

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการภายในศูนย์การค้า เซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า
ชื่อผู้เขียน	นางสาวสุดาพร อุปคำ
ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต	สาขาวิชาอาชีวศึกษา
คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรปริญา สุขวัฒนา ประธานกรรมการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์เสาวนิตย์ เจริญชัย กรรมการ อาจารย์ ดร. เพ็ชรี รุปีวิเชตร กรรมการ

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการภายในศูนย์การค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ต พลาซ่า จังหวัดเชียงใหม่ จากการสุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการจำนวน 370 คน มีผลการศึกษาดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสดมีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ของครอบครัว 5,001 – 10,000 บาท ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นพาหนะเดินทางมาศูนย์การค้า ใช้บริการของศูนย์การค้าฯ ในวันหยุดช่วงเวลาและความถี่ของการมาใช้บริการของศูนย์การค้าฯ ไม่แน่นอน การใช้จ่ายเงินในศูนย์การค้าฯ โดยเฉลี่ยต่ำกว่า 1,000 บาท

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการภายในศูนย์การค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ และการบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการให้บริการลูกค้าพบว่าผู้บริโภคมากกว่า 50 เปอร์เซ็นต์ยอมรับว่าปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้นมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ

การให้บริการในส่วนต่าง ๆ ของศูนย์การค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า ประเมินผลจากความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการใช้บริการของ ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ท็อปส์ มาร์เก็ตเพลส ศูนย์อาหารล้านนาชั้น 4 โรงพยาบาลนครเมเจอร์ซีนิเพล็กซ์ ร้านค้าย่อยภายในศูนย์การค้า (ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายเครื่องประดับ ร้านเสริมสวยเครื่องสำอาง ร้านค้าเสื้อผ้า-รองเท้า ร้านค้าอุปกรณ์สื่อสาร คอมพิวเตอร์ และร้านค้าเบ็ดเตล็ด) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

<b>Independent Study Title</b>	Factors Affecting Consumer's Decision to Use Service in Central Airport Plaza		
<b>Author</b>	Miss Sudaporn Upakham		
<b>M.Ed.</b>	Vocational Education		
<b>Examining Committee</b>			
	Asst. Prof. Pornparinya	Sukawattana	Chairman
	Asst. Prof. Souwanit	Charoenchai	Member
	Lect. Dr. Petcharee	Roopwichet	Member

### **Abstract**

The objective of this study was to investigate factors affecting consumer's decision to use service in Central Airport Plaza, Chiang Mai. This study consists of 370 samples selected from the shopping customers.

From the results found that most consumers were femals, university graduated with the age between 21-30, single status, working in privated sector, earned between 5,001-10,000 baht per month, used cars to shopping in holidays. Times and frequences to shopping was varied. Average payment for shopping per consumer was less than 1000 baht / times.

These factors, such as the composition of products-service, price, place, channel's sales, marketing promotion, personal, process of service and services were evaluated and found that more then 50 % of consumers acceptedt the factors were affected to consumer 's decision to use service in Central Airport Plaza, Chiang Mai.

The suitable of the services in the plaza, such as Robinson super store, Tops market's place, Lanna food centre, Major cineplex cinema-hall, small retail shops in the plaza ( food store, jewery store, cosmetics store, cloth-boot shop, communication-computer store and grocery ) were evaluated by the acceptances of consumer. The results found that consumers acceptedt the service with the medium level scores