

บทที่ 4

สรุปผลการศึกษา ปัญหา ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้งของร้านค้าปลีกแบบซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในภาคเหนือ : กรณีศึกษาโลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์และบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงทฤษฎีและแนวความคิดที่นำมากำหนดปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้งของร้านค้าปลีก และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่ผู้ประกอบการของโลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์และบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ใช้ในการเลือกทำเลที่ตั้งในภาคเหนือ

การศึกษาทฤษฎีและแนวความคิดศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิที่ได้เก็บรวบรวมไว้แล้ว ส่วนการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่ผู้ประกอบการใช้ในการเลือกทำเลที่ตั้งนั้นศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ใช้การสัมภาษณ์แนวลึก (Depth Interview) ตามแนวทางของแบบสัมภาษณ์ที่ได้จัดเตรียมไว้แล้ว รวมทั้งใช้การสังเกตสภาพของทำเลที่ตั้ง (Observation) ควบคู่กันไปด้วย โดยจะสัมภาษณ์ผู้บริหารของโลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์สาขาเชียงใหม่ และพิษณุโลก และผู้บริหารของบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์สาขาเชียงราย ลำปาง และพิษณุโลก

แบบสัมภาษณ์จะแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 การให้ความสำคัญในการเลือกทำเลที่ตั้งของกิจการ
- ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกทำเลที่ตั้งในขั้นที่ 1 การเลือกจังหวัด
- ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกทำเลที่ตั้งในขั้นที่ 2 การเลือกย่านการค้า
- ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกทำเลที่ตั้งในขั้นที่ 3 การเลือกจุดที่ตั้งร้านค้า

การนำเสนอข้อมูลใช้การบรรยาย เปรียบเทียบเชิงพรรณนา

สรุปผลการศึกษา

1. การศึกษาทฤษฎีที่นำมากำหนดปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้งของร้านค้าปลีก

ประเภทของทำเลที่ตั้งตามทฤษฎีของ William H. Bolen กล่าวว่า มี 6 ประเภท คือ 1) ที่ตั้งในศูนย์กลางการค้า 2) ที่ตั้งย่านใจกลางเมือง 3) ที่ตั้งเป็นกลุ่ม 4) ที่ตั้งบนถนนสายเดียวกัน 5) ที่ตั้งอยู่อิสระ และ 6) ที่ตั้งแบบแยกจากร้านค้าอื่น ซึ่งร้านค้าปลีกแบบซูเปอร์เซ็นเตอร์เป็นทำเลที่ตั้งแบบสุดท้าย

การเลือกทำเลที่ตั้งตามทฤษฎีของ Thorstein Veblen มี 3 ขั้นตอน คือ การเลือกจังหวัด การเลือกย่านการค้า และการเลือกจุดที่ตั้งร้านค้า

ปัจจัยในการเลือกจังหวัดประกอบไปด้วยการวิเคราะห์ย่านการค้า ดัชนีความสามารถในการซื้อ ดัชนีวัดการอิมพอร์ตของธุรกิจค้าปลีก ขนาด ลักษณะและแนวโน้มประชากร ความมั่นคงทางเศรษฐกิจและโอกาสเจริญเติบโตของชุมชน บริการต่างๆ ในพื้นที่นั้น การแข่งขัน รวมถึงสภาพตลาดแรงงานและค่าแรงขั้นต่ำ

ปัจจัยในการเลือกย่านการค้าประกอบไปด้วย ทำเลของตลาดที่เป็นเป้าหมาย อุปสรรคด้านกายภาพและจิตใจ และประเภทของทำเลที่ตั้ง

ปัจจัยในการเลือกจุดที่ตั้งร้านค้าประกอบไปด้วย ประวัติของที่ดิน ขนาด รูปร่างของพื้นที่ และขนาดของที่จอดรถ การสัญจรไปมาของคนและรถและการคมนาคมขนส่ง สภาพแวดล้อมใกล้เคียง ค่าใช้จ่ายสำหรับทำเลที่ตั้ง การซื้อหรือการเช่าที่ดิน ความสามารถในการเข้าถึงทำเลที่ตั้ง และความสามารถในการมองเห็นทำเลที่ตั้ง

ทฤษฎีเกี่ยวกับการกระจายประชากรของ Newling กล่าวว่า ณ. จุดศูนย์กลางของเมือง ประชากรจะอาศัยกันอยู่หนาแน่นในระดับหนึ่งแต่ไม่ใช่หนาแน่นที่สุด ประชากรจะอยู่กันอย่างหนาแน่นมากที่สุด ณ. จุดที่ห่างจากศูนย์กลางเมืองระยะหนึ่งหรือที่เรียกว่ารอบเมือง และมีความเบาบางลงตามระยะทางที่ห่างออกไป

ทฤษฎีเกี่ยวกับราคาที่ดินของ T.A Hartshorn กล่าวว่า ราคาที่ดิน ณ. จุดศูนย์กลางเมืองจะเป็นจุดที่มีราคาที่ดินสูงที่สุด และจะค่อยๆ ลดลงตามระยะทางที่ห่างจากจุดศูนย์กลางเมืองออกไป

2. การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่ผู้ประกอบการของโลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์และ บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ใช้ในการเลือกทำเลที่ตั้งของร้านค้าในภาคเหนือ

จากการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่ผู้ประกอบการของโลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์และบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ใช้ในการเลือกทำเลที่ตั้งในภาคเหนือ เมื่อเปรียบเทียบกับทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้ในการเลือกทำเลที่ตั้งแล้วส่วนใหญ่จะมีลักษณะสอดคล้องกัน สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ขั้นตอนในการเลือกทำเลที่ตั้งของ โลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์และบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ สอดคล้องกับทฤษฎีของ Thorstein Veblen คือกิจการจะทำการเลือกจังหวัด เลือกย่านการค้า และเลือกจุดที่ตั้งของร้าน ตามลำดับ

2. โลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์และบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ส่วนใหญ่ใช้ปัจจัยที่เหมือนกันในการพิจารณาเลือกจังหวัด แต่มีความแตกต่างกันในรายละเอียดของบางปัจจัย โดยให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์จังหวัดที่กิจการสนใจว่ามีการกระจายตัวของย่านการค้าอย่างไร นำดัชนีวัดความสามารถในการซื้อและดัชนีวัดระดับการอึดตัวของธุรกิจค้าปลีกมาประยุกต์เป็นสูตรขึ้นใหม่ เพื่อวัดความสามารถในการซื้อของผู้บริโภค และวัดระดับของการแข่งขันว่ามีการแข่งขันด้านการค้าปลีกรุนแรงเพียงใด และยังพิจารณาถึงขนาด ลักษณะและแนวโน้มของประชากรในจังหวัดที่กิจการสนใจ ซึ่งเป็นตัวบอกขนาดของตลาดในจังหวัดที่กิจการสนใจว่ามีขนาดใหญ่หรือเล็กอย่างไร สำหรับการแข่งขันนั้น โลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์และบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์มีข้อพิจารณาที่แตกต่างกันออกไปคือ โลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์พิจารณาว่าจังหวัดที่มีการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกสูงเป็นจังหวัดที่ตลาดมีการพัฒนาแล้ว ผู้บริโภคมีกำลังซื้อเพียงพอจึงให้ความสนใจที่จะเข้าไปดำเนินการ

แต่บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์พยายามหลีกเลี่ยงจังหวัดที่มีการแข่งขันสูง ยกเว้นจังหวัดพิษณุโลก ถึงแม้ว่าจะมีการแข่งขันสูงก็ยังเป็นจังหวัดที่น่าสนใจที่จะเข้าไปเปิดดำเนินการ เพราะตลาดสามารถขยายได้กว้างไม่ใช่ว่าเฉพาะแต่จังหวัดพิษณุโลกเพียงจังหวัดเดียว จังหวัดใกล้เคียง เช่น สุโขทัย อุตรดิตถ์ เป็นต้น ที่สามารถเดินทางมาได้ในเวลาไม่เกิน 2 ชั่วโมง นอกจากนี้ยังมีการพิจารณาถึงลูกค้าเป้าหมายว่ามีกลุ่มใดบ้างและมีการสำรวจถึงบริการที่มีอยู่ในจังหวัดนั้นด้วย โดยจังหวัดที่สนใจจะเปิดดำเนินการจะต้องมีบริการต่างๆ พร้อมอยู่แล้ว

ในขั้นตอนของการเลือกจังหวัดนี้ผู้บริหารของบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์มีข้อพิจารณาที่แตกต่างจากผู้บริหารของโลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์ออกไปคือ สาขาเชียงรายและสาขาลำปางจะพิจารณาความมั่นคงและโอกาสในการเจริญเติบโตของชุมชน เนื่องจากทั้งสองจังหวัดยังไม่มีธุรกิจขนาดใหญ่เปิดดำเนินการ และมีกิจกรรมการค้าปลีกน้อยเมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ผู้บริหารของบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ เห็นว่าจังหวัดเชียงรายและจังหวัดลำปางมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสามารถเจริญเติบโตได้ในอนาคต

3. โลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์และบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ใช้ปัจจัยที่เหมือนกันในการพิจารณาเลือกย่านการค้า คือ ทำเลของตลาดที่เป็นเป้าหมาย มีการวิเคราะห์ถึงที่อยู่ของลูกค้าเป้าหมาย ส่วนใหญ่ว่าอยู่ในย่านใด มีการสัญจรอย่างไร มีอุปสรรคทางด้านกายภาพและจิตใจหรือไม่ กิจการทั้งสองแห่งจะเลือกทำเลที่ไม่มีกลิ่นเหม็นรบกวน เช่น เป็นที่ทิ้งขยะ หรือเป็นบริเวณที่อาจมีอันตรายจากการก่อสร้าง

4. โลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์และบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ใช้ปัจจัยที่เหมือนกันในการพิจารณาเลือกจุดที่ตั้งร้านค้า คือ ประวัติของที่ดิน ขนาด รูปร่างของพื้นที่และขนาดของที่จอดรถ ขนาด

ของที่จอดรถเป็นเรื่องสำคัญ เนื่องจากต้องนำมาคำนวณขนาดรวมของที่ดินและต้องใช้ในการวางแผนเพื่อให้บริการลูกค้าอย่างไม่บกพร่อง และยังคงคำนึงถึงการสัญจรไปมาของคนและรถและการคมนาคมขนส่ง สภาพแวดล้อมใกล้เคียง การซื้อหรือการเช่าที่ดิน ค่าใช้จ่ายสำหรับทำเลที่ตั้งซึ่งการใช้จ่ายเงินในเรื่องทำเลที่ตั้งเป็นการลงทุนเริ่มต้นของกิจการต้องมีการควบคุมค่าใช้จ่ายไม่ให้มากเกินไป ถ้ามากเกินไปอาจจะส่งผลกระทบต่อความดำเนินงานของร้านในระยะยาวได้ นอกจากนี้ยังคำนึงถึงความสามารถในการเข้าถึงและความสามารถในการมองเห็นทำเลที่ตั้ง เนื่องจากการเดินทางมาซื้อสินค้าของลูกค้าเป็นเรื่องที่สำคัญ ร้านค้าทุกสาขาจะตั้งอยู่ในบริเวณที่ห่างจากเมืองออกมาเล็กน้อย

ปัญหาและข้อค้นพบ

1. กิจการบางแห่งไม่ได้มีการสะสมที่ดินเพื่อทำการก่อสร้างซูเปอร์เซ็นเตอร์ ต้องหาที่ดินในแต่ละครั้งที่มีปัญหาหรือการเปลี่ยนแปลงของทำเลที่ตั้ง เมื่อพบทำเลที่น่าสนใจ อยู่ในย่านที่ดีและเหมาะสมมักจะพบว่าคู่แข่งได้ซื้อไปแล้ว
2. ผู้ที่ทำหน้าที่เจรจาต่อรองซื้อ-ขายที่ดินมีจำนวนน้อย และหาผู้ที่มีความสามารถยาก ผู้ที่มีความสามารถจริงๆ จะถูกแย่งตัวระหว่างบริษัทต่างๆ ที่ไม่ใช่เฉพาะร้านค้าปลีกแบบซูเปอร์เซ็นเตอร์เท่านั้นยังเป็นที่ต้องการของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์อีกด้วย
3. ด้านอาคารสถานที่ บางแห่งมีการออกแบบก่อสร้างไปแล้ว เมื่อเริ่มดำเนินการพบว่าลักษณะของพื้นที่มีปัญหา เช่น พื้นที่ที่ก่อสร้างซูเปอร์เซ็นเตอร์เป็นพื้นที่ลุ่มมีดินอ่อน ทำให้ทรุดตัวจะมีน้ำท่วมขังในหน้าฝน การปรับปรุงพื้นที่ใช้ระยะเวลาสั้น ต้องให้เวลาในการอัดหน้าดินให้แน่นเพื่อป้องกันการทรุดตัวของดินในอนาคต
4. ทำเลที่ตั้งบางแห่งตั้งอยู่ทางฝั่งขวามือของการเดินทาง ทำให้เกิดความไม่สะดวกของลูกค้าในการเข้ามาจับจ่ายซื้อสินค้า

จากการสังเกตพบว่า โลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์สาขาเชียงใหม่ และโลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์สาขาพิษณุโลกตั้งอยู่ฝั่งซ้าย ลูกค้าต้องเดินทางออกจากเมือง เพื่อเข้ามาใช้บริการจากร้าน ซึ่งอยู่ฝั่งเดียวกับด้านที่ขับรถออกจากเมือง สามารถแวะซื้อสินค้าได้ง่ายโดยไม่ต้องจอดรถเลยกลับ เหมือนกับกรณีที่ร้านมีทำเลที่ตั้งอยู่ฝั่งขวา และกรณีที่ลูกค้ามียานที่อยู่อาศัยบริเวณชานเมืองก็แวะซื้อสินค้าหลังเลิกงานก่อนกลับบ้านได้สะดวก

บิกชีซูเปอร์เซ็นเตอร์สาขาเชียงรายเพียงสาขาเดียวที่ตั้งอยู่ฝั่งซ้ายของการเดินทาง ส่วนบิกชีซูเปอร์เซ็นเตอร์สาขาลำปางและสาขาพิษณุโลกนั้นตั้งอยู่ฝั่งขวา ลูกค้าต้องเดินทางออกจากเมือง เพื่อเข้ามาใช้บริการจากร้าน ซึ่งอยู่ฝั่งขวาของด้านที่ขับรถออกจากเมือง ต้องมีการเลี้ยวรถกลับเพื่อเข้ามายังร้านเกิดความไม่สะดวกบ้าง สำหรับบิกชีซูเปอร์เซ็นเตอร์สาขาพิษณุโลก มีช่องทางให้รถเลี้ยวได้ตรงกับบริเวณทางเข้าร้านพอดี ส่วนสาขาลำปางมีทางเลี้ยวกลับ (U-turn) ได้สะพานไม่ไกลจากตัวร้านมากนัก ประมาณ 500 เมตร ให้เข้ามายังร้านได้ และผู้บริหารมีความเห็นว่าลูกค้าส่วนใหญ่ที่เข้ามาจะมาจากทางเลี้ยวได้สะพานถึงร้อยละ 70 บิกชีซูเปอร์เซ็นเตอร์สาขาพิษณุโลกและสาขาลำปางเห็นว่าควรตั้งอยู่ด้านขวาของการเดินทางนี้เป็นปัจจัยที่เป็นปัญหาล็กน้อยเท่านั้น ปัจจัยด้านอื่น น่าสนใจมากกว่าจึงตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งนี้

5. ความสามารถในการมองเห็นของทำเลที่ตั้ง เฉพาะในบางสาขาที่ประสบปัญหา จากการสังเกตพบว่า

โลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์สาขาเชียงใหม่ อยู่ในบริเวณชุมชน ที่มีตึกแถวอาคารพาณิชย์หนาแน่น และมีบ้านพักอาศัยสูง 2 ชั้นอยู่ในบริเวณโดยรอบ เส้นทางที่เดินทางมาร้านเป็นถนนที่มีแนวของเสาไฟฟ้าสูงระดับเดียวกับป้ายร้านตลอดเส้นทาง

โลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์สาขาพิษณุโลก อยู่ในบริเวณนอกเมือง ตัวร้านจะอยู่ห่างจากถนน เนื่องจากเป็นแนวของเขตทางหลวงแผ่นดิน ทุกแห่งที่ตั้งร้านอยู่ในแนวเขตทางหลวงแผ่นดินก็จะติดข้อจำกัดนี้เช่นกัน คือ ไม่สามารถสร้างอาคารติดกับถนนใหญ่ได้ ด้านขวาของร้านเป็นโซว์รูมเฟอร์นิเจอร์ ชั้นเดียว ส่วนด้านขวาเป็นที่ดินเปล่ายังไม่มีการใช้ประโยชน์ โลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์สาขาพิษณุโลกจึงสามารถมองเห็นได้ชัดเจนและเข้าถึงได้ง่าย

บิกชีซูเปอร์เซ็นเตอร์สาขาเชียงรายตั้งอยู่ในกลุ่มร้านค้าที่ตั้งติดๆ กัน ด้านขวาของร้านเป็นตึก 3 ชั้น และมีบ้านพักอาศัย 2 ชั้น อยู่หนาแน่น ด้านซ้ายมือเป็นตึกสูง 4 ชั้น ขนาด 4 ห้อง เป็นที่ทำการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาซูเปอร์ไฮเวย์ เชียงราย อีกฝั่งที่ดินยังมีหน้าแคบเพียง 80 เมตร ต้องทำทั้งทางเข้า-ออก จึงเหลือพื้นที่ของด้านหน้าร้านไม่มาก ตัวอาคารมีขนาดใหญ่แต่หน้ากว้างของที่ดินไม่พอ อาคารจึงต้องหันข้างออกถนน อีกฝั่งป้ายร้านบิกชีซูเปอร์เซ็นเตอร์มีขนาดเล็กมากจนถูกป้ายโฆษณาของเซ็นทรัลแอร์มาบดบัง สาขาเชียงรายจึงมีปัญหาเรื่องการมองเห็นของทำเลที่ตั้ง

บิกชีซูเปอร์เซ็นเตอร์สาขาลำปางตั้งอยู่เดี่ยวๆ ด้านข้างทั้งซ้ายและขวายังเป็นที่ดินเปล่าที่ยังไม่มีการใช้ประโยชน์ อีกฝั่งที่ดินยังมีหน้ากว้างสามารถมองเห็นร้านได้ชัดเจน ไม่มีอะไรมาบังตัวอาคารของบิกชีซูเปอร์เซ็นเตอร์สาขาลำปาง

บิกชีซูเปอร์เซ็นเตอร์สาขาพิษณุโลกตั้งอยู่ย่านที่มีบ้านพักอาศัยอยู่หนาแน่น แต่เป็นบ้านที่ไม่สูงมากนัก ส่วนใหญ่เป็นบ้าน 2 ชั้น ด้านขวาเป็นที่ดินเปล่าๆยังไม่มีการใช้ประโยชน์ จึงไม่มีกลุ่มของอาคารหรือบ้านพักอาศัยเข้ามาบดบังทัศนวิสัยการมองเห็นของร้าน

ข้อเสนอแนะ

1. กิจการควรมีการทำทำเลที่ตั้งหรือซื้อที่ดินที่น่าสนใจในจังหวัดหรือในทำเลที่เราคาดว่า จะมีความเจริญต่อไปในอนาคต เพราะเมื่อจังหวัดนั้นมีการพัฒนาแล้วกิจการต้องการทำเลแห่งนั้น อาจพบว่าคู่แข่งขันได้ซื้อไปแล้ว
2. การเจรจาซื้อ-ขายที่ดินเป็นสิ่งสำคัญ ผู้เจรจาต่อรองของกิจการต้องเป็นผู้มี ศึกษาค้นคว้าในการเจรจาสูง ถ้าผู้เจรจาต่อรองที่ดินได้ราคาต่ำ จะส่งผลดีต่อด้านทุนการดำเนินงาน ของกิจการสามารถคืนทุนได้เร็ว กิจการควรคัดเลือกผู้ทำหน้าที่เจรจาต่อรองที่มีความ สามารถสูงเข้ามาร่วมทำงานในการจัดหาที่ดิน
3. การออกแบบอาคารควรให้มีเอกลักษณ์เหมือนกันทุกแห่ง อาจมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ บ้าง เพื่อให้เหมาะกับรูปร่างของที่ดินในแต่ละแห่ง อาคารบางแห่งมีการออกแบบให้จอร์จในชั้น ได้ดิน อาจประสบปัญหาหน้าท่วมขังในหน้าฝน เมื่อมีการก่อสร้างอาคารแห่งใหม่ควรออกแบบให้ ตัวอาคารมี 2 ชั้นและสร้างที่จอร์จในชั้น 1 ได้อาคาร ซึ่งนอกจากจะสะดวกในเรื่องการจอดรถ แล้วยังประหยัดพื้นที่ในการสร้างซูเปอร์เซ็นเตอร์ด้วย
4. กิจการควรหาทำเลที่ตั้งที่อยู่ฝั่งซ้ายของถนนจะมีความสะดวกในการเดินทางเข้ามาซื้อ สินค้าของลูกค้ามากกว่าตั้งอยู่บนฝั่งขวา กิจการที่ตั้งอยู่ฝั่งขวาและมีทางเลี้ยวเข้ามายังร้านนั้นในปัจจุบัน อาจจะยังไม่เกิดปัญหา ในระยะยาวหากมีการเปลี่ยนแปลงจุดวงกดกลับรถหรือมีร้านค้าปลีกประเภท เดียวกันมาเปิดใกล้เคียงและลูกค้าสามารถไปใช้บริการได้สะดวกกว่า อาจจะมีผลกระทบต่อกิจการ ได้
5. ควรมีการทำป้ายบอกก่อนถึงร้าน เพื่อให้ลูกค้าเตรียมชะลอรถเพื่อเลี้ยวเข้ามายังร้าน อาจใช้ป้ายชื่อร้านขนาดใหญ่ตั้งอยู่ในแนวขวางกับตัวร้าน อาจจะใช้บัลลูนลอยไว้เหนือร้านสูง หลายเมตรหรือให้สูงพื้นตัวอาคาร เพื่อให้มองเห็นได้ชัดเจน
6. กิจการค้าปลีกขนาดใหญ่ควรต้องมีการประเมินความสำเร็จในเรื่องทำเลที่ตั้งของธุรกิจ อยู่ตลอดเวลาว่าการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งที่ผ่านมามีข้อบกพร่องอย่างไร ประเมินความสำเร็จ หรือล้มเหลวอย่างไร เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงการเลือกทำเลที่ตั้งครั้งต่อไป