

## ๑ ลักษณะของห้างสรรพสินค้าที่ศึกษา

คำถามที่น่าสนใจสำหรับธุรกิจห้างสรรพสินค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ปัจจุบัน ได้แก่

- ❖ ห้างสรรพสินค้าแต่ละแห่งมีลักษณะพิเศษอย่างไรที่สามารถดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ?
- ❖ ลูกค้าของห้างสรรพสินค้ามีลักษณะอย่างไร
- ❖ ลูกค้านิยมไปซื้อสินค้าประเภทไหนจากร้านค้าประเภทใด
- ❖ มุมเหตุจริงใจในการเลือกใช้บริการในห้างสรรพสินค้า

การวิจัยครั้งนี้เลือกศึกษาการให้บริการของห้างสรรพสินค้าทั้งหมดจำนวน 7 แห่ง ในจำนวนนี้เป็นห้างสรรพสินค้าจริง ๗ จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าตันตราภัณฑ์ข้างเมือง ห้างสรรพสินค้าตันตราภัณฑ์แอร์พอร์ตพลาซ่า ห้างริมบึงโชตนา ร้านมินิสโตร์ 1 แห่ง ได้แก่ ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้ว ห้างสรรพสินค้าสี่สวนพลาซ่า) และห้างร้าน "อื่น ๆ" ซึ่งหมายรวมถึงตลาดสด ร้านขายของชำ และห้างร้านขายของทั่วไป



PAYAP UNIVERSITY

### III. ลักษณะของห้างสรรพสินค้าที่ศึกษา

#### 1. ข้อมูลเกี่ยวกับประชากรตัวอย่าง

ลักษณะของประชากรตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 539 ตัวอย่าง แบ่งเป็นเพศหญิงร้อยละ 62 เป็นเพศชายร้อยละ 38 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ในด้านสถานภาพการสมรสพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นโสดมีจำนวนใกล้เคียงกับกลุ่มที่สมรสแล้ว และอยู่กับครอบครัว กล่าวคือ เป็นโสดร้อยละ 48.8 สมรสแล้วร้อยละ 45.5 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรีร้อยละ 49.7 อาชีพของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัวร้อยละ 31.4 รองลงไปเป็นนักเรียน นักศึกษา ร้อยละ 27.5 รายได้ของครอบครัวส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 5,000-30,000 บาท/เดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัวอยู่ระหว่าง 3-6 คน (รูป 1-6)

#### 2. การใช้บริการในห้างสรรพสินค้า

การไปใช้บริการห้างสรรพสินค้าในช่วง 2 เดือนที่ผ่านมาก่อนทำการศึกษาวิจัย

- ❖ การไปใช้บริการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างนิยมไปใช้บริการห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล กาดสวนแก้ว อันดับหนึ่ง รองลงไปเป็นห้างสรรพสินค้าแอร์พอร์ต พลาซ่า และกลุ่มร้านอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ห้างสรรพสินค้า
- ❖ เพศ เพศชายนิยมไปใช้บริการห้างสรรพสินค้ามากกว่าเพศหญิง



คำถามชี้ชวน  
Key Question



ประเด็นสำคัญ  
Key Statement



ข้อเสนอแนะสำหรับการปฏิบัติ  
Recommended Action



ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย  
Recommended Research



ประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลง

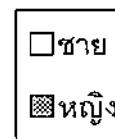
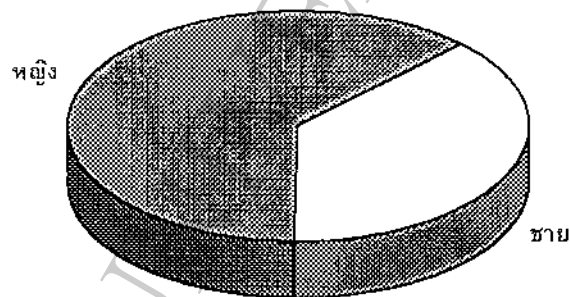
อย่างรวดเร็ว

- ❖ อายุโดยเฉลี่ยของประชากรสูงขึ้น ครอบครัวมีลูกน้อยลง
- ❖ ต้นตราบกัณฑ์ ความมีสินค้าบริการสำหรับประชากรผู้สูงอายุ และผู้มีฐานะดี

PAYAP UNIVERSITY

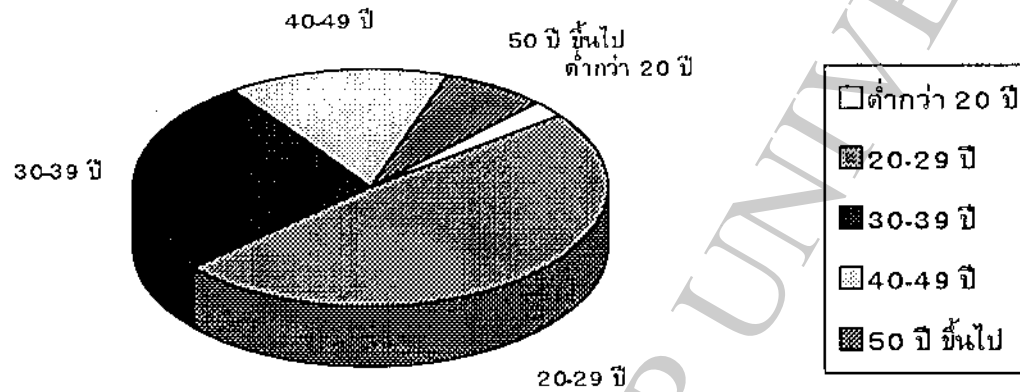
รูปที่ 1 (1ก): กลุ่มตัวอย่างแยกตาม เพศ

ชาย	38%
หญิง	62%



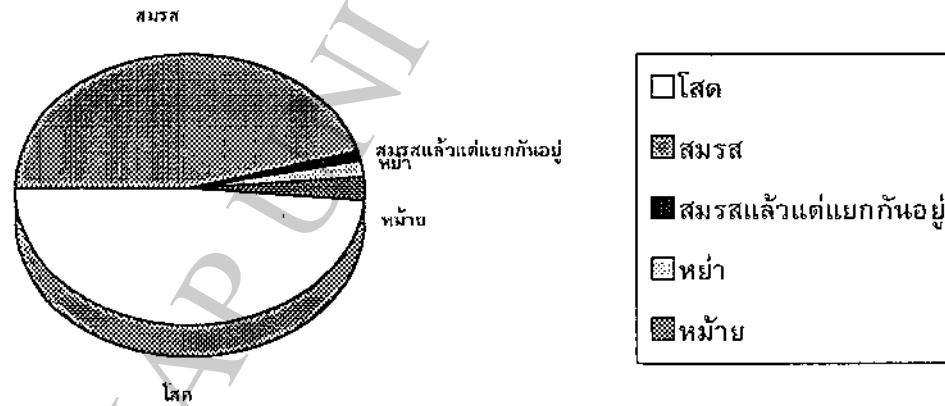
รูปที่ 2 (2ก): กลุ่มตัวอย่างแยกตาม อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี	2.2%
20-29 ปี	48.6%
30-39 ปี	27.1%
40-49 ปี	15.0%
50 ปี ขึ้นไป	7.1%



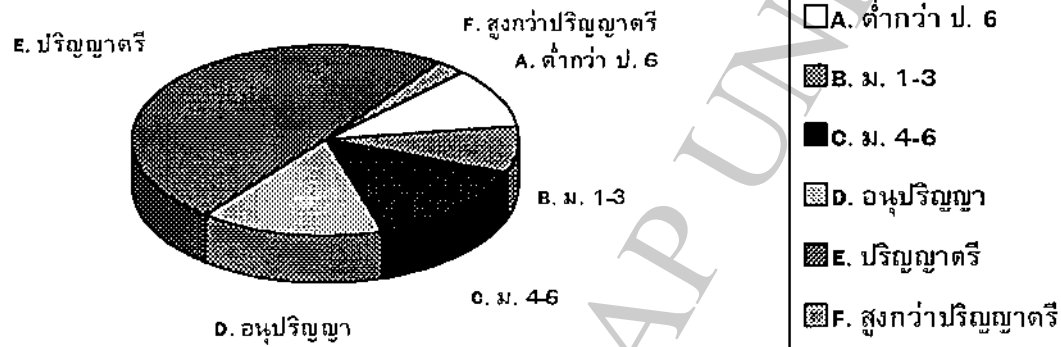
รูปที่ 3 (3ก): กลุ่มตัวอย่างแยกตาม สถานภาพการสมรส

โสด	48.8%
สมรส	45.5%
สมรสแล้วแต่แยกกันอยู่	1.1%
หย่า	2.0%
หม้าย	2.6%



รูปที่ 4 (4ก): กลุ่มตัวอย่างแยกตาม การศึกษา

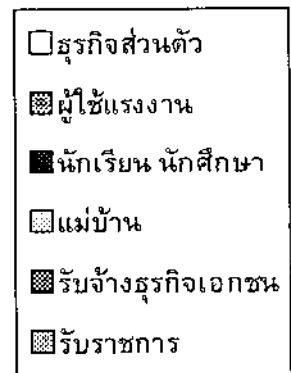
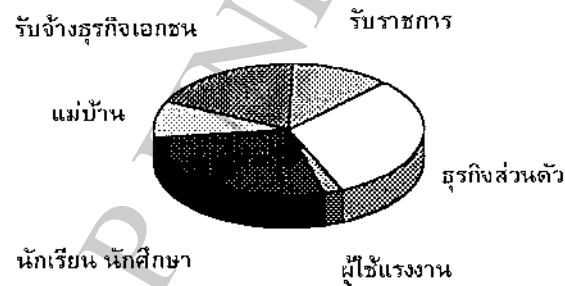
A. ต่ำกว่า ป. 6	10.4%
B. ม. 1-3	8.2%
C. ม. 4-6	14.5%
D. อหุปริญญา	15.2%
E. ปริญญาตรี	49.5%
F. สูงกว่าปริญญา	2.2%





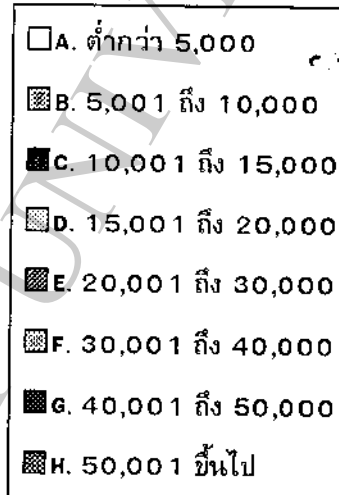
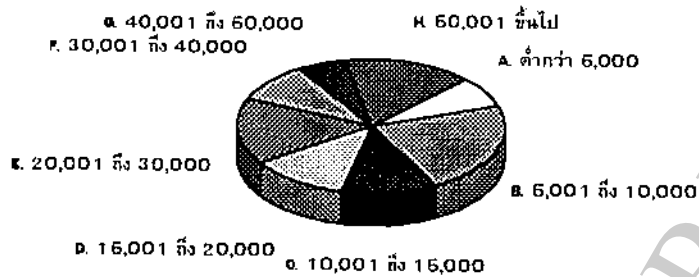
รูปที่ 5 (5ก): กลุ่มตัวอย่างแยกตาม อาชีพ

ธุรกิจส่วนตัว	31.4%
ผู้ใช้แรงงาน	2.2%
นักเรียน นักศึกษา	27.5%
แม่บ้าน	8.7%
รับจ้างธุรกิจเอกชน	18.4%
รับราชการ	11.9%



รูปที่ 6 (6ก): กลุ่มตัวอย่างแยกตาม รายได้

A. ต่ำกว่า 5,000	7.2%
B. 5,001 ถึง 10,000	22.4%
C. 10,001 ถึง 15,000	11.5%
D. 15,001 ถึง 20,000	11.7%
E. 20,001 ถึง 30,000	16.1%
F. 30,001 ถึง 40,000	9.5%
G. 40,001 ถึง 50,000	5.8%
H. 50,001 ขึ้นไป	15.8%



- ❖ อาชีพ ผู้ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และนักเรียน นักศึกษา นิยมไปใช้บริการ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลภาคสวนแก้ว รองลงไปเป็นห้างสรรพสินค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า
- ❖ สถานภาพการสมรส คนโสดนิยมไปใช้บริการห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลภาคสวนแก้วมากที่สุด รองลงไปเป็นห้างสรรพสินค้าแอร์พอร์ต พลาซ่า
- ❖ รายได้ กลุ่มตัวอย่างทุกระดับรายได้ นิยมไปใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลภาคสวนแก้วมากที่สุด รองลงไปเป็นห้างสรรพสินค้าแอร์พอร์ต พลาซ่า
- ❖ การศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูง คือ ตั้งแต่ระดับอนุปริญญาขึ้นไปจะนิยมไปใช้บริการห้างสรรพสินค้า หรือกล่าวได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาดำกว่าระดับอนุปริญญา นิยมไปใช้บริการกลุ่มร้านอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ห้างสรรพสินค้าที่ระบุไว้
- ❖ อายุ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี นิยมไปใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลภาคสวนแก้ว และในขณะเดียวกันพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุสูงกว่า 30 ปี นิยมไปใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า และกลุ่มร้านที่อื่น ๆ ที่ไม่ใช่ห้างสรรพสินค้าที่ระบุไว้ นั่น กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มใช้บริการห้างสรรพสินค้าที่อยู่ใกล้บ้าน

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ทำการศึกษากาermaใช้บริการของผู้บริโภคในห้างสรรพสินค้าจำนวน 7 แห่ง ประกอบด้วยห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ ห้างต้นตราบัณฑ์ข้างเผือก ห้างสรรพสินค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า ห้างริมปิงโชตนา ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลภาคสวนแก้ว ห้างสีสวนพลาซ่า ร้านค้า "อื่นๆ" ซึ่งหมายถึงตลาด ร้านขายส่ง/ขายปลีก และร้านขายของชำทั่วไป) และร้านมินิสโตร์ ๑ แห่ง ได้แก่ ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ที่เป็นร้านค้าแบบลูกโซ่ มีทั้งหมดประมาณ 12 สาขาตั้งกระจายทั่วไปในพื้นที่ที่ทำการศึกษา



คนหนุ่มสาวที่เป็นลูกค้าต้นตราบัณฑ์ เมื่ออายุมากขึ้นรายได้มากขึ้นก็ยังเป็นลูกค้าของต้นตราบัณฑ์

แผนภาพที่เสนอต่อไปนี้ จะแสดงการใช้บริการในห้างสรรพสินค้าของประชากรตัวอย่างในรอบ 2 เดือน (มิถุนายนและกรกฎาคม 253๑) ก่อนการศึกษาครั้งนี้

การใช้บริการห้างสรรพสินค้า พบว่า ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลภาคสวนแก้ว ได้รับความนิยมมากที่สุด ร้อยละ 39.5 ทั้งนี้อาจด้วยเหตุผลสำคัญคือเป็นห้างสรรพสินค้าใหม่ (เปิดดำเนินการเมื่อต้นปี 253๑) อีกทั้งเป็นสาขาของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลที่มีชื่อเสียงเป็นที่นิยมของประชาชนในเขตกรุงเทพฯ มาก่อน

ในปัจจุบัน พบว่า ห้างสรรพสินค้าแมคโคร ซึ่งเริ่มเปิดดำเนินการระหว่างการศึกษาครั้งนี้ (คือสิงหาคม 253๑) อาจจะมีผลกระทบต่อการศึกษาได้ อันเนื่องมาจากเป็นห้างสรรพสินค้า "ใหม่" อีกทั้งมีระบบการให้บริการด้วย "สิทธิพิเศษ" ในรูปของการเป็นสมาชิก จึงได้รับความสนใจจากประชาชนเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในช่วงเริ่มต้น

ในการศึกษาข้อมูลด้านประชากรตัวอย่างต่อการใช้บริการในห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ แยกออกเป็นข้อมูลด้านเพศ รายได้ของครอบครัว อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ และที่พักอาศัย โดยการศึกษได้แบ่งเขตพื้นที่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ออกเป็น 4 เขต

รูปที่ 7 แสดงข้อมูลถึงความนิยมการไปใช้บริการในห้างสรรพสินค้าในรอบ 2 เดือนก่อนการศึกษา พบว่า ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลได้รับความนิยมมากที่สุด ร้อยละ 39.5 รองลงไปได้แก่ห้างสรรพสินค้าแอโรพอร์ทพลาซ่า ร้อยละ 22.6 ที่อื่น ๆ กลุ่มร้านอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ห้างสรรพสินค้าที่ระบุไว้ร้อยละ 20 ส่วนห้างสรรพสินค้าอื่น ๆ ไม่มีห้างฯ ใดที่ได้รับความนิยมมากกว่าร้อยละ 7



แมคโครเพิ่งเปิดเมื่อเดือนสิงหาคม

1993 ระหว่างการสำรวจไม่มีข้อมูลที่เพียงพอ และเนื่องจากความใหม่และการให้บริการพิเศษแก่ลูกค้าเท่านั้นไปซื้อได้ อาจทำให้เกิดความคึกคักในช่วงสองสามเดือนแรกก็เป็นได้



ในห้างสรรพสินค้าใหญ่ ๆ

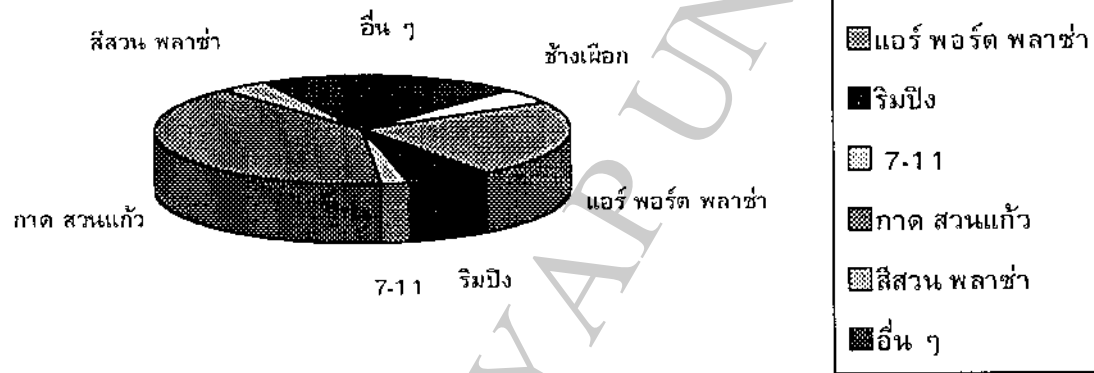
อย่างเช่นแอโรพอร์ทพลาซ่าและภาคสวนแก้ว ซึ่งมี ผู้มาใช้บริการในร้าน ค่อนข้างหนาแน่น ลูกค้าอาจจะมาเพื่อ พักผ่อนหย่อนใจ หรือ มาเที่ยวเสียมากกว่า มาซื้อสินค้า



ในร้านค้าเล็กที่ผู้มาใช้บริการไม่มากนัก ลูกค้าส่วนใหญ่ก็มีความตั้งใจไว้แล้วว่าจะไปซื้ออะไรในร้านเหล่านั้น

รูปที่ 7 (7ก): ห้างสรรพสินค้าที่ใช้บริการมากที่สุดใน 2 เดือนที่ผ่านมา

ห้างสรรพสินค้า	แอร์ พอร์ต พลาซ่า	ริมปิง โซดนา	7-11	กาด สวนแก้ว	สีสวน พลาซ่า	อื่นๆ
ห้างแม่ออก	23.2%	6.0%	1.8%	39.9%	3.9%	21.0%



รูปที่ 8 แสดงการใช้บริการในห้างสรรพสินค้าในรอบ 2 เดือนก่อนการศึกษาแยกตามเพศ พบว่าเพศชายจะใช้บริการห้างสรรพสินค้าใหญ่ ๆ ซึ่งจำหน่ายสินค้าประเภทของใช้เป็นหลักมากกว่าเพศหญิง ในตรงกันข้าม ห้างสรรพสินค้าที่จำหน่ายสินค้าประเภทอาหารเป็นหลัก เช่น ห้างริมบึงชุปเปอร์สโตร์ ผู้ใช้บริการจะเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เดียวกัน การใช้บริการที่อื่น ๆ พบว่า ผู้ใช้บริการจะเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

รูปที่ 9 แสดงการใช้บริการในห้างสรรพสินค้าในรอบ 2 เดือนก่อนการศึกษาแยกตามอาชีพ พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว นักศึกษา และนักเรียนนิยมไปใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลภาคสวนแก้ว

ขณะที่เดียวกันที่ผู้นิยมไปใช้บริการห้างสรรพสินค้าแอโรพอร์ตพลาซ่า ส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ ปรากฏว่าผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้าตันตราภัณฑ์ข้างเมือก และห้างริมบึงชุปเปอร์สโตร์ ส่วนใหญ่เป็นผู้ใช้แรงงานทั่วไป

รูปที่ 10 แสดงสถานภาพการสมรสของผู้ใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลภาคสวนแก้วส่วนใหญ่เป็นคนโสด .

รูปที่ 11 แสดงสถานภาพรายได้ของผู้ใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกระดับรายได้นิยมไปใช้บริการห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลภาคสวนแก้ว และรองลงไปได้แก่ แอโรพอร์ตพลาซ่า ซึ่งส่วนใหญ่มีรายได้สูง (50,001 บาทขึ้นไป) หรือร่วมกับกลุ่มที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท .



เพราะว่าผู้หญิงเป็นคนซื้ออาหาร ควรตั้งเป้าว่าที่ผู้หญิงจะซื้อของให้ผู้ชายต้องมีอาหารขายด้วย เช่น ที่ริมบึงและข้างเมือก ส่วนผู้ชายนั้นจะไปซื้อสินค้าที่ไม่ต้องมีอาหารขาย



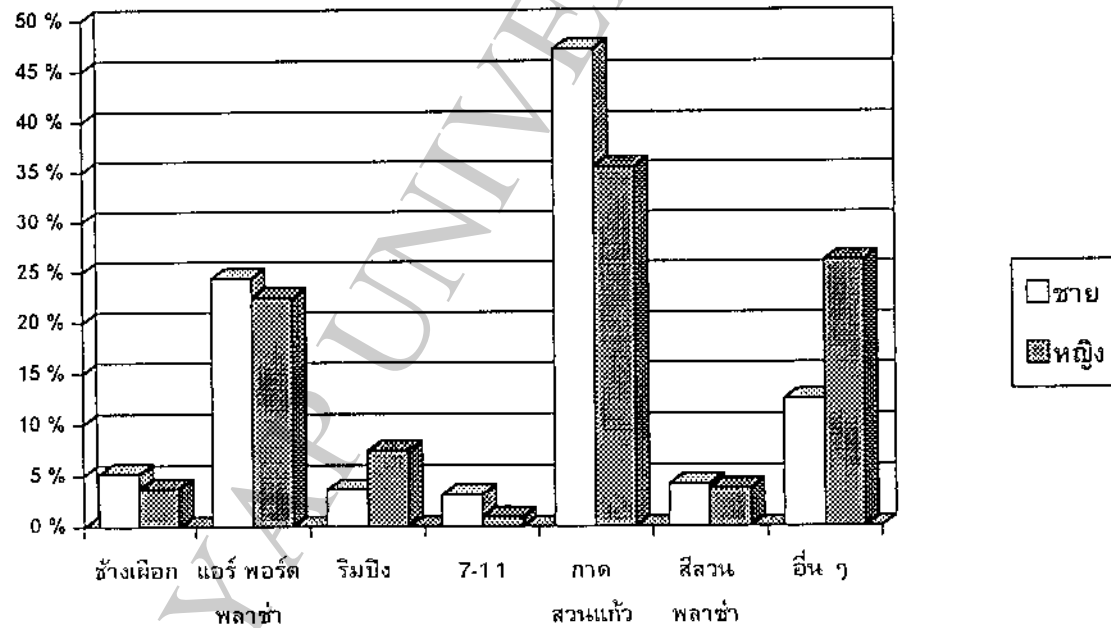
เนื่องจากห้างสรรพสินค้าใหญ่ๆ และร้านค้าเล็ก ๆ ต่างก็มีลูกค้าที่ต่างกัน แต่ละร้านควรมีการจัดการให้ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าของตน



สถานที่ที่เน้นระหว่างคนโสดกับคนที่มีความครอบครัว ควรมีสินค้าที่เหมาะสมกับคนทั้งสองฐานะ เช่น คนที่มีความครอบครัวจัดหาสินค้าประเภทเครื่องครัว ของใช้ในบ้าน ขณะที่คนโสดหาสินค้าประเภทแฟชั่นหรือสินค้าที่คนโสดทั้งหลายชอบใช้

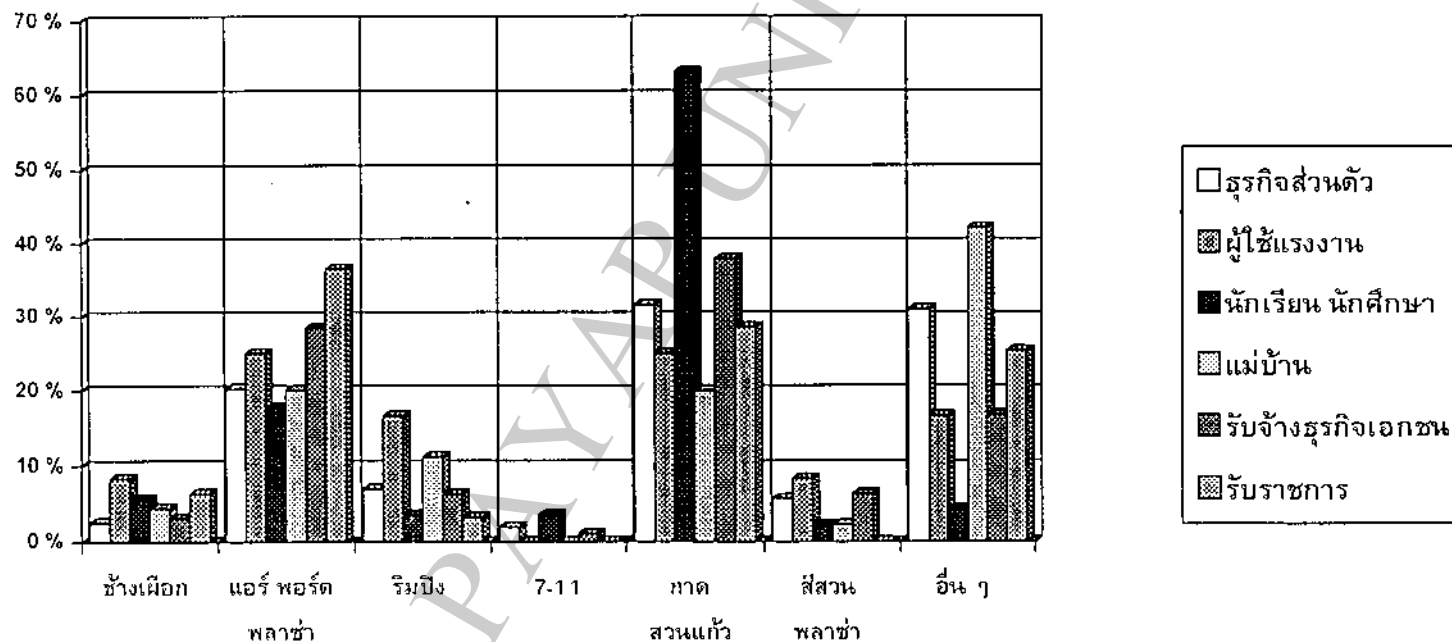
รูปที่ 8 (8ก): ห้างสรรพสินค้าที่ไปใช้บริการมากที่สุดใน 2 เดือนที่ผ่านมา แยกตามเพศ

		ห้างเมื่อก	แอร์ พอร์ต	ริมปีง โชตนา	7-11	ภาค สวนแก้ว	สีสวน ปลาซ่า	อื่นๆ
ชาย	n = 193	5.2%	24.4%	3.6%	3.1%	47.2%	4.1%	12.4%
หญิง	n = 321	3.7%	22.4%	7.5%	0.9%	35.5%	3.7%	26.2%



รูปที่ 9 (12ก): ห้างสรรพสินค้าที่ใช้บริการมากที่สุดใน 2 เดือนที่ผ่านมา แยกตามอาชีพ

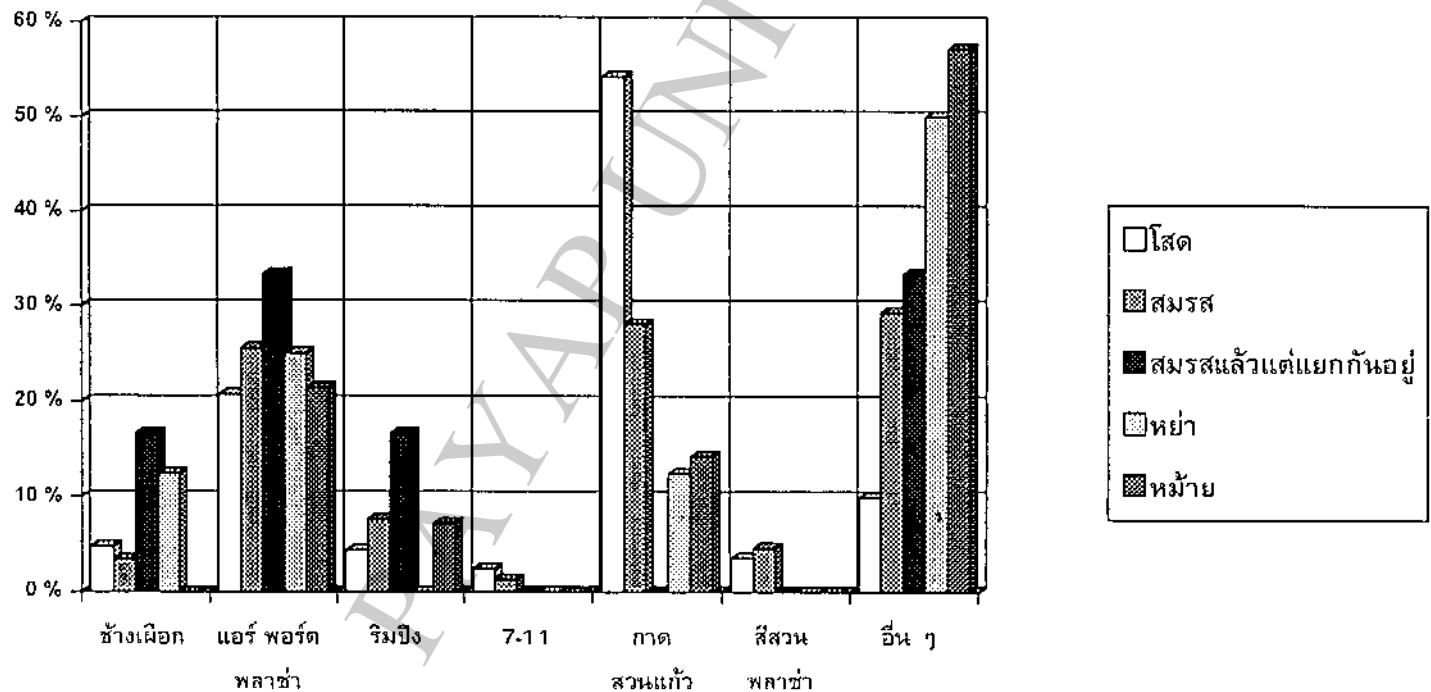
		ห้างเมือง	แอร์ พอร์ต	ริมปีง โชตนา	7-11	กาด สวนแก้ว	สีสวน ปลาซ่า	อื่น ๆ
ธุรกิจส่วนตัว	n = 158	2.5%	20.3%	7.0%	1.9%	31.6%	5.7%	31.0%
ผู้ใช้แรงงาน	n = 12	8.3%	25.0%	16.7%	0.0%	25.0%	8.3%	16.7%
นักเรียน นักศึกษา	n = 141	5.7%	17.7%	3.5%	3.5%	63.1%	2.1%	4.3%
แม่บ้าน	n = 45	4.4%	20.0%	11.1%	0.0%	20.0%	2.2%	42.2%
รับจ้างธุรกิจเอกชน	n = 95	3.2%	28.4%	6.3%	1.1%	37.9%	6.3%	16.8%
รับราชการ	n = 63	6.3%	36.5%	3.2%	0.0%	28.6%	0.0%	25.4%





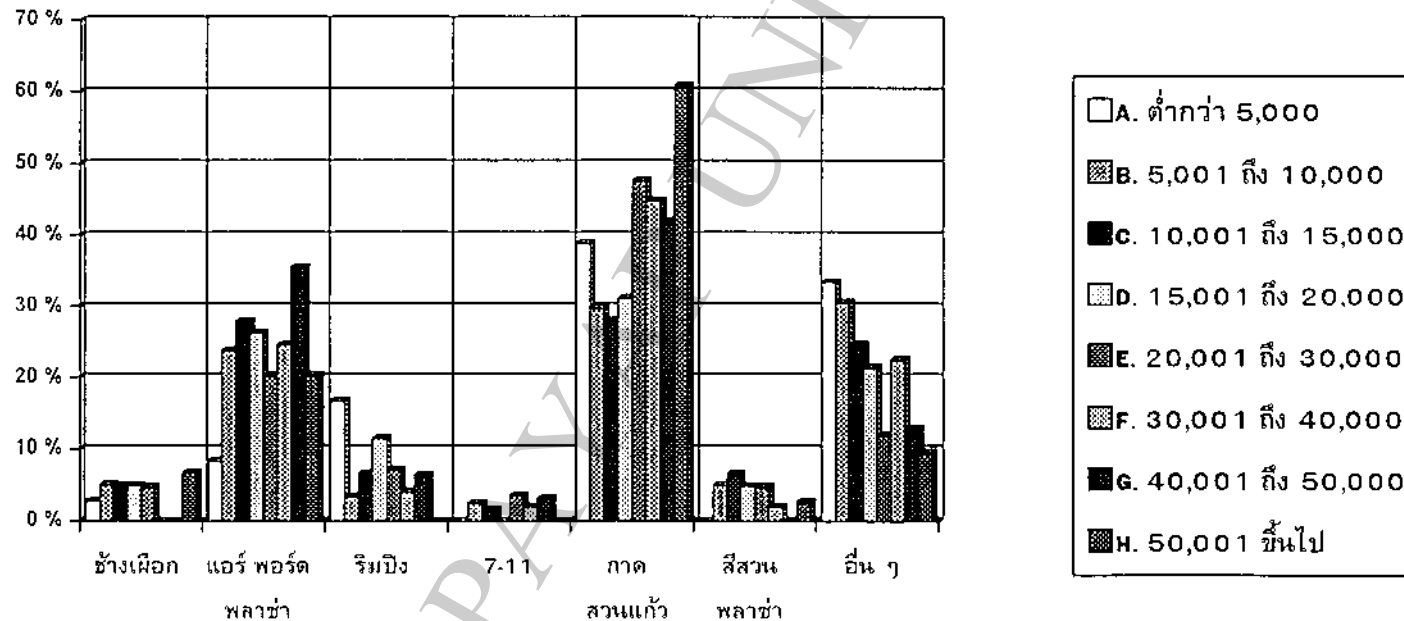
รูปที่ 10 (10ก): ห้างสรรพสินค้าที่ใช้บริการมากที่สุดใน 2 เดือนที่ผ่านมา  
แยกตามสถานภาพสมรส

		ห้างเมื่อก	แอร์ พอร์ต	ริมปิง โชดนา	7-11	กาด สวนแก้ว	สีสวน พลาซ่า	อื่นๆ
โสด	n = 251	4.8%	20.7%	4.4%	2.4%	54.2%	3.6%	10.0%
สมรส	n = 235	3.4%	25.5%	7.7%	1.3%	28.1%	4.7%	29.4%
สมรสแล้วแต่แยกกัน	n = 6	16.7%	33.3%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%
หย่า	n = 8	12.5%	25.0%	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%	50.0%
หม้าย	n = 14	0.0%	21.4%	7.1%	0.0%	14.3%	0.0%	57.1%



รูปที่ 11 (13ก): ห้างสรรพสินค้าที่ไปใช้บริการมากที่สุดใน 2 เดือนที่ผ่านมา แยกตามรายได้

		ห้างเมื่อก	แอร์ พอร์ต	ริมฝั่ง โชตนา	7-11	ภาค สวนแก้ว	สีสวน ปลาซ่า	อื่นๆ
A. ต่ำกว่า 5,000	n = 36	2.8%	8.3%	16.7%	0.0%	38.9%	0.0%	33.3%
B. 5,001 ถึง 10,000	n = 118	5.1%	23.7%	3.4%	2.5%	29.7%	5.1%	30.5%
C. 10,001 ถึง 15,000	n = 61	4.9%	27.9%	6.6%	1.6%	27.9%	6.6%	24.6%
D. 15,001 ถึง 20,000	n = 61	4.9%	26.2%	11.5%	0.0%	31.1%	4.9%	21.3%
E. 20,001 ถึง 30,000	n = 84	4.8%	20.2%	7.1%	3.6%	47.6%	4.8%	11.9%
F. 30,001 ถึง 40,000	n = 49	0.0%	24.5%	4.1%	2.0%	44.9%	2.0%	22.4%
G. 40,001 ถึง 50,000	n = 31	0.0%	35.5%	6.5%	3.2%	41.9%	0.0%	12.9%
H. 50,001 ขึ้นไป	n = 74	6.8%	20.3%	0.0%	0.0%	60.8%	2.7%	9.5%



ส่วนผู้ให้บริการในห้างสรรพสินค้าต้นตราภคณ์ข้างเผือกและห้างสีสวนส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้ปานกลาง ซึ่งแสดงว่าการจัดจำหน่ายและให้บริการสินค้าในห้างดังกล่าวน่าจะเน้นสินค้าที่มีคุณภาพและราคาปานกลาง

รูปที่ 12 แสดงการให้บริการในห้างสรรพสินค้าในรอบ 2 เดือนก่อนการศึกษาจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ให้บริการห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลและห้างสรรพสินค้าแอร์พอร์ตพลาซ่าส่วนใหญ่เป็นผู้มีการศึกษาค่อนข้างสูง อันเป็นการบ่งชี้ถึงการมีรายได้ และมีความสามารถในการรับจ่ายใช้สอยสูงตามไปด้วย

รูปที่ 13 แสดงการให้บริการในห้างสรรพสินค้าในรอบ 2 เดือนก่อนการศึกษา จำแนกตามอายุของผู้ใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี และจะใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลภาคสวนแก้ว ในทางตรงกันข้าม ผู้ใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้าแอร์พอร์ตพลาซ่าส่วนใหญ่มีอายุมากกว่าคืออยู่ระหว่าง 40 - 49 ปี ในขณะที่ผู้ให้บริการที่อื่น ๆ ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ (50 ปีขึ้นไป)

รูปที่ 14 แสดงการให้บริการห้างสรรพสินค้าในรอบ 2 เดือนก่อนการศึกษา จำแนกตามเขตที่พักอาศัย พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะใช้บริการห้างสรรพสินค้าที่ตั้งอยู่ใกล้กับเขตที่พักอาศัยมากกว่าห้างสรรพสินค้าที่ตั้งอยู่ไกลที่หักอาศัย



ผู้ที่มีรายได้สูงมีแนวโน้มจะไปซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้า ในขณะที่ผู้มีรายได้ต่ำจะไปซื้อสินค้าที่ร้านอื่น ๆ สินค้าราคาถูก



เน้นสินค้าราคาถูกที่ข้างเผือกและริมปิง



เน้นสินค้าที่มีคุณภาพ และประทับใจผู้ซื้อที่แอร์พอร์ต พลาซ่า

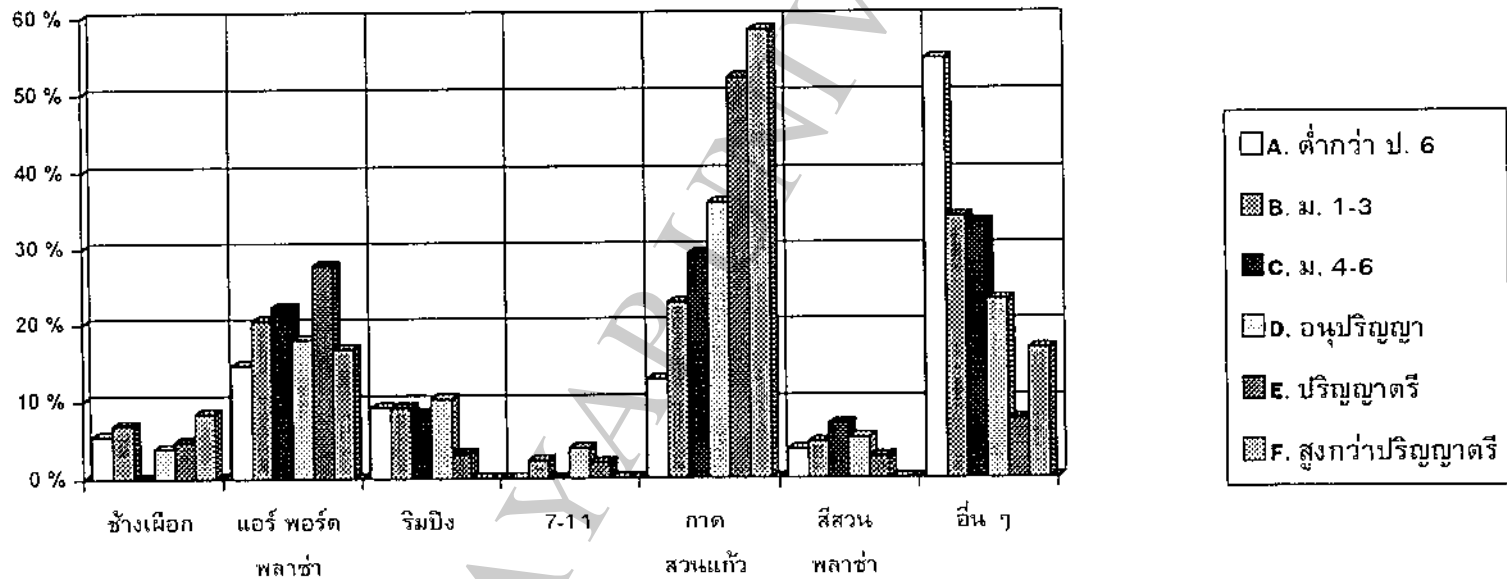


รถบริการลูกค้าของต้นตราภคณ์นั้นลูกค้า ที่อยู่ไกล ๆ จะให้ความสนใจมากกว่า

PAYAP UNIVERSITY

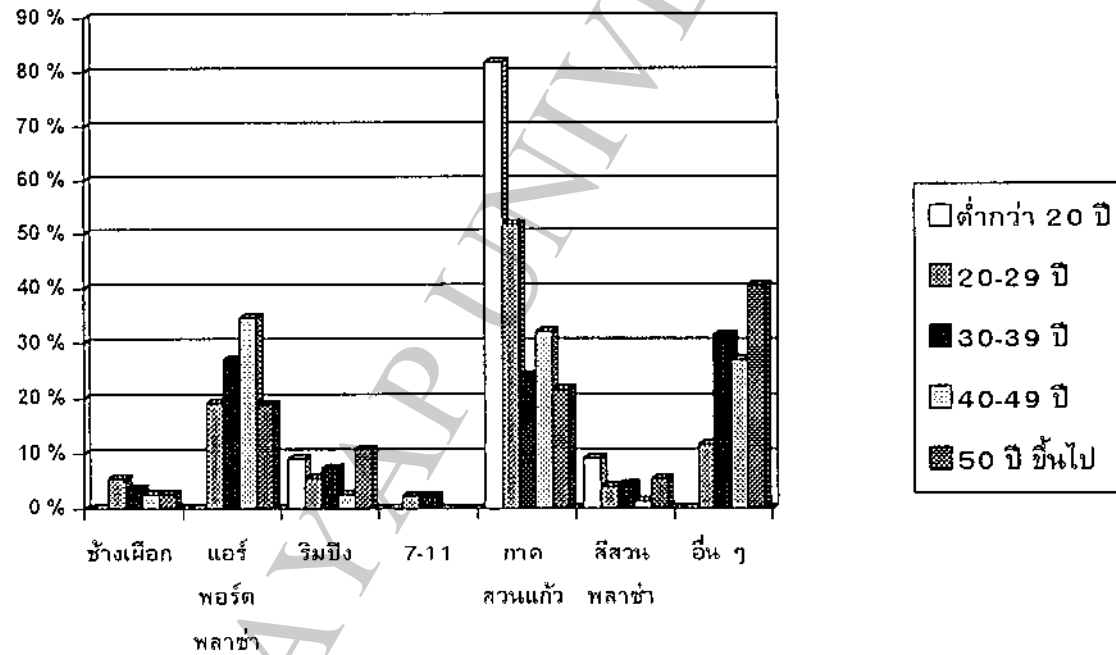
รูปที่ 12 (11 ก): ห้างสรรพสินค้าที่ใช้บริการมากที่สุดใน 2 เดือนที่ผ่านมา  
แยกตามระดับการศึกษา

		ห้างแม็ค	แอร์ พอร์ต	ริมบิง โชตนา	7-11	กาด สวนแก้ว	สีสวน พลาซ่า	อื่น ๆ
A. ต่ำกว่า ป. 6	n = 55	5.5%	14.5%	9.1%	0.0%	12.7%	3.6%	54.5%
B. ม. 1-3	n = 44	6.8%	20.5%	9.1%	2.3%	22.7%	4.5%	34.1%
C. ม. 4-6	n = 72	0.0%	22.2%	8.3%	0.0%	29.2%	6.9%	33.3%
D. ออนุปริญญา	n = 78	3.8%	17.9%	10.3%	3.8%	35.9%	5.1%	23.1%
E. ปริญญาตรี	n = 253	4.7%	27.7%	3.2%	2.0%	52.2%	2.8%	7.5%
F. สูงกว่าปริญญาตรี	n = 12	8.3%	16.7%	0.0%	0.0%	58.3%	0.0%	16.7%



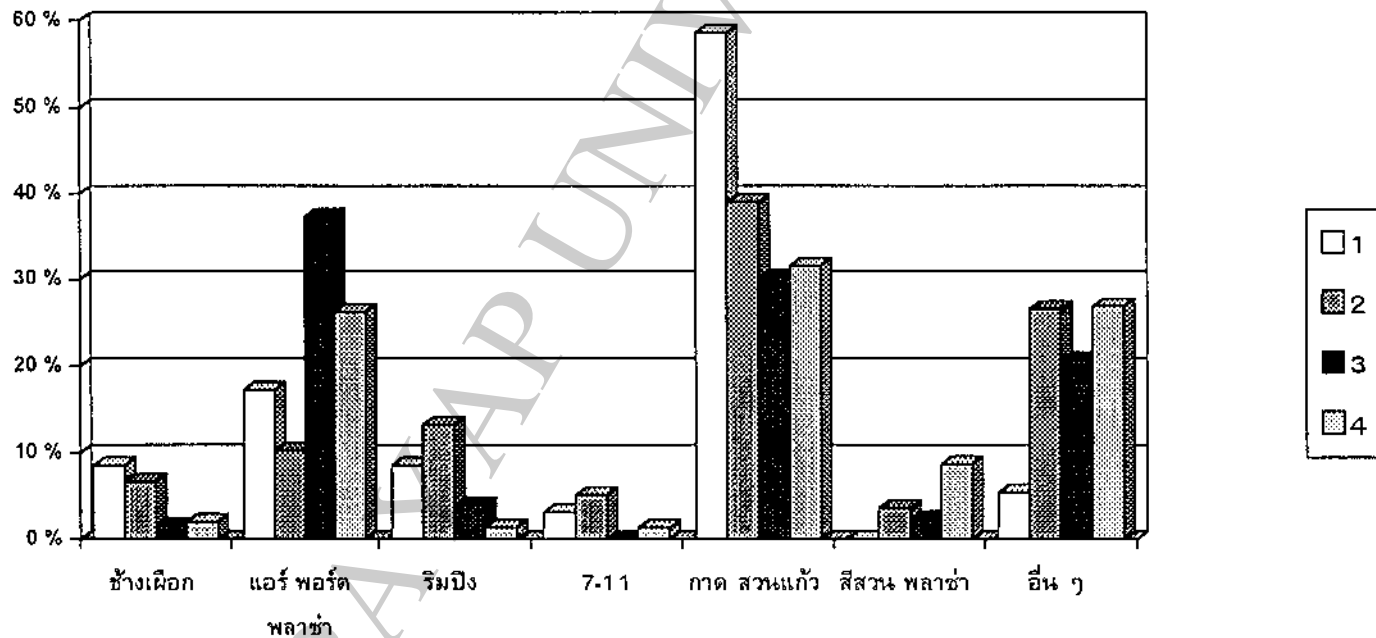
รูปที่ 13 (9ก): ห้างสรรพสินค้าที่ใช้บริการมากที่สุดใน 2 เดือนที่ผ่านมา แยกตามอายุ

		ห้างเมื่อก พอร์ต ปลาซ่า	แอร์ พอร์ต	ริมปิง โชตนา	7-11	ภาค สวนแก้ว	สีสวน ปลาซ่า	อื่นๆ
ต่ำกว่า 20 ปี	n = 11	0.0%	0.0%	9.1%	0.0%	81.8%	9.1%	0.0%
20-29 ปี	n = 251	5.6%	19.1%	5.6%	2.4%	51.8%	4.0%	11.6%
30-39 ปี	n = 137	3.6%	27.0%	7.3%	2.2%	24.1%	4.4%	31.4%
40-49 ปี	n = 78	2.6%	34.6%	2.6%	0.0%	32.1%	1.3%	26.9%
50 ปี ขึ้นไป	n = 37	2.7%	18.9%	10.8%	0.0%	21.6%	5.4%	40.5%



รูปที่ 14 (14ก): ห้างสรรพสินค้าที่ไปใช้บริการมากที่สุดใน 2 เดือนที่ผ่านมา แยกตามเขต

เขต	n	ข้างเมือง	แอร์พอร์ต	ริมปิง โชตนา	7-11	กาด สวนแก้ว	สีสวน ปลาซ่า	อื่นๆ
เขต 1	124	8.1%	17.7%	8.1%	2.4%	58.9%	0.0%	4.8%
เขต 2	128	5.5%	9.4%	11.7%	3.9%	38.3%	3.1%	28.1%
เขต 3	121	1.7%	38.8%	4.1%	0.0%	31.4%	2.5%	21.5%
เขต 4	141	2.1%	27.0%	0.7%	0.7%	31.9%	9.2%	28.4%



PAYAP UNIVERSITY