

ชื่อ เรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมผู้บริโภค ในการใช้บริการศูนย์การค้า
 ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นายธีรวุฒิ ชูดำ

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดารารัตน์ บุญเฉลียว ประธานกรรมการ
 อาจารย์อรชร์ มณีสงฆ์ กรรมการ
 อาจารย์นันทนา คำนวน กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่อง "พฤติกรรมผู้บริโภค ในการใช้บริการศูนย์การค้า
 ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง

1. พฤติกรรมผู้บริโภค ในการใช้บริการศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการศูนย์การค้าแต่ละแห่งในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
3. ปัญหาของผู้บริโภค ในการใช้บริการศูนย์การค้าแต่ละแห่งในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างจากผู้ไปใช้บริการศูนย์การค้าทั้ง 3 แห่ง
 ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยวิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ
 การกำหนดจำนวนตัวอย่างเท่ากัน และใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล จากนั้นจึงทำการ
 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ไมโครคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺ โดยหาค่า
 อัตราร้อยละ ตารางแจกแจงความถี่ การทดสอบไคสแควร์ สรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไปใช้บริการศูนย์การค้าภาคสวนแก้วมากกว่าศูนย์การค้าแอร์พอร์ตพลาซ่าและเชียงใหม่พลาซ่า ผู้บริโภคไปศูนย์การค้า สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง ในวันหยุดช่วงเย็นถึงค่ำ โดยใช้จ่ายเงินโดยเฉลี่ยครั้งละน้อยกว่า 500 บาท ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้วยตัวเอง ประเภทของร้านค้าที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ คือ ห้างสรรพสินค้า

อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และระดับรายได้มีผลต่อพฤติกรรมในด้านการเลือกใช้บริการศูนย์การค้า ช่วงเวลาที่ใช้บริการ มูลค่าการใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ประเภทของร้านค้าที่เลือกใช้บริการ และพบว่า อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในศูนย์การค้า ขณะเดียวกัน อาชีพยังมีผลต่อความถี่ในการใช้บริการศูนย์การค้าด้วย แต่เพศและระดับการศึกษาของผู้บริโภค ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์การค้า

ปัจจัยสำคัญที่สุดที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการศูนย์การค้าภาคสวนแก้ว คือ การมีสินค้าให้เลือกมาก มีความหลากหลาย ผู้ใช้บริการศูนย์การค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า จะพิจารณาถึงการมีสถานที่จอดรถเพียงพอ สะดวก ปลอดภัย ส่วนผู้ใช้บริการศูนย์การค้าเชียงใหม่พลาซ่า จะพิจารณาถึงการมีร้านค้าที่มีชื่อเสียงมาเปิดจำหน่ายให้บริการ การมีสินค้าให้เลือกมาก มีความหลากหลาย และมีสถานที่จอดรถเพียงพอ สะดวก

ผู้บริโภคพบปัญหาในการใช้บริการศูนย์การค้าแต่ละแห่งแตกต่างกัน โดยพบว่า การเดินทางบริเวณศูนย์การค้าติดขัด ทางเข้าออกลำบากเป็นปัญหาที่พบมากที่สุดในการใช้บริการศูนย์การค้าภาคสวนแก้ว ส่วนปัญหาที่พบมากที่สุดในการใช้บริการศูนย์การค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า และเชียงใหม่พลาซ่า คือไม่สามารถต่อรองราคาได้

สำหรับข้อเสนอแนะของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคต้องการให้มีบัตรเครดิตที่สามารถใช้กับร้านค้าทั้งหมดในศูนย์การค้าและการปรับปรุงสถานที่จอดรถให้สะดวกยิ่งขึ้น

Independent Title Consumer Behavior in Using Shopping
Centers in Amphoe Muang, Changwat
Chiang Mai

Author Mr. Teerawoot Chudam

M.B.A. Business Administration

Examining Committee

Assist.Prof. Dararatana	Boonchaliew	Chairman
Lecturer Orachorn	Maneesong	Member
Lecturer Nantana	Kamnuan	Member

ABSTRACT

This study of "Consumer Behavior in Using Shopping Centers in Amphoe Muang, Changwat Chiang Mai" was conducted to examine the following

1. Consumer behavior in using shopping centers in Amphoe Muang, Changwat Chiang Mai
2. Factors affecting decision-making in selecting of each shopping center in Amphoe Muang, Changwat Chiang Mai
3. The problems of consumers in shopping at each shopping center in Amphoe Muang, Changwat Chiang Mai

In this study, the author utilized a sample of persons who used three shopping centers in Changwat Chiang Mai. The

samples were purposive sampling, accidental sampling and equal number sampling method. The data were collected by questionnaires and were analyzed by microcomputer using the SPSS/PC⁺ program. Rate percentages, frequency distribution table, chi-square test were carried out. The findings of this study were summarized as follows :

Most of consumers usually used Khad Suan Keaw shopping center. They went shopping 2-3 times a week, usually in the evening during holiday and weekend. The average money spent less than 500 baht. They made decision in purchasing by themselves. Most of them went shopping at department store more than other shops.

Age, marital status, occupations and income level of consumers had affected to behavior of consumers in selecting the shopping centers, period of times for shopping, average of money spent and items bought. Also, age, marital status and occupations of consumers had affected on decision to purchase goods and service. As well as the occupations of consumers had affected on times to go to shopping centers. But Sex and education level of consumers had not affected to behavior of consumers in using shopping centers.

The variety of goods was the most important factor that made the consumers go to Khad Suan Keaw. But the convenience of parking facilities was the major factor that the consumers

preferred to use Airport Plaza. Also the famous shops, variety of goods and more space and convenience in parking facilities were the main reasons for consumers to go to Chiang Inn Plaza.

The consumers had different problems at each shopping center, most of them had problems about the traffic and inconvenience entering at Khad Suan Keaw. They had problems because they could not bargain at Airport Plaza and Chiang Inn Plaza.

The consumers had the following suggestions :

1. The shopping center should have one credit card that can be used in all shops in the center.
2. The shopping centers should have more convenient parking facilities.