

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

พฤติกรรมของผู้บริโภคในศูนย์การค้าเซ็นทรัล
แอร์พอร์ตพลาซ่า

ผู้เขียน

นางสาวอรทัย งามละออ

ปริญญา

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ.ดร. เดช กาญจนางกูร ประธานกรรมการ

รศ.กัญญา กุณทีกาญจน์ กรรมการ

รศ.ชเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์ กรรมการ

บทคัดย่อ

ในการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการศูนย์การค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า” มีวัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการบริการศูนย์การค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ต พลาซ่า และ 2) เพื่อศึกษา ปัญหาการใช้บริการจากศูนย์การค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา โดยศึกษาจากประชาชนที่มาใช้บริการ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า จำนวน 300 คน วิเคราะห์ผลการศึกษาโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการศึกษา พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เข้ามาใช้บริการศูนย์การค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ต พลาซ่า เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีสถานภาพเป็นโสดมากที่สุด มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชนและมีรายได้ ต่อเดือน 5,001-10,000 บาทมากที่สุด ส่วนใหญ่ได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับศูนย์ การค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า คือจากเพื่อน มากที่สุด รองลงมาจากป้ายโฆษณา และ ใบปลิว

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มาใช้บริการภายในศูนย์การค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าพบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาใช้บริการในวันหยุดมากที่สุด โดยมีช่วงเวลามาใช้บริการช่วง 16.01-18.00 น รองลงมาเป็นช่วง 14.01-16.00 น มีความถี่มาใช้บริการไม่แน่นอน รองลงมาใช้บริการสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง โดยมีสถานที่ภายในศูนย์การค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่าที่ใช้บริการ คือ ห้างสรรพสินค้าโรบินสันมากที่สุด รองลงมาคือร้านกาแฟและร้านขนมปัง คือ ร้านกาแฟและร้านขนมปัง และ โรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีนีเพล็กซ์ โดยมีจำนวนเงินที่ใช้ในศูนย์การค้าเฉลี่ยแต่ละครั้งไม่เกิน 1,000 บาท ส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าเป็นเสื้อผ้ามากที่สุด รองลงมา คือ ซื้อ เครื่องอุปโภคบริโภค และเครื่องเขียน ตามลำดับ

ผลการศึกษา พบว่า วัดอุประสงค์การมาศูนย์การค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า นั้นส่วนใหญ่จะมาเพื่อซื้อสินค้า โดยตัดสินใจมาใช้บริการที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าเนื่องจากเห็นว่ามีสินค้าหลากหลาย และมีความสะดวกในการเดินทาง โดยมีวิธีการชำระเงินเป็นเงินสดมากที่สุด รองลงมานิยมชำระเงินด้วยบัตรเครดิต

ผลการศึกษา พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พบปัญหาเมื่อมาใช้บริการของศูนย์การค้าคือราคาสินค้าสูงเกินไป รองมาได้แก่ สถานที่จอดรถไม่เพียงพอหาสินค้าที่ต้องการยาก และสินค้าไม่ครบด้านความประทับใจบริการในศูนย์การค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า พบว่า ส่วนใหญ่มีความประทับใจในห้างสรรพสินค้าโรบินสันมากที่สุด รองลงมา ประทับใจ โรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ และประทับใจในร้านค้าทั่วไป ตามลำดับ

Independent Study Title Consumers' Behavior in the Central Airport Plaza Shopping Center

Author Miss Orathai Ngamlaor

Degree Master of Arts (Political Economy)

Independent Study Advisory Committee

Assoc. Prof. Dr. Decha Karnjanangkura Chairperson

Assoc. Prof. Kanya Kunthikan Member

Assoc. Prof. Thanee Sriveechailampan. Member

ABSTRACT

The study entitled, "Consumers' Behavior in the Central Airport Plaza Shopping Center", is designed: 1) to study the consumers' behavior in the Central Airport Plaza Shopping Center, and 2) to study problems in the Central Airport Plaza Shopping Center. Questionnaires are used as a tool in this study by the researcher; they are distributed to 300 customers who go shopping at the Central Airport Plaza Shopping Center. Collected data are analyzed by means of the SPSS program.

Results of the study revealed that most of the sampling subjects who go shopping at the Central Airport Plaza Shopping Center are more females than males, and the largest number of them are single with age ranging in between 21-30 years. Mostly, they finished a bachelor's degree and are employed in private enterprises, earning as much income as about 5,001-10,000 baht a month. The largest number of them learned of the Central Airport Plaza Shopping Center through their friends, and the rest from billboards and leaflets.

According to the study of consumers' behavior in the Central Airport Plaza Shopping Center, most of the sampling subjects go shopping on holidays at 16.01-18.00 hours, and next at 14.01-16.00 hours. However, frequency of their going is not certain, and next a few days a week. Inside the Central Airport Plaza the department store most frequented by the sampling units is the Robinson, and next to it are general shops and Major Cineplex Theater. The

amount of money spent each time does not exceed 1,000 baht. The most purchased item of all merchandises is the clothing, and next to it are commodities and stationery, respectively.

The study results revealed that the coming of consumers to the Central Airport Plaza is mostly aimed to purchase goods; the incentive in their making decision to go shopping at the Central Airport Plaza includes diversification of goods and convenience to go. For the purchased items they mostly pay in cash rather than through credit cards.

Additionally, it is discovered that most of the sampling subjects encounter some problems when they go to the Central Plaza. For instance, goods price is high, which is followed by insufficient parking lots, difficulty in finding merchandises, and unavailability of the needed items. In terms of their impression of the Central Airport Plaza services, most of the study samplings are satisfied with the Robinson Department Store to the utmost, and next to it are the Major Cineplex Theater and general shops, respectively.