาร เป็นต้น
- ◇ ทำไมประชาชนชอบไปใช้บริการของภาคสวนแก้ว?

### 3. ประเด็นสำคัญ

จากการศึกษาพบว่ามีปัจจัยหลายประการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการห้างสรรพสินค้า ดังต่อไปนี้

- ความต้องการและวัตถุประสงค์ของผู้ใช้บริการในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่กับห้างสรรพสินค้าขนาดเล็กมีความแตกต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการวางแผน ออกแบบและกำกับการจัดบริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการลูกค้าอย่างเหมาะสม
- เนื่องจากรายได้เพิ่มสูงขึ้น จึงทำให้ประชาชนมีความต้องการการบริการของห้างสรรพสินค้ามากขึ้น อย่างไรก็ตามผู้มีรายได้น้อยยังมีความต้องการที่จะซื้อสินค้าจากร้างค้าทั่วไป ซึ่งมีราคาถูกกว่า
- "ร้านอื่น ๆ" จำหน่ายสินค้าเลือกซื้อประมาณ 1 ใน 3 ของที่จำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ดังนั้นห้างสรรพสินค้าต้นตราบกัณฑ์ข้างเผือกน่าจะนำสินค้าดังกล่าวมาจำหน่าย แต่ปรับปรุงให้มีคุณภาพที่ดีกว่า ราคาถูกลงกว่า และมีบรรยากาศเหมาะสม



- ❖ กระตุ้นกิจกรรมของลูกค้าที่ร้านเล็ก ๆ
- ❖ เน้นความคิดที่ว่า "ได้ของดีแต่ราคาถูก"
- ❖ เสนอขายสินค้าที่จำเป็นที่มีขายครบมากกว่าสินค้าที่เลือกซื้อทั่ว ๆ ไป
- ❖ จัดหาสินค้าที่มีคุณภาพที่มีราคาสูงกว่าร้านอื่น ๆ แต่ราคาต่ำกว่าแอร์พอร์ดพลาซ่า
- ❖ กระตุ้นลูกค้าให้ซื้อสินค้าที่เขาตั้งใจจะซื้อ

- ลูกค้าที่ไปใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้าริมบึงโขงมนามักจะไปดูภาพยนตร์ ซึ่งตั้งอยู่ใกล้ ๆ นั้นด้วย เป็นไปได้หรือไม่ที่ต้นตราบัณฑิตสาขาอื่น ๆ จะสนับสนุนให้มีการตั้งโรงภาพยนตร์ใกล้ ๆ บริเวณ หรือ เมื่อมีการขยายสาขาใหม่อาจจะพิจารณาสถานที่ที่อยู่ใกล้กับโรงภาพยนตร์
- ห้างเซ็นทรัลใช้วิธีการหมุนเวียนสินค้าไปตามเครือข่ายของห้างฯ สินค้าตัวไหนที่ขายไม่ดีในทำเลหนึ่งก็จะย้ายไปยังสาขาอื่น เช่นเดียวกัน ต้นตราบัณฑิตน่าจะใช้ยุทธวิธีเดียวกัน กล่าวคือเปิดตัวสินค้าชนิดใหม่ที่มีราคาสูงที่ห้างสรรพสินค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า หลังจากช่วงเวลาหนึ่งก็ย้ายสินค้านั้นไปจำหน่ายในสาขาอื่น ซึ่งอาจจะจัดรายการลดราคาสินค้าตัวนั้นด้วย
- การซื้อปิ้งเป็นทั้งการพักผ่อนหย่อนใจและเป็นการพบปะสังสรรค์ทางสังคมไปในเวลาเดียวกัน
- การโฆษณาทางวิทยุ ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ มีประสิทธิภาพใกล้เคียงกัน ดังนั้น การพิจารณางบประมาณการโฆษณาควรพิจารณาสื่อทั้งสามชนิดที่กล่าวข้างต้น มากกว่าการโฆษณาทางโทรทัศน์ ซึ่งอาจจะไม่คุ้มค่าสำหรับธุรกิจท้องถิ่น
- สินค้าที่จัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ควรเน้นสินค้าที่มีคุณภาพดีและมีความหลากหลาย (IMPULSE BUYING) ซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้ลูกค้ามีความต้องการที่จะซื้อสินค้ามากขึ้น

#### 4. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่าประชาชนชาวเชียงใหม่ยังชอบใช้บริการของห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ อาทิ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล/กาดสวนแก้ว ห้างสรรพสินค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า รวมทั้งห้างร้านอื่น ๆ ห้างสรรพสินค้าต้นตราบัณฑิตยังคงครองส่วนแบ่งของตลาดส่วนใหญ่ไว้ได้ ลักษณะพฤติกรรมการบริโภคที่กล่าวข้างต้นอาจจะเป็น

ตัวชี้ให้ห้างต้นตราบริษัทสามารถรักษาและขยายส่วนแบ่งการตลาดได้ กิจกรรมที่น่าจะนำมาปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ได้แก่

- ☞ การจัดบริการสินค้าที่ตอบสนองทั้งลูกค้าที่เป็นโสดและลูกค้าที่มีครอบครัวแล้ว สินค้าสำหรับครอบครัว ได้แก่ หม้อหุงข้าว ผ้าเช็ดตัว และเครื่องใช้ในครัว เป็นต้น ส่วนสินค้าสำหรับคนโสด ได้แก่ ชุดแฟนต่าง ๆ
- ☞ สินค้าที่จำหน่ายที่ห้างสรรพสินค้าต้นตราบริษัทข้างเมืองและริมฝั่งโขง ควรเน้นสินค้าที่มีราคาถูกกว่า
- ☞ สินค้าที่จำหน่ายในห้างสรรพสินค้าแอร์พอร์ตพลาซ่าควรเน้นสินค้าที่มีราคาและคุณภาพดี (IMPULSE BUYING)
- ☞ เนื่องจากผู้หญิงมักเป็นผู้ซื้ออาหารและซื้อของให้ผู้ชาย ดังนั้นห้างสรรพสินค้าที่จะสามารถดึงดูดผู้หญิงให้เข้าไปใช้บริการได้ ควรมีส่วนของแผนกที่ผู้หญิงจะซื้อ หรือแผนกอาหารมากขึ้น เช่น ห้างสรรพสินค้าต้นตราบริษัทข้างเมือง ริมฝั่งโขง ในขณะเดียวกันผู้ชายจะชอบไปห้างสรรพสินค้าที่ไม่ต้องมีร้านจำหน่ายอาหารมากนัก
- ☞ สินค้าที่จำหน่ายที่ห้างสรรพสินค้าต้นตราบริษัทข้างเมืองและริมฝั่งควรเน้นสินค้าที่มีความจำเป็น ส่วนที่ห้างสรรพสินค้าแอร์พอร์ตพลาซ่าเน้นสินค้าที่มีราคาสูงและเป็นแฟชั่นที่ทันสมัย
- ☞ ลูกค้าที่ไปซื้อฟุ้งกับครอบครัวหรือคู่สมรส มักจะไปซื้อสินค้าประเภทของใช้ในครอบครัว เช่น 1) ซื้อเครื่องซักผ้าสำหรับภรรยา และ 2) เครื่องปรับอากาศ เพื่อความสะดวกสบายของครอบครัวและลูกค้า เป็นต้น



- ☞ มุมพักผ่อนสำหรับลูกค้าเพื่อเขาจะสามารถพักผ่อนและเดินจับจ่ายซื้อสินค้าได้นาน
- ☞ จัดหารถเข็น เพื่อคุณแม่ที่มีทารกและเด็กจะสามารถเดินจับจ่ายซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกในแผนกอื่น ๆ เพื่อเด็กจะได้ไม่เหน็ดเหนื่อยจากการเดินซื้อสินค้า
- ☞ เนื่องจากส่วนเฉลี่ยของอายุและรายได้ของประชากรในเชียงใหม่มีแนวโน้มสูง เช่นเดียวกับการมีเวลาว่างมากขึ้น จึงควรส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้านหัตถกรรมที่ลูกค้าอาจผลิตขึ้นเอง (HANDICRAFT KITS)
- ☞ เพิ่มพื้นที่บันเทิงและสถานที่พบปะสังสรรค์ (ดังคำพูดที่ว่า "เจอกันที่จุดนัดพบของแอร์พอร์ตพลาซ่า ชั้นสองนะคะ")
- ☞ การไปซื้อสินค้าช่วงเย็นควรเสริมด้วยการจัดบริการอาหารเย็นที่ราคาไม่แพงจนเกินไปด้วย "ปิดห้องครัวสักวัน ดันเรามีพร้อมสำหรับคุณ"
- ☞ จัดรายการพิเศษสำหรับอาหารเย็น เพื่อกระตุ้นลูกค้าจะมีเวลาซื้อสินค้ามากขึ้น
- ☞ สำรองอะไหล่ในแต่ละพื้นที่ที่อาจต้องจัดรถโดยสารบริการ อาจจะใช้วิธีการทดลองไประยะหนึ่งก่อน แล้วจัดให้มีการปรับปรุงแก้ไขทีหลัง
- ☞ เพื่อให้ลูกค้าที่มีรายได้สูงสนใจที่จะกลับมาใช้บริการใหม่ อาจจะมีจัดรายการลดราคาพิเศษในสินค้าบางตัวทุก ๆ 10 วัน
- ☞ กิจกรรมที่อาจจะดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการในห้างสรรพสินค้าขนาดเล็ก ได้แก่
  - ❖ เน้นความรู้สึกที่ว่า "ได้ของดี ราคาถูก"
  - ❖ จำหน่ายสินค้าที่จำเป็นที่ครบวงจร มากกว่าการจำหน่ายสินค้าทุกชนิด

- ❖ จำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพและราคาปานกลาง แต่อาจจะแพงกว่าร้านค้าอื่น ๆ เล็กน้อย และถูกกว่าที่ห้างสรรพสินค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า
- ❖ กระตุ้นลูกค้าให้ซื้อสินค้าแบบครบวงจรที่เขาตั้งใจจะซื้อ

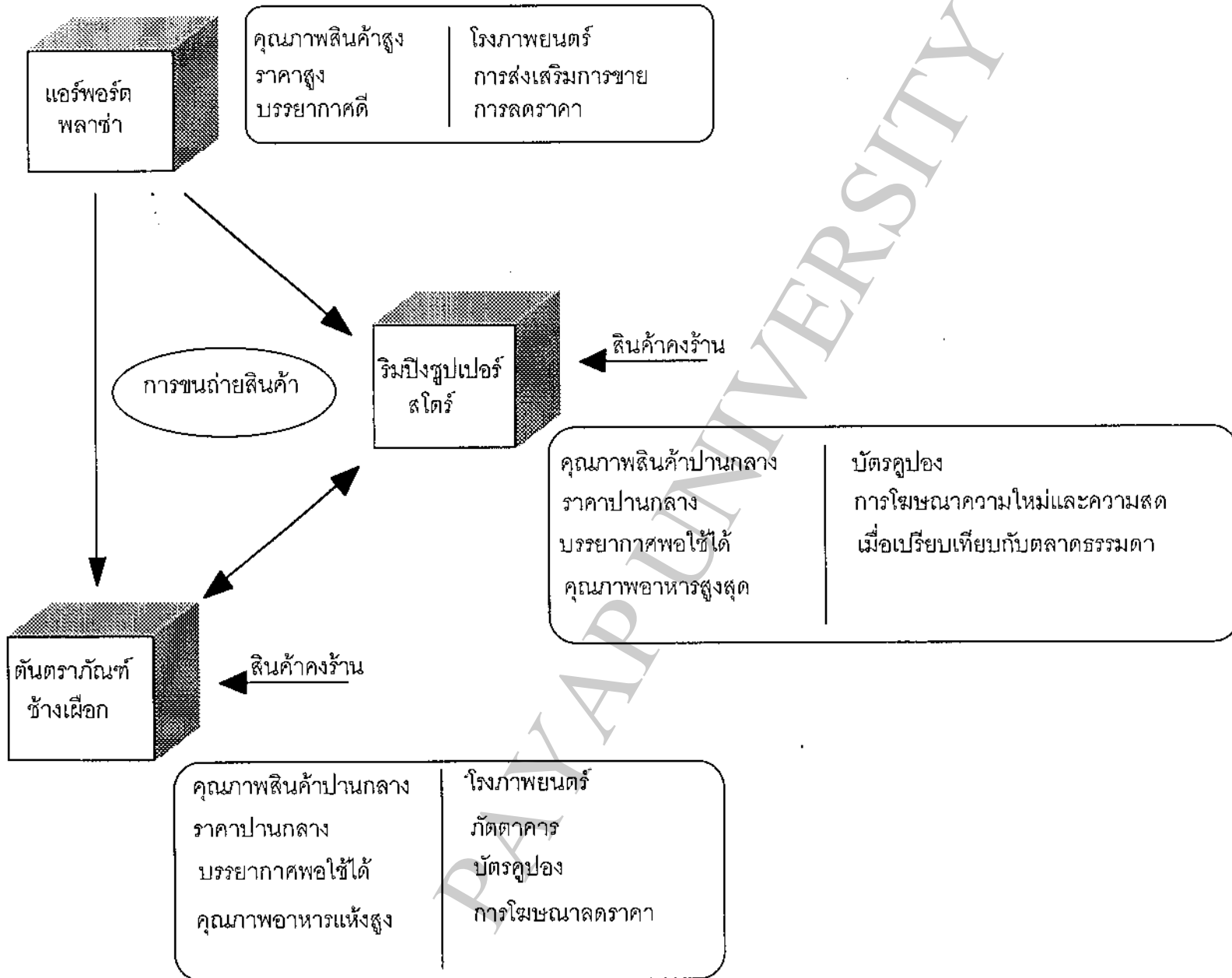
☞ กิจกรรมที่จะสามารถดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ได้แก่

- ❖ เน้นสินค้าที่มีคุณภาพสูง
- ❖ สร้างความรู้สึกให้อยากซื้อ
- ❖ จัดมุมสินค้าราคาพิเศษ
- ❖ สร้างบรรยากาศการได้รับจ่ายซื้อสินค้าและการพบปะสังสรรค์ทางสังคม

รูปที่ 31 เป็นการแสดงถึงรูปแบบการตลาดที่เสนอแนะ (PROPOSED MARKETING MODEL) เป็นผลจากการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนประชากรที่ศึกษาในฐานะผู้บริโภค ซึ่งมีข้อสังเกตคือรายละเอียดการวิเคราะห์ค่าทางสถิติบางอย่างมิได้นำมาประกอบในรูปแบบการตลาดที่เสนอนี้ เนื่องจากงบประมาณอันจำกัด ข้อเสนอนี้จึงเป็นแต่เพียงข้อคิดเห็นบางประการเท่านั้น

ในช่วงระยะปีเศษตั้งแต่เปิดกิจการ ห้างสรรพสินค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า ได้เติบโตกลายเป็นห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่แห่งหนึ่งที่สนองตอบความต้องการของผู้บริโภคชาวเชียงใหม่ ลูกค้าที่ไปใช้บริการจัดได้ว่าเป็นผู้บริโภคที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงระดับสูง สาเหตุที่ไปจับจ่ายที่แอร์พอร์ตพลาซ่า เพราะมีสินค้าให้เลือกมาก และหลายประเภท มีทำเลที่ตั้งเหมาะสม มีที่จอดรถสะดวก ซึ่งลูกค้ามีความเต็มใจที่จะใช้จ่ายเงินมากเพื่อสินค้าที่มีคุณภาพสูง สามารถเดินเที่ยวจับจ่ายซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกสบาย แทนที่จะไปซื้อแล้วรีบกลับ นอกจากนี้ยังถือเป็นการพักผ่อน และสร้างประสบการณ์ในกิจกรรมทางสังคมอีกด้วย

รูปที่ 31 รูปแบบการตลาดที่เสนอแนะ (Proposed Marketing Model)



PAYAP UNIVERSITY

ลูกค้าของต้นตราภักดิ์ข้างเผือก และริมปิง จากการศึกษาปรากฏว่าจัดอยู่ในระดับรายได้ต่ำ และปานกลาง เหตุผลที่ไปใช้บริการในร้านทั้งสองเพราะว่า มีสินค้าให้เลือกมาก คุณภาพดี และทำเลที่ตั้งสะดวก อย่างไรก็ตามอำนาจซื้อสินค้าจะเน้นคุณภาพดีในราคาที่เหมาะสม ลูกค้าต้นตราภักดิ์ข้างเผือกมีความพอใจในการจับจ่ายสินค้าแห่ง ในขณะที่ลูกค้าริมปิงโชตนาพอใจอาหารสด ซึ่งลูกค้าที่มาริมปิงโชตนาและต้นตราภักดิ์ข้างเผือกก็ได้คำนึงถึงการมาพักผ่อน การเดินดูสินค้า หรือการสร้างสรรทางสังคมเช่นเดียวกับแอร์พอร์ตพลาซ่า ซึ่งส่วนใหญ่มาซื้อสินค้าโดยตรง และราคาที่เหมาะสม

รูปแบบการตลาดที่เสนอแนะครั้งนี้เป็นการชี้ให้เห็นว่าคุณภาพสินค้าที่ดีจะนำมาหน้าที่ แอร์พอร์ตพลาซ่า ก่อน หลังจากช่วงระยะเวลาหนึ่งจะทำการปรับลดราคาสินค้าลง สิ่งที่ปรากฏให้เห็นว่าถ้าสินค้าที่ไม่สามารถจำหน่ายที่แอร์พอร์ตพลาซ่าได้แล้วก็จะนำไปจำหน่ายต่อ ที่ต้นตราภักดิ์ข้างเผือกและริมปิงโชตนา โดยปรับราคาให้ต่ำลง วิธีการนี้ทำให้สินค้าคงคลังที่แอร์พอร์ต สามารถจำหน่ายออกโดยที่ริมปิงและต้นตราภักดิ์ข้างเผือกได้ และขณะเดียวกันถ้าจำเป็นต้องเคลื่อนย้ายสินค้า ระหว่างริมปิงและต้นตราภักดิ์ข้างเผือกด้วย ก็ควรจะทำเหมือนกัน

ต่อไปนี้เป็น การแสดงให้ เห็นถึงข้อพิจารณา 3 ประการ ของห้างแอร์พอร์ตพลาซ่า ต้นตราภักดิ์ข้างเผือกและริมปิง

- แอร์พอร์ตพลาซ่าควรพิจารณาจัดให้มีโรงพยาบาลสำหรับลูกค้าให้มีโอกาสเข้ามาชม การวิจัยอย่างต่อเนื่องจะช่วยให้การวางแผน และเพิ่มประสิทธิภาพของการส่งเสริมการขาย รวมทั้งการจัดรายการพิเศษเพื่อลดราคา ซึ่งพบว่าประสบความสำเร็จมาแล้วที่ภาคสวนแก้ว และขณะเดียวกันบรรดาห้างสรรพสินค้าทั้งหลายต้องเพิ่มบรรยากาศที่ดีและมีสิ่งแวดล้อมที่ดีสำหรับลูกค้าด้วย

- ☞ ดันตราภรณ์ข้างเผือกควรพิจารณาจัดสร้างโรงภาพยนตร์ หรือสนับสนุนให้มีการสร้างขึ้นใกล้กับห้างฯ การจัดให้มีร้านอาหาร และการจำหน่ายคู่มือ การโฆษณาควรเน้น “คุณภาพสูง ราคาต่ำ” และสินค้าแห่งที่มีคุณภาพ
- ☞ ริมปิงได้ผลประโยชน์จากสินค้าที่เคลื่อนย้ายมาจากแอร์พอร์ตพลาซ่า โดยการลดราคาและใช้คู่มือช่วยกระตุ้นให้มีการซื้อมากขึ้น ควรโฆษณาโดยเน้นความสดและคุณภาพของสินค้าของสินค้าที่มีมากกว่าตลาดสดทั่วไป

PAYAP UNIVERSITY

## 5. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

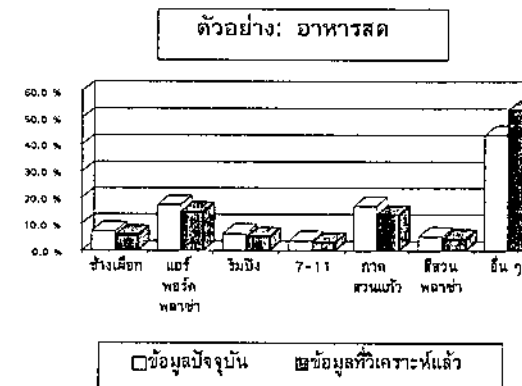
ทีมศึกษาวิจัยใคร่เสนอแนะเพื่อการปรับปรุงแผนงานและกลยุทธ์การตลาดห้างสรรพสินค้าดังต่อไปนี้

### ระยะที่ 1 การสำรวจลักษณะประชากรผู้บริโภค

การศึกษาค้างนี้มีข้อจำกัดหลายประการ ได้แก่การลดจำนวนประชากรตัวอย่างลงจากเดิม ซึ่งคาดว่าจะให้กลุ่มตัวอย่างถึง 3,000 ตัวอย่าง ลงมาเหลือเพียง 500 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นผลอันเนื่องมาจากข้อจำกัดด้านงบประมาณ ทำให้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงวิจัยลดความเชื่อถือลง นอกจากนี้การศึกษายังไม่ได้เก็บข้อมูลจากลูกค้าที่กำลังซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าโดยตรง ซึ่งหากทำได้ก็จะสามารถทดสอบความเหมาะสมของคำถามบางคำถามได้ อีกทั้งจะเป็นการเพิ่มประชากรตัวอย่างอีกด้วย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาช่วงแรกเท่านั้น มีลักษณะเป็นการสำรวจข้อมูลพื้นฐาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงภาพรวมและแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคตามลักษณะของประชากร การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร และผลที่ได้จึงเป็นเพียงตัวชี้แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นสำคัญ กราฟด้านขวาเป็นตัวอย่างที่แสดงผลของการวิเคราะห์มากกว่าการชี้แนวโน้ม อย่างไรก็ตาม การศึกษาในระยะแรกนี้ควรมีการปรับปรุงบางประการ คือ

- ๕๙ ควรมีการศึกษาวิจัยอย่างละเอียดเกี่ยวกับความรู้สึก ความประทับใจ ตลอดจนข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มีต่อการบริการของห้างสรรพสินค้าต้นตราบกัณฑ์ ซึ่งจะสามารถนำไปปรับปรุงการบริการและการเพิ่มยอดขายได้อย่างดี



## ระยะที่ 2 การวิเคราะห์สถิติและกลุ่มตัวอย่างอย่างละเอียด

- ✍ ให้มีการวิเคราะห์เชิงสถิติสำหรับผลกระทบที่เกิดขึ้นในเฟสที่ 1
- ✍ ให้มีการศึกษาวิจัยรูปแบบลักษณะการซื้อสินค้าของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยให้สามารถปรับปรุงกิจการและกิจกรรมพิเศษได้อย่างเหมาะสม

## ระยะที่ 3 การศึกษาวิจัยเฉพาะเรื่อง

- ✍ ให้มีการศึกษาวิจัยเจ้าของร้านค้าต่าง ๆ ในห้างสรรพสินค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า และห้างสรรพสินค้าต้นตราบัณฑิตข้างเขือกถึงพฤติกรรมต่าง ๆ ของเจ้าของร้าน
- ✍ ให้มีการศึกษาพฤติกรรมและการเคลื่อนไหวลูกค้าที่ใช้บริการร้านค้าต่าง ๆ ในห้างสรรพสินค้า
- ✍ ให้มีการสำรวจสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในการประชาสัมพันธ์/โฆษณาห้างสรรพสินค้าได้ดีที่สุด
- ✍ ให้มีการศึกษาวิจัยเฉพาะเรื่องอย่างต่อเนื่องต่อไป
- ✍ ให้มีการศึกษาลักษณะของประชากรที่เคยศึกษามาแล้วอย่างต่อเนื่อง เพื่อประโยชน์ในการวางแผนการตลาดต่อไป