

บทคัดย่อ

วิชา บช. 851: วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง : การศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการศูนย์การค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้จัดทำ : นายครุชา รัตนดำรงอักษร

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ทวิวรรณ พรหมกันธา

หลักสูตร : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ

วันที่อนุมัติผลงาน : มิถุนายน 2544

จำนวนหน้า : 39 หน้า

ศูนย์การค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่าเป็นศูนย์การค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านสถานที่ รูปแบบการดำเนินงาน และการบริหาร โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะให้ศูนย์การค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เป็นศูนย์การค้าที่ครบวงจร และทันสมัยที่สุดใน และผู้ประกอบการรายย่อยหลายราย ต้องการลงทุนเปิดกิจการที่ตนสนใจในบริเวณศูนย์การค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า แต่ในอดีตที่ผ่านมาการลงทุนในลักษณะดังกล่าวมักจะไม่ประสบผลสำเร็จทุกราย ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากผู้ลงทุนขาดข้อมูลที่ถูกต้อง ทำให้ไม่ทราบความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆหลายปัจจัย

การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์การค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะเด่นของศูนย์การค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า ที่มีต่อผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ และศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการศูนย์การค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

การศึกษาในครั้งนี้ได้กำหนด กลุ่มตัวอย่างไว้ 280 ตัวอย่าง จากผู้ที่เคยใช้บริการในส่วนต่างๆของศูนย์การค้า เซ็นทรัลแอร์พอร์ต พลาซ่า และมีที่พักอยู่ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ โดยจะศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม ภาพลักษณ์ เหตุผล และปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของศูนย์การค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่าของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการขาย และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล

สถิติที่นำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ตารางแจกแจงความถี่ สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การใช้ตาราง การทดสอบความแตกต่าง ด้วยค่าไค-สแควร์ และการทดสอบความแปรปรวน

การศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ศูนย์การค้า เซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าศูนย์การค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เป็นห้างสรรพสินค้าครบวงจร และมาใช้เพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค โดยจำแนกได้ดังนี้

ด้านสถานที่ เป็นสิ่งกระตุ้นที่มีความสำคัญที่สุด โดยผู้บริโภคที่มาใช้บริการศูนย์การค้า เซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า ให้ความสำคัญกับการมีสถานที่จอดรถที่เพียงพอซึ่งสอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่ของผู้บริโภคในปัจจุบัน ที่ผู้บริโภคนิยมเดินทางโดยรถยนต์ หรือรถจักรยานยนต์ส่วนตัว

ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีความสำคัญรองลงมา โดยผู้บริโภคเห็นว่า ศูนย์การค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า มีสินค้าและบริการที่หลากหลาย และครบถ้วนทุกหมวดหมู่ ดังนั้นการมาใช้บริการที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า อาจจะสามารถตอบสนองความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้บริโภคได้ครบถ้วน

ด้านราคา เป็นสิ่งกระตุ้นที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยผู้บริโภคที่มาใช้บริการศูนย์การค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เนื่องจากสามารถใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าและบริการได้

ด้านการส่งเสริมการขาย เป็นสิ่งกระตุ้นที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยผู้บริโภคจะรับรู้ข่าวสารจากศูนย์การค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่าจากสื่อต่างๆ เพื่อใช้ในการตัดสินใจว่าต้องการใช้บริการศูนย์การค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า หรือไม่

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าเมื่อผู้บริโภคต้องการเลือกซื้อสินค้า ผู้บริโภคจะคำนึงถึงความสะดวกสบายในการเข้าไปเลือกใช้บริการซึ่งได้แก่การมีสถานที่จอดรถที่เพียงพอ และการมีสินค้าให้เลือกอย่างหลากหลายครบถ้วน ดังนั้นผู้ที่ต้องการจะลงทุนภายในศูนย์การค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า ควรจะจัดหาสินค้ามาจำหน่ายและบริการให้ครอบคลุมความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด