

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมของลูกค้าในการซื้อสินค้าอุปโภคจากห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่าอำเภอเมืองลำพูน ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้ คือ ผู้ที่ซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่าในอำเภอเมืองลำพูนจำนวน 300 คน จากนั้นนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์และแปลผลการศึกษา โดยแบ่งผลการศึกษาออกเป็น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อสินค้าอุปโภคห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมือง ลำพูน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าอุปโภคของลูกค้าห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่าอำเภอเมืองลำพูน

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะของลูกค้าห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อสินค้าอุปโภคทั้งสรรพสินค้าแฉ่มฟ้าพลาซ่า
อำเภอเมือง ลำพูน

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	124	41.30
หญิง	176	58.70
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.70
รองลงมาเป็นเพศชาย ร้อยละ 41.30

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 18	6	2.00
18-25	57	19.00
26-30	85	28.30
31-40	85	28.30
41-50	44	14.70
51-60	20	6.70
มากกว่า 60	3	1.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุที่ 26-40 ปี ร้อยละ 56.60
รองลงมาก็้ออายุ 18-25 ปี ร้อยละ 19 และอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 14.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานะภาพสมรส

สถานะภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	151	50.30
แต่งงาน	131	43.70
หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่	18	6.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานะภาพโสด ร้อยละ 50.30 รองลงมาคือสถานะภาพแต่งงาน ร้อยละ 43.70 และสถานะภาพหย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่ ร้อยละ 6.00

จากข้อมูลจำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าจำนวนสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ยอยู่ที่ครอบครัวละ 4 คน

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	15	5.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	16	5.30
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	47	15.70
อนุปริญญา/ ปวส./ ปวท.	69	23.00
ปริญญาตรี	139	46.30
สูงกว่าปริญญาตรี	14	4.70
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาที่ปริญญาตรี ร้อยละ 46.30 รองลงมาคือ อนุปริญญา/ ปวส./ ปวท. ร้อยละ 23.00 และลำดับสุดท้าย มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. ร้อยละ 15.70

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	26	8.70
5,000 – 10,000 บาท	64	21.30
10,001 – 15,000 บาท	84	28.00
15,001 – 20,000 บาท	38	12.70
20,001 – 25,000 บาท	26	8.70
25,000 บาทขึ้นไป	62	20.70
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนที่ ไม่เกิน 10,001 - 15,000 บาท ร้อยละ 28.00 รองลงมาคือรายได้ต่อเดือนที่ 5,000 – 10,000 บาท ร้อยละ 21.30 รายได้ต่อเดือน 25,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 20.70 รายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 12.70 และลำดับสุดท้ายคือรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาทและ 20,001 – 25,000 บาท ร้อยละ 8.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	19	6.30
พนักงานบริษัทเอกชน	197	65.70
ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ	10	3.30
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	50	16.70
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	10	3.30
รับจ้างทั่วไป	12	4.00
อื่นๆ	2	0.70
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 65.70 รองลงมาคือข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 16.70 นักเรียน/ นักศึกษา ร้อยละ 6.30 และอาชีพรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 4.00

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของยานพาหนะที่มี

ประเภทยานพาหนะ	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์เก๋ง	110	37.00
รถยนต์กระบะ	106	35.00
รถจักรยานยนต์	231	77.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย)

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 77.00 รองลงมาคือรถยนต์เก๋ง ร้อยละ 37.00 และรถยนต์กระบะ ร้อยละ 35.00

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคของลูกค้าห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทางไปห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน

จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	119	39.70
2-3 คน	164	54.70
4-5 คน	14	4.70
มากกว่า 5 คน	3	1.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางไปห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน (รวมตัวผู้ตอบแบบสอบถาม) 2-3 คน ร้อยละ 54.70 รองลงมาคือเดินทางคนเดียว ร้อยละ 39.70 และมีผู้ร่วมเดินทาง 4-5 คน ร้อยละ 4.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการมาห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน

ผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	255	85.00
พ่อ/ แม่	35	12.00
พี่/ น้อง	30	10.00
บุตร	44	15.00
สามี/ ภรรยา	73	24.00
เพื่อน	58	19.00
อื่นๆ	0	0.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย)

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจมาห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่าอำเภอเมืองลำพูนด้วยตนเอง ร้อยละ 85.00 รองลงมาคือ สามี/ ภรรยา ร้อยละ 24.00 และเพื่อนร้อยละ 19.00

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน

บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	244	81.30
พ่อ/ แม่	5	1.70
พี่/ น้อง	4	1.30
บุตร	3	1.00
สามี/ ภรรยา	40	13.30
เพื่อน	3	1.00
อื่นๆ	1	0.30
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่าอำเภอเมืองลำพูนด้วยตนเอง ร้อยละ 81.30 รองลงมาคือ สามิ/ ภรรยา ร้อยละ 13.30 และ พ่อ/ แม่ ร้อยละ 1.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสินค้าที่ซื้อจากห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน

ประเภทสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม รองเท้า	197	66.00
เครื่องสำอาง	144	48.00
กระเป๋า เช่น กระเป๋าเดินทาง กระเป๋าส่วนบุคคล	42	14.00
ของใช้สำหรับเด็ก	80	27.00
อุปกรณ์กีฬา	53	18.00
เครื่องเขียนและก๊ฟท์ซ้อป	129	43.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย)

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดร้อยละ 66.00 ซื้อเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม และรองเท้าที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า รองลงมาคือ เครื่องสำอาง ร้อยละ 48.00 และเครื่องเขียนและก๊ฟท์ซ้อป ร้อยละ 43.00

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสินค้าที่ซื้อจากห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนบ่อยที่สุด

ประเภทสินค้า	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม รองเท้า	97	32.34	1
เครื่องสำอาง	54	18.00	3
กระเป๋า เช่น กระเป๋าเดินทาง กระเป๋าส่วนบุคคล	30	10.00	5
ของใช้สำหรับเด็ก	42	14.00	4
อุปกรณ์กีฬา	15	5.00	6
เครื่องเขียนและก๊ฟท์ซ้อป	62	20.66	2
รวม	300	100.00	

จากตารางที่ 12 พบว่า สินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อบ่อยที่สุดคือ เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม และรองเท้า ร้อยละ 32.34 รองลงมาคือ เครื่องเขียนและกีฬาที่ซื้อ ร้อยละ 20.66 เครื่องสำอาง ร้อยละ 18.00 ของใช้สำหรับเด็ก ร้อยละ 14.00 กระเป๋าเดินทาง เช่นกระเป๋าเดินทาง กระเป๋าส่วนบุคคล ร้อยละ 10.00 และ อุปกรณ์กีฬา ร้อยละ 5.00

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อการซื้อ ในการซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 100 บาท	5	1.70
101 - 300 บาท	45	15.00
301 - 500 บาท	79	26.30
501 - 1,000 บาท	114	38.00
1,001 - 1,500 บาท	30	10.00
1,501 - 2,000 บาท	27	9.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 38.00 มีค่าใช้จ่าย ในการซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนเฉลี่ย 501 - 1,000 บาท รองลงมาคือ 301 - 500 บาท ร้อยละ 26.30 และ 101 - 300 บาท ร้อยละ 15.00

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่เลือกซื้อสินค้าอุปโภค แทนการซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่าอำเภอเมืองลำพูน

สถานที่เลือกซื้อสินค้าอุปโภค	จำนวน	ร้อยละ
ตลาดสด	23	7.70
ร้านขายของชำ	62	20.70
ตลาดนัด	108	36.00
ร้านเสริมสวย	4	1.30
อื่นๆ (ห้างศิเคาท์ไนท์ เช่น บิ๊กซีและคาร์ฟูร์สาขา ลำพูน)	103	34.30
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 36.00 เลือกซื้อสินค้าอุปโภคที่ตลาดนัดแทนการซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่าอำเภอเมืองลำพูนมากที่สุด รองลงมาคือ ห้างคิสเคาท์สโตร์ เช่น บิ๊กซีและคาร์ฟูร์สาขาลำพูน ร้อยละ 34.30 และ ร้านขายของชำ ร้อยละ 20.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม สัดส่วนของการซื้อสินค้าอุปโภคที่ซื้อจากห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน

สัดส่วน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 50%	185	61.70
50% ขึ้นไป	115	38.30
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสัดส่วนของการซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่าอำเภอเมืองลำพูน น้อยกว่า 50% คิดเป็นร้อยละ 61.70 และมีสัดส่วนการซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่าอำเภอเมืองลำพูน 50% ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 38.30

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ความถี่ในการใช้บริการที่ห้างแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน

ความถี่ในการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าเดือนละครั้ง	103	34.30
เดือนละ 1-3 ครั้ง	141	47.00
สัปดาห์ละครั้ง	29	9.70
สัปดาห์ละ 2-4 ครั้ง	17	5.70
สัปดาห์ละ 4 ครั้ง	10	3.30
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 47.00 มีความถี่ในการใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่าอำเภอเมืองลำพูนเฉลี่ยเดือนละ 1-3 ครั้ง รองลงมาคือน้อยกว่าเดือนละครั้ง ร้อยละ 34.40 และ สัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 9.70

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ใช้บริการ
ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน

วันที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์ – ศุกร์	113	37.70
เสาร์	41	13.70
อาทิตย์	102	34.00
วันหยุดนักขัตฤกษ์	16	5.30
อื่นๆ (ไม่สามารถระบุได้แล้วแต่สะดวก)	28	9.30
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดร้อยละ 37.70 ไปใช้บริการห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่าในวันจันทร์ – ศุกร์ ร้อยละ รองลงมาคือวันอาทิตย์ ร้อยละ 34.0 และวันเสาร์ ร้อยละ 13.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาที่ใช้บริการ
ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน ในวันธรรมดา

เวลา	จำนวน	ร้อยละ
09:00 – 12:00 น.	26	8.70
12:01 – 15:00 น.	41	13.70
15:01 – 18:00 น.	162	54.00
อื่นๆ (ไม่สามารถระบุได้แล้วแต่สะดวก)	71	23.70
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไปใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่าในวันธรรมดามันช่วงเวลา 15:01 – 18:00 น. ร้อยละ 54.00 รองลงมาคือไม่สามารถระบุเวลาได้ จะมาใช้บริการในช่วงเวลาที่สะดวก ร้อยละ 23.70 ช่วงเวลา 12:01 – 15:00 น. ร้อยละ 13.70 และ 09:00 – 12:00 น. ร้อยละ 8.70

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาที่ใช้บริการ ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน ในวันหยุด

เวลา	จำนวน	ร้อยละ
09:00 – 12:00 น.	37	12.30
12:01 – 15:00 น.	86	28.70
15:01 – 18:00 น.	135	45.00
อื่นๆ (ไม่สามารถระบุได้ แล้วแต่สะดวก)	42	14.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 45.00 ไปใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่าในวันหยุดในช่วงเวลา 15:01 – 18:00 น. รองลงมาคือ 12:01 – 15:00 น. ร้อยละ 28.70 ช่วงเวลาที่ไม่สามารถระบุได้ ไปใช้บริการในช่วงเวลาที่แล้วแต่สะดวก ร้อยละ 14.00 และเวลา 09:00 – 12:00 น. ร้อยละ 12.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่มาใช้บริการที่ ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
หาซื้อสินค้าเพื่อใช้ส่วนตัว	244	81.30
หาซื้อสินค้าเพื่อใช้ในธุรกิจ	7	2.30
เดินเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์	19	6.30
เป็นจุดนัดพบ	16	5.30
อื่นๆ	14	4.70
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไปห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนเพื่อหาซื้อสินค้าเพื่อใช้ส่วนตัว ร้อยละ 81.30 รองลงมาคือเพื่อเดินเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ ร้อยละ 6.30 และเป็นจุดนัดพบ ร้อยละ 5.30

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางการรู้จัก
ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน

แหล่งข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน/ สมาชิกในครอบครัว	221	49.55
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	100	22.42
โทรทัศน์	0	0.00
วิทยุ	57	12.78
อินเทอร์เน็ต	2	0.45
นิตยสาร/ วารสาร	3	0.67
แผ่นพับ/ ใบปลิว	35	7.85
อื่นๆ	28	6.28
รวม	446	100.00

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดร้อยละ 49.55 รู้จัก
ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนจากเพื่อน/ สมาชิกในครอบครัว รองลงมาคือป้าย
โฆษณากลางแจ้ง ร้อยละ 22.42 และวิทยุ ร้อยละ 12.78

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของยานพาหนะที่ใช้
ไปห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน

ยานพาหนะ	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์ของตัวเอง	136	45.30
รถจักรยานยนต์	139	46.30
รถประจำทางสาธารณะ	3	1.00
รถของเพื่อน	7	2.30
รถของบุคคลในครอบครัว	13	4.30
อื่นๆ	2	0.70
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 46.30 เดินทางมา
ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน โดยรถจักรยานยนต์ รองลงมาคือ รถยนต์ของ
ตัวเอง ร้อยละ 45.30 และ รถของบุคคลในครอบครัว ร้อยละ 4.30

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้
บริการที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนต่อครั้ง

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	165	55.00
1 – 3 ชั่วโมง	130	43.30
3 – 4 ชั่วโมง	5	1.70
มากกว่า 4 ชั่วโมง	0	0.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เวลาในห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้า
พลาซ่าต่อครั้งน้อยกว่า 1 ชั่วโมง ร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ 1-3 ชั่วโมง ร้อยละ 43.30 และ 3-4
ชั่วโมง ร้อยละ 1.70

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางการหาข้อมูล ข่าวสารของห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน

แหล่งข้อมูลข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
ถามจากเพื่อน	136	45.30
หนังสือ/ นิตยสาร	1	0.30
รถกระจายเสียง	9	3.00
วิทยุ	20	6.70
แผ่นพับ/ โฆษณาต่างๆ	33	11.00
เว็บไซต์	0	0.00
สมาชิกในครอบครัว	28	9.30
หนังสือพิมพ์	0	0.00
ป้ายโฆษณาที่ห้างสรรพสินค้า	57	19.00
อื่นๆ	16	5.30
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 45.30 หาข้อมูล ข่าวสารของห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนจากเพื่อน รองลงมาคือ ป้ายโฆษณาที่ ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 19.00 และ แผ่นพับ/ โฆษณาต่างๆ ร้อยละ 11.00

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพึงพอใจในการใช้ บริการที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน

ความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
พอใจมากที่สุด	14	4.7
พอใจมาก	125	41.7
เฉยๆ	160	53.3
ไม่พอใจ	0	0.0
ไม่พอใจมาก	1	0.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้สึกเฉยๆ ร้อยละ 53.30 รองลงมาคือ พอใจมาก ร้อยละ 41.70 และพอใจมากที่สุด ร้อยละ 4.70 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคจากห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3.1 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคจากห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้ง และจำแนกตามอาชีพ

ผู้ร่วมเดินทาง	อาชีพ					
	นักเรียน / นักศึกษา (n = 19)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 197)	ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ (n=10)	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=50)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน (n=10)	รับจ้าง ทั่วไป (n=12)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
คนเดียว	4 (21.05)	81 (41.12)	4 (40.00)	18 (36.00)	5 (50.00)	6 (50.00)
2-3 คน	12 (63.16)	107 (54.31)	5 (50.00)	29 (58.00)	5 (50.00)	5 (41.67)
4-5 คน	3 (15.79)	7 (3.55)	0 (0.00)	3 (6.00)	0 (0.00)	1 (8.33)
มากกว่า 5 คน	0 (0.00)	2 (1.02)	1 (10.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
รวม	19 (100.00)	197 (100.00)	10 (100.00)	50 (100.00)	10 (100.00)	12 (100.00)

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ร่วมเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน, ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ, ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ, พ่อบ้าน /

แม่บ้าน มากที่สุดสองอันดับแรกคือ คือ 2-3 คน ร้อยละ 63.16, 54.31, 50.00, 58.00, 50.00 รองลงมา คือ เดินทางคนเดียว ร้อยละ 21.05, 41.12, 40.00, 36.00 และ 50.00

ผู้ร่วมเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้างทั่วไป มากที่สุดสองอันดับแรกคือ เดินทางคนเดียว ร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ 2-3 คน ร้อยละ 41.67

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ร่วมตัดสินใจในการมาห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน และจำแนกตามอาชีพ

ผู้ร่วมตัดสินใจในการมาห้างฯ	อาชีพ					
	นักเรียน / นักศึกษา (n = 19)	พนักงานบริษัทเอกชน (n = 197)	ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ (n = 10)	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ (n = 50)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน (n = 10)	รับจ้างทั่วไป (n = 12)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ตัวเอง	15 (78.95)	159 (80.71)	8 (80.00)	41 (82.00)	8 (80.00)	11 (91.67)
พ่อ/แม่	3 (15.79)	1 (0.51)	0 (0.00)	1 (2.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
พี่ / น้อง	1 (5.26)	3 (1.52)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
บุตร	0 (0.00)	1 (0.51)	0 (0.00)	1 (2.00)	1 (10.00)	0 (0.00)
สามี/ภรรยา	0 (0.00)	29 (14.72)	2 (20.00)	7 (14.00)	1 (10.00)	1 (8.33)
เพื่อน	0 (0.00)	3 (1.52)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
อื่นๆ	0 (0.00)	1 (0.51)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
รวม	19	197	10	50	10	12

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ร่วมตัดสินใจในการมาห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน ของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุดสองอันดับแรกคือ ตัวเอง ร้อยละ 78.95 รองลงมาคือ พ่อ/แม่ ร้อยละ 15.79

ผู้ร่วมตัดสินใจในการมาห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน ของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุดสองอันดับแรกคือ ตัวเอง ร้อยละ 80.71 รองลงมาคือ สามี/ ภรรยา ร้อยละ 14.72

ผู้ร่วมตัดสินใจในการมาห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน ของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ, อาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ, พ่อบ้าน / แม่บ้าน, รับจ้างทั่วไป มากที่สุดสองอันดับแรกคือ ตัวเอง ร้อยละ 80.00, 82.00, 80.00, 91.67 รองลงมาคือ สามี/ ภรรยา ร้อยละ 20.00, 14.00, 10.00 และ 8.33

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง และจำแนกตามอาชีพ

จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าต่อครั้ง	อาชีพ					
	นักเรียน / นักศึกษา (n = 19)	พนักงานบริษัทเอกชน (n = 197)	ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ (n = 10)	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ (n=50)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน (n=10)	รับจ้างทั่วไป (n=12)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ไม่เกิน 100 บาท	0 (0.00)	5 (2.54)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
101 – 300 บาท	7 (36.84)	29 (14.72)	0 (0.00)	4 (8.00)	2 (20.00)	1 (8.33)
301 – 500 บาท	8 (42.11)	47 (23.86)	3 (30.00)	13 (26.00)	3 (30.00)	5 (41.67)
501 – 1,000 บาท	3 (15.79)	77 (39.09)	5 (50.00)	21 (42.00)	3 (30.00)	5 (41.67)
1,001 - 1,500 บาท	1 (5.26)	21 (10.65)	0 (0.00)	5 (10.00)	2 (20.00)	1 (8.33)
1,501 – 2,000 บาท	0 (0.00)	18 (9.14)	2 (20.00)	7 (14.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
รวม	19 (100.00)	197 (100.00)	10 (100.00)	50 (100.00)	10 (100.00)	12 (100.00)

จากตารางที่ 28 พบว่าจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนต่อครั้ง ของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุดสองอันดับแรก คือ 301 - 500 บาท ร้อยละ 42.11 รองลงมาคือ 101 - 300 บาท ร้อยละ 36.84

จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนต่อครั้ง ของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน, ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ, ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มากที่สุดสองอันดับแรกคือ 501 - 1,000 บาท ร้อยละ 39.09, 50.00, 42.00 รองลงมาคือ 301 - 500 บาท ร้อยละ 23.86, 30.00 และ 26.00

จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนต่อครั้ง ของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพ่อบ้าน / แม่บ้าน, รับจ้างทั่วไป มากที่สุดสองอันดับแรกคือ 501 - 1,000 บาท และ 501 - 1,000 บาท ร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ 101 - 300 บาท และ 1,001 - 15,000 บาท ร้อยละ 20.00 และ 8.33

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ซื้อสินค้าแทนห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน และจำแนกตามอาชีพ

สถานที่ซื้อสินค้า แทนห้างฯ แจ่มฟ้า	อาชีพ					
	นักเรียน / นักศึกษา (n = 19)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 197)	ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ (n = 10)	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 50)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน (n = 10)	รับจ้าง ทั่วไป (n = 12)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ตลาดสด	2 (10.53)	9 (4.57)	0 (0.00)	5 (10.00)	3 (30.00)	3 (25.00)
ร้านขายของชำ	2 (10.53)	44 (22.34)	1 (10.00)	12 (24.00)	0 (0.00)	3 (25.00)
ตลาดนัด	11 (57.89)	66 (33.5)	4 (40.00)	17 (34.00)	6 (60.00)	3 (25.00)
ร้านเสริมสวย	0 (0.00)	2 (1.01)	0 (0.00)	1 (2.00)	1 (10.00)	0 (0.00)
อื่นๆ	4 (21.05)	76 (38.58)	5 (50.00)	15 (30.00)	0 (0.00)	3 (25.00)
รวม	19 (100.00)	197 (100.00)	10 (100.00)	50 (100.00)	10 (100.00)	12 (100.00)

จากตารางที่ 29 พบว่าสถานที่ซื้อสินค้าอุปโภคภัณฑ์ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน ของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา, พนักงานบริษัทเอกชน, ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มากที่สุดสองอันดับแรกคือ ตลาดนัด ร้อยละ 57.89, 33.50, 34.00 รองลงมาคือ อื่นๆ ได้แก่ ห้างบิ๊กซี ลำพูน ร้อยละ 21.05, 38.58, และ 30.00

สถานที่ซื้อสินค้าอุปโภคภัณฑ์ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน ของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ มากที่สุดสองอันดับแรกคือ อื่นๆ ได้แก่ ห้างบิ๊กซี ลำพูน ร้อยละ 50.00 รองลงมา คือ ตลาดนัด ร้อยละ 40.00

สถานที่ซื้อสินค้าอุปโภคภัณฑ์ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน ของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพ่อบ้าน / แม่บ้าน มากที่สุดสองอันดับแรกคือ ตลาดนัด ร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ ตลาดสด ร้อยละ 30.00

สถานที่ซื้อสินค้าอุปโภคภัณฑ์ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน ของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้างทั่วไป โดยเฉลี่ยเท่ากัน คือ ตลาดสด, ร้านขายของชำ, ตลาดนัด, อื่นๆ ได้แก่ ห้างบิ๊กซี ลำพูน ร้อยละ 25.00

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสัดส่วนที่ลูกค้าซื้อสินค้าอุปโภคภัณฑ์จากห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน และจำแนกตามอาชีพ

สัดส่วนที่ลูกค้าที่ซื้อสินค้าที่ห้างฯ	อาชีพ					
	นักเรียน / นักศึกษา	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พ่อบ้าน / แม่บ้าน	รับจ้างทั่วไป
	(n = 19)	(n = 197)	(n = 10)	(n=50)	(n=10)	(n=12)
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
น้อยกว่า 50%	8 (42.11)	124 (62.94)	5 (50.00)	36 (72.00)	3 (30.00)	7 (58.33)
50% ขึ้นไป	11 (57.89)	73 (37.06)	5 (50.00)	14 (28.00)	7 (70.00)	5 (41.67)
รวม	19 (100.00)	197 (100.00)	10 (100.00)	50 (100.00)	10 (100.00)	12 (100.00)

จากตารางที่ 30 พบว่าสัดส่วนที่ลูกค้าซื้อสินค้าอุปโภคภัณฑ์จากห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา, พ่อบ้าน / แม่บ้าน มาก

ที่สุดสองอันดับแรกคือ 50% ขึ้นไป ร้อยละ 57.89 และ 70.00 รองลงมาคือ น้อยกว่า 50% ร้อยละ 42.11 และ 30.00

สัดส่วนที่ลูกค้าซื้อสินค้าอุปโภคจากห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน, ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ, รับจ้างทั่วไป มากที่สุดสองอันดับแรกคือ น้อยกว่า 50% ร้อยละ 62.94, 72.00 และ 58.33 รองลงมาคือ 50% ขึ้นไป ร้อยละ 37.06, 28.00 และ 41.67

สัดส่วนที่ลูกค้าซื้อสินค้าอุปโภคจากห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ มีสัดส่วนเท่ากันคือ น้อยกว่า 50% ร้อยละ 50.00 และ 50% ขึ้นไป ร้อยละ 50.00

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน และจำแนกตามอาชีพ

ความถี่ในการซื้อ สินค้าที่ห้างฯ	อาชีพ					
	นักเรียน / นักศึกษา (n = 19)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 197)	ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ (n = 10)	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 50)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน (n = 10)	รับจ้าง ทั่วไป (n = 12)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
น้อยกว่าเดือนละ ครั้ง	5 (26.32)	69 (35.03)	3 (30.00)	19 (38.00)	1 (10.00)	6 (50.00)
เดือนละ 1-3 ครั้ง	7 (36.84)	96 (48.73)	4 (40.00)	22 (44.00)	6 (60.00)	5 (41.67)
สัปดาห์ละครั้ง	4 (21.05)	17 (8.63)	2 (20.00)	4 (8.00)	2 (20.00)	0 (0.00)
สัปดาห์ละ 2-4 ครั้ง	3 (15.79)	9 (4.57)	1 (10.00)	2 (4.00)	1 (10.00)	0 (0.00)
สัปดาห์ละ 4 ครั้ง	0 (0.00)	6 (3.04)	0 (0.00)	3 (6.00)	0 (0.00)	1 (8.33)
รวม	19 (100.00)	197 (100.00)	10 (100.00)	50 (100.00)	10 (100.00)	12 (100.00)

จากตารางที่ 31 พบว่าความถี่ในการซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา, พนักงานบริษัทเอกชน, ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ, ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ รับจ้างทั่วไป มากที่สุดสองอันดับแรกคือ เดือนละ 1-3 ครั้ง ร้อยละ 36.84, 48.73, 40.00, 44.00 และ 41.67 รองลงมาคือ น้อยกว่าเดือนละครั้ง ร้อยละ 26.32, 35.03, 30.00, 38.00 และ 50.00

ความถี่ในการซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพ่อบ้าน / แม่บ้าน มากที่สุดสองอันดับแรกคือ เดือนละ 1-3 ครั้ง ร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ ต่ำกว่าหนึ่งครั้ง ร้อยละ 20.00

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน และจำแนกตามอาชีพ

วันที่ซื้อสินค้าที่ ห้างฯ	อาชีพ					
	นักเรียน / นักศึกษา (n = 19)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 197)	ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ (n = 10)	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=50)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน (n=10)	รับจ้าง ทั่วไป (n=12)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
วันจันทร์ -ศุกร์	4 (21.05)	67 (34.01)	7 (70.00)	26 (52.00)	4 (40.00)	4 (33.34)
วันเสาร์	3 (15.79)	22 (11.17)	1 (10.00)	13 (26.00)	2 (20.00)	0 (0.00)
วันอาทิตย์	10 (52.63)	77 (39.09)	0 (0.00)	6 (12.00)	3 (30.00)	6 (50.00)
วันหยุดนักขัตฤกษ์	0 (0.00)	14 (7.1)	0 (0.00)	1 (2.00)	0 (0.00)	1 (8.33)
อื่นๆ	2 (10.53)	17 (8.63)	2 (20.00)	4 (8.00)	1 (10.00)	1 (8.33)
รวม	19 (100.00)	197 (100.00)	10 (100.00)	50 (100.00)	10 (100.00)	12 (100.00)

จากตารางที่ 32 พบว่าวันที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา, พนักงาน

บริษัทเอกชน และ รั้งจ้งท้่วไป มากที่สดุสองอันดับแรกคือ วันอาทิตย์ ร้อยละ 52.63, 39.09 และ 50.00 รองลงมาคือ วันจันทร์ – ศุกร ร้อยละ 21.05, 34.01 และ 33.34

วันที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าปลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ มากที่สดุสองอันดับแรกคือ วันจันทร์ – ศุกร ร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ อื่นๆ ได้แก่ ตามสะดวก ร้อยละ 20.00

วันที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าปลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มากที่สดุสองอันดับแรกคือ วันจันทร์ – ศุกร ร้อยละ 52.00 รองลงมาคือ วันเสาร์ ร้อยละ 26.00

วันที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าปลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพ่อบ้าน / แม่บ้าน มากที่สดุสองอันดับแรกคือ วันจันทร์ – ศุกร ร้อยละ 40.00 รองลงมาคือวันอาทิตย์ ร้อยละ 30.00

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามมาซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าปลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน ในวันธรรมดา และจำแนกตามอาชีพ

เวลาที่ซื้อสินค้าในวันธรรมดา	อาชีพ					
	นักเรียน / นักศึกษา (n = 19)	พนักงานบริษัทเอกชน (n = 197)	ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ (n = 10)	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ (n = 50)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน (n = 10)	รั้งจ้งท้่วไป (n = 12)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
9:00– 12:00 น.	4 (21.05)	18 (9.14)	0 (0.00)	2 (4.00)	0 (0.00)	2 (16.67)
12:01– 15:00 น.	3 (15.79)	17 (8.63)	5 (50.00)	13 (26.00)	0 (0.00)	2 (16.67)
15:01– 18:00 น.	12 (63.16)	106 (53.81)	3 (30.00)	27 (54.00)	7 (70.00)	7 (58.33)
อื่นๆ	0 (0.00)	56 (28.42)	2 (20.00)	8 (16.00)	3 (30.00)	1 (8.33)
รวม	19 (100.00)	197 (100.00)	10 (100.00)	50 (100.00)	10 (100.00)	12 (100.00)

จากตารางที่ 33 พบว่าเวลาที่ซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนในวันธรรมดาของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุดสองอันดับแรก คือ ช่วงเวลา 15:01 – 18:00 น. ร้อยละ 63.16 รองลงมาคือ 9:00 – 12:00 น. ร้อยละ 21.05

เวลาที่ซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนในวันธรรมดาของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุดสองอันดับแรก คือ เวลา 15:01 – 18:00 น. ร้อยละ 53.81 รองลงมาคือ อื่นๆ ได้แก่ ไม่สามารถระบุได้ แล้วแต่สะดวก ร้อยละ 28.42

เวลาที่ซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนในวันธรรมดาของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ มากที่สุดสองอันดับแรก คือ เวลา 12:01 น. – 15:00 น. ร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ เวลา 15:01 – 18:00 น. ร้อยละ 30.00

เวลาที่ซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนในวันธรรมดาของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มากที่สุดสองอันดับแรก คือ เวลา 15:01 – 18:00 น. ร้อยละ 54.00 รองลงมาคือ เวลา 12:01 – 15:00 น. ร้อยละ 26.00

เวลาที่ซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนในวันธรรมดาของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพ่อบ้าน / แม่บ้าน มากที่สุดสองอันดับแรก คือ เวลา 15:01 – 18:00 น. ร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ อื่นๆ ได้แก่ ไม่สามารถระบุได้ แล้วแต่สะดวก ร้อยละ 30.00

เวลาที่ซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนในวันธรรมดาของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้างทั่วไป มากที่สุดสองอันดับแรก คือ เวลา 15:01 – 18:00 น. ร้อยละ 58.33 รองลงมาคือ เวลา 9:00 – 12:00 น. และ 12:01 – 15:00 น. ร้อยละ 16.67

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน ในวันหยุด และจำแนกตามอาชีพ

เวลาที่ซื้อสินค้าในวันหยุด	อาชีพ					
	นักเรียน / นักศึกษา (n = 19)	พนักงานบริษัทเอกชน (n = 197)	ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ (n = 10)	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ (n=50)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน (n=10)	รับจ้างทั่วไป (n=12)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
9:00 – 12:00 น.	2 (10.53)	23 (11.68)	1 (10.00)	6 (12.00)	1 (10.00)	4 (33.33)
12:01 – 15:00 น.	9 (47.37)	54 (27.41)	1 (10.00)	15 (30.00)	4 (40.00)	2 (16.67)
15:01 – 18:00 น.	8 (42.10)	91 (46.19)	6 (60.00)	22 (44.00)	3 (30.00)	5 (41.67)
อื่นๆ	0 (0.00)	29 (14.72)	2 (20.00)	7 (14.00)	2 (20.00)	1 (8.33)
รวม	19 (100.00)	197 (100.00)	10 (100.00)	50 (100.00)	10 (100.00)	12 (100.00)

จากตารางที่ 34 พบว่าเวลาที่ซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนในวันหยุดของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุดคือ ช่วงเวลา 12:01 – 15:00 น. ร้อยละ 43.37 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 15:01 – 18:00 น. ร้อยละ 42.10

ช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนในวันหยุด มากที่สุดในช่วงเวลา 15:01 – 18:00 น. ร้อยละ 46.19 และ 44.00 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 12:01 – 15:00 น. ร้อยละ 27.41 และ 30.00

ช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ ซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนในวันหยุด มากที่สุดในช่วงเวลา 15:01 – 18:00 น. ร้อยละ 60.00 รองลงมาคือช่วงเวลา อื่นๆ ได้แก่ ไม่สามารถระบุได้ แล้วแต่สะดวก ร้อยละ 20.00

ช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพ่อบ้าน / แม่บ้าน ซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนในวันหยุด มากที่สุดในช่วงเวลา 12:01 – 15:00 น. ร้อยละ 40.00 รองลงมาคือช่วงเวลา 15:01 – 18:00 น. ร้อยละ 30.00

ช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้างทั่วไป ซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนในวันหยุด มากที่สุดในช่วงเวลา 15:01 – 18:00 น. ร้อยละ 41.67 รองลงมาคือช่วงเวลา 9:00 – 12:00 น. ร้อยละ 33.33

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามมาซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน และจำแนกตามอาชีพ

สาเหตุที่มาห้างฯ แจ่มฟ้า	อาชีพ					
	นักเรียน / นักศึกษา (n = 19)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 197)	ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ (n = 10)	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=50)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน (n=10)	รับจ้าง ทั่วไป (n=12)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซื้อสินค้าเพื่อใช้ ส่วนตัว	12 (63.15)	174 (88.32)	7 (70.00)	46 (92.00)	9 (90.00)	10 (83.33)
ซื้อสินค้าสำหรับ ธุรกิจ	0 (0.00)	4 (2.04)	1 (10.00)	2 (4.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
เดินเที่ยวในวันหยุด	5 (26.32)	11 (5.58)	0 (0.00)	1 (2.00)	0 (0.00)	2 (16.67)
เป็นจุดนัดพบ	2 (10.53)	8 (4.06)	2 (20.00)	1 (2.00)	1 (10.00)	0 (0.00)
รวม	19 (100.00)	197 (100.00)	10 (100.00)	50 (100.00)	10 (100.00)	12 (100.00)

จากตารางที่ 35 พบว่าสาเหตุที่ไปห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา, พนักงานบริษัทเอกชน และ รับจ้างทั่วไป มากที่สุดคือ เพื่อซื้อสินค้าส่วนตัว ร้อยละ 63.15, 88.32 และ 83.33 รองลงมาคือ เพื่อเดินเที่ยวในวันหยุด ร้อยละ 26.32, 5.58 และ 16.67

สาเหตุที่ไปห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนของผู้ตอบแบบสอบถาม อาชีพธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ และ พ่อบ้าน / แม่บ้าน มากที่สุด คือ ซื้อสินค้าส่วนตัว ร้อยละ 70.00 และ 90.00 รองลงมาคือ เป็นจุดนัดพบ ร้อยละ 20.00 และ 10.00

สาเหตุที่ไปห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนของผู้ตอบแบบสอบถาม อาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มากที่สุดสองอันดับ คือ เพื่อซื้อสินค้าส่วนตัว ร้อยละ 92.00 รองลงมาคือ ซื้อสินค้าเพื่อใช้ในธุรกิจ ร้อยละ 4.00

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยานพาหนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการไปห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน และจำแนกตามอาชีพ

ยานพาหนะที่ใช้ไป ห้างสรรพสินค้า	อาชีพ					
	นักเรียน / นักศึกษา (n = 19)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 197)	ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ (n = 10)	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=50)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน (n=10)	รับจ้าง ทั่วไป (n=12)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
รถยนต์ของตัวเอง	1 (5.26)	92 (46.70)	8 (80.00)	29 (58.00)	3 (30.00)	3 (25.00)
รถจักรยานยนต์	11 (57.89)	91 (46.19)	1 (10.00)	19 (38.00)	7 (70.00)	8 (66.67)
รถโดยสารประจำ ทาง	1 (5.26)	2 (1.02)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
รถของเพื่อน	1 (5.26)	5 (2.54)	0 (0.00)	1 (2.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
รถของบุคคลใน ครอบครัว	5 (26.33)	6 (3.04)	1 (10.00)	1 (2.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
อื่นๆ	0 (0.00)	1 (0.51)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (8.33)
รวม	19 (100.00)	197 (100.00)	10 (100.00)	50 (100.00)	10 (100.00)	12 (100.00)

จากตารางที่ 36 พบว่ายานพาหนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการไปห้างสรรพสินค้า แจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด 2 อันดับแรกคือรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 57.89 รองลงมาคือ รถของบุคคลในครอบครัว ร้อยละ 26.33

ยานพาหนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการไปห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน, ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ และข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มากที่สุด 2 อันดับแรกคือ รถยนต์ของตัวเอง ร้อยละ 46.70, 80.00 และ 58.00 รองลงมาคือ รถจักรยานยนต์ ร้อยละ 46.19, 10.00 และ 38.00

ยานพาหนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการไปห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพ่อบ้าน / แม่บ้าน และ รับจ้างทั่วไป มากที่สุด 2 อันดับคือ รถจักรยานยนต์ร้อยละ 70.00 และ 66.67 รองลงมาคือ รถยนต์ของตัวเอง ร้อยละ 30.00 และ 25.00

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน และจำแนกตามอาชีพ

ระยะเวลาที่ใช้ใน ห้างสรรพสินค้า	อาชีพ					
	นักเรียน / นักศึกษา (n = 19)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 197)	ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ (n = 10)	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=50)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน (n=10)	รับจ้าง ทั่วไป (n=12)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	8 (42.11)	108 (54.82)	8 (80.00)	28 (56.00)	4 (40.00)	7 (58.33)
1-3 ชั่วโมง	10 (52.63)	85 (43.15)	2 (20.00)	22 (44.00)	6 (60.00)	5 (41.67)
3-4 ชั่วโมง	1 (5.26)	4 (2.03)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
มากกว่า 4 ชั่วโมง	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
รวม	19 (100.00)	197 (100.00)	10 (100.00)	50 (100.00)	10 (100.00)	12 (100.00)

จากตารางที่ 37 พบว่าระยะเวลาที่อยู่ที่ย่างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และ พ่อบ้าน / แม่บ้าน มากที่สุดคือ 1-3 ชั่วโมง ร้อยละ 52.63 และ 60.00 รองลงมาคือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง ร้อยละ 42.11 และ 40.00

ระยะเวลาที่อยู่ที่ย่างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน, ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ, ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ รับจ้างทั่วไป มากที่สุดคือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง ร้อยละ 54.82, 80.00, 56.00 และ 58.33 รองลงมาคือ 1-3 ชั่วโมง ร้อยละ 43.15, 20.00, 44.00 และ 41.67

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่องทางการหาข้อมูลของห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน และจำแนกตามอาชีพ

ช่องทางการหาข้อมูลของห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้า	อาชีพ					
	นักเรียน / นักศึกษา (n = 19)	พนักงานบริษัทเอกชน (n = 197)	ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ (n = 10)	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ (n = 50)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน (n = 10)	รับจ้างทั่วไป (n = 12)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ถามจากเพื่อน	9 (50.00)	99 (61.11)	5 (62.50)	16 (42.11)	3 (37.50)	4 (50.00)
หนังสือ/ นิตยสาร	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (2.63)	0 (0.00)	0 (0.00)
รถกระจายเสียง	1 (5.56)	5 (3.09)	0 (0.00)	2 (5.26)	0 (0.00)	1 (12.50)
วิทยุ	0 (0.00)	19 (11.73)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (12.50)
แผ่นพับ โฆษณาต่างๆ	4 (22.22)	17 (10.49)	0 (0.00)	6 (15.80)	4 (50.00)	1 (12.50)
เว็บไซต์	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
สมาชิกในครอบครัว	4 (22.22)	16 (9.88)	3 (37.50)	5 (13.15)	0 (0.00)	0 (0.00)

ตารางที่ 38 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่องทางการหาข้อมูลของห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน และจำแนกตามอาชีพ

ช่องทางการหาข้อมูลของห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าฯ	อาชีพ					
	นักเรียน / นักศึกษา (n = 19)	พนักงานบริษัทเอกชน (n = 197)	ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ (n = 10)	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ (n=50)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน (n=10)	รับจ้างทั่วไป (n=12)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
หนังสือพิมพ์	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
ป้ายโฆษณาที่ห้างสรรพสินค้า	0 (0.00)	6 (3.7)	0 (0.00)	8 (21.05)	1 (12.50)	1 (12.50)
รวม	19 (100.00)	197 (100.00)	10 (100.00)	50 (100.00)	10 (100.00)	12 (100.00)

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา หาข้อมูลของห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน มากที่สุดคือ ถ้ามจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ แผ่นพับ โฆษณาต่างๆ และ สมาชิกในครอบครัว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ คิดเป็นร้อยละ 22.22

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน หาข้อมูลของห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน มากที่สุดคือ ถ้ามจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 61.11 รองลงมา คือ วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 11.73

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ หาข้อมูลของห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน มากที่สุดคือ ถ้ามจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมา คือ สมาชิกในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 37.50

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ หาข้อมูลของห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน มากที่สุดคือ ถ้ามจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 42.11 รองลงมาคือ ป้ายโฆษณาที่ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 21.05

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพ่อบ้าน / แม่บ้าน หาข้อมูลของห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน มากที่สุดคือ แผ่นพับ โฆษณาต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ ถ้ามจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 37.50

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้างทั่วไป หาข้อมูลของห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน มากที่สุดคือ ถ้ามจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ รถกระจายเสียง, วิทยุ, แผ่นพับ โฆษณาต่างๆ และ ป้ายโฆษณาที่ห้างสรรพสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 12.50

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพึงพอใจที่ผู้ตอบแบบสอบถามต่อห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน และจำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจต่อ ห้างสรรพสินค้า แจ่มฟ้าฯ	อาชีพ					
	นักเรียน / นักศึกษา (n = 19)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 197)	ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ (n = 10)	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=50)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน (n=10)	รับจ้าง ทั่วไป (n=12)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
พอใจมากที่สุด	2 (10.53)	8 (4.06)	0 (0.00)	3 (6.00)	0 (0.00)	1 (8.33)
พอใจมาก	12 (63.16)	81 (41.12)	5 (50.00)	19 (38.00)	4 (40.00)	4 (33.34)
เฉยๆ	5 (26.31)	107 (54.31)	5 (50.00)	28 (56.00)	6 (60.00)	7 (58.33)
ไม่พอใจ	0 (0.00)	1 (0.51)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
ไม่พอใจมาก	2 (10.53)	8 (4.06)	0 (0.00)	3 (6.00)	0 (0.00)	1 (8.33)
รวม	19 (100.00)	197 (100.00)	10 (100.00)	50 (100.00)	10 (100.00)	12 (100.00)

จากตารางที่ 39 พบว่าความพึงพอใจที่มีต่อห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด 2 อันดับ คือ พอดีมาก ร้อยละ 63.16 รองลงมาคือ เฉยๆ ร้อยละ 26.31

ความพึงพอใจที่มีต่อห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน, ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ, พ่อบ้าน / แม่บ้าน,

รับจ้างทั่วไป มากที่สุด 2 อันดับคือ เฉยๆ 54.31, 56.00, 60.00 และ 58.33 รองลงมาคือ พอใจมาก ร้อยละ 41.12, 38.00, 40.00 และ 33.34

ความพึงพอใจที่มีต่อห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ มากที่สุด 2 อันดับที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ พอใจมาก และเฉยๆ ร้อยละ 50.00

3.2 ข้อมูลพฤติกรรมในการซื้อสินค้าอุปโภคจากห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้

รายได้ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามถูกนำมาาร่วมกัน โดยกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท รวมกับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่รายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท รวมกับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้ง และจำแนกตามรายได้

ผู้ร่วมเดินทาง	รายได้			
	ไม่เกิน 5,000 - 10,000 บาท (n=90)	10,001 – 15,000 บาท (n=84)	15,001– 25,000 บาท (n=64)	25,000 บาท ขึ้นไป (n=62)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
คนเดียว	34 (37.78)	30 (35.72)	28 (43.75)	27 (43.55)
2-3 คน	48 (53.33)	48 (57.14)	34 (53.13)	34 (54.84)
4-5 คน	7 (7.78)	5 (5.95)	1 (1.56)	1 (1.61)
มากกว่า 5 คน	1 (1.11)	1 (1.19)	1 (1.56)	0 (0.00)
รวม	90 (100.00)	84 (100.00)	64 (100.00)	62 (100.00)

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ร่วมเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 – 10,000 บาท, 10,001 – 15,000 บาท, 15,001 – 25,000 บาท และ 25,000 บาทขึ้นไป มากที่สุดสองอันดับแรกคือ คือ 2-3 คน ร้อยละ 53.33, 57.14, 53.13 และ 54.84 รองลงมาคือ คนเดียว ร้อยละ 37.78, 35.72, 43.75 และ 43.55

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ร่วมตัดสินใจในการมาห้างสรรพสินค้าแม่ฟ้าปลา อำเภอเมืองลำพูน และจำแนกตามรายได้

ผู้ร่วมตัดสินใจในการมาห้างฯ	รายได้			
	ไม่เกิน 5,000 - 10,000 บาท (n=90)	10,001 – 15,000 บาท (n=84)	15,001– 25,000 บาท (n=64)	25,000 บาท ขึ้นไป (n=62)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ตัวเอง	76 (84.44)	69 (82.15)	50 (78.13)	49 (79.03)
พ่อ/แม่	5 (5.56)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
พี่/น้อง	1 (1.11)	3 (3.57)	0 (0.00)	0 (0.00)
บุตร	1 (1.11)	1 (1.19)	0 (0.00)	1 (1.61)
สามี/ภรรยา	5 (5.56)	10 (11.9)	13 (20.31)	12 (19.36)
เพื่อน	1 (1.11)	1 (1.19)	1 (1.56)	0 (0.00)
อื่นๆ	1 (1.11)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
รวม	90 (100.00)	84 (100.00)	64 (100.00)	62 (100.00)

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ร่วมเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 – 10,000 บาท มากที่สุดคือ ตัวเอง ร้อยละ 84.44 รองลงมาคือ พ่อ / แม่ ร้อยละ 5.56

ผู้ร่วมเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท, 15,001 – 25,000 บาท และ 25,000 บาทขึ้นไป มากที่สุด 2 อันดับคือ ตัวเอง ร้อยละ 82.15, 78.13 และ 79.03 รองลงมาคือ สามี/ ภรรยา ร้อยละ 11.9, 20.31 และ 19.36

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง และจำแนกตามรายได้

จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าต่อครั้ง	รายได้			
	ไม่เกิน 5,000 - 10,000 บาท (n=90)	10,001 – 15,000 บาท (n=84)	15,001– 25,000 บาท (n=64)	25,000 บาท ขึ้นไป (n=62)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ไม่เกิน 100 บาท	2 (2.22)	0 (0.00)	2 (3.13)	1 (1.61)
101 – 300 บาท	18 (20.00)	12 (14.29)	10 (15.63)	5 (8.06)
301 – 500 บาท	25 (27.78)	21 (25.00)	16 (25.00)	17 (27.42)
501 – 1,000 บาท	33 (36.67)	37 (44.05)	23 (35.94)	21 (33.87)
1,001 - 1,500 บาท	7 (7.78)	7 (8.33)	9 (14.06)	7 (11.29)
1,501 – 2,000 บาท	5 (5.56)	7 (8.33)	4 (6.25)	11 (17.75)
รวม	90 (100.00)	84 (100.00)	64 (100.00)	62 (100.00)

จากตารางที่ 42 พบว่าจำนวนเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 - 10,000 บาท, 10,001 – 15,000 บาท, 15,001 – 25,000 บาท และ 25,000 บาทขึ้นไป ใช้ในการซื้อ

สินค้าต่อครั้ง มากที่สุดคือ 501 – 1,000 บาท ร้อยละ 36.67, 44.05, 35.94 และ 33.87 รองลงมาคือ 301 - 500 บาท ร้อยละ 27.78, 25.00, 25.00 และ 27.42

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ซื้อสินค้าแทนห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน และจำแนกตามรายได้

สถานที่ซื้อสินค้าแทนห้างฯ แจ่มฟ้า	รายได้			
	ไม่เกิน 5,000 - 10,000 บาท (n=90)	10,001 – 15,000 บาท (n=84)	15,001– 25,000 บาท (n=64)	25,000 บาท ขึ้นไป (n=62)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ตลาดสด	7 (7.78)	8 (9.52)	2 (3.13)	6 (9.68)
ร้านขายของชำ	18 (20.00)	20 (23.81)	15 (23.44)	9 (14.52)
ตลาดนัด	44 (48.89)	34 (40.48)	21 (32.81)	9 (14.52)
ร้านเสริมสวย	1 (1.11)	1 (1.19)	1 (1.56)	1 (1.61)
อื่นๆ	20 (22.22)	21 (25.00)	25 (39.06)	37 (59.67)
รวม	90 (100.00)	84 (100.00)	64 (100.00)	62 (100.00)

จากตารางที่ 43 พบว่าสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 – 10,000 บาท และ 10,001 – 15,000 บาท ซื้อสินค้าแทนห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน มากที่สุดคือ ตลาดนัด ร้อยละ 48.89 และ 40.48 รองลงมาคือ อื่นๆ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี ลำพูน ร้อยละ 22.22 และ 25.00

สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 – 25,000 บาท ซื้อสินค้าแทนห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน มากที่สุดคือ อื่นๆ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี ลำพูน ร้อยละ 39.06 รองลงมาคือ ตลาดนัด ร้อยละ 32.81

สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป ซื้อสินค้าแทนห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน มากที่สุดคือ อื่นๆ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี ลำพูน ร้อยละ 59.67 รองลงมาคือ ตลาดนัดและร้านขายของชำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 14.52

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสัดส่วนที่ลูกค้าซื้อสินค้าอุปโภคจากห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน และจำแนกตามรายได้

สัดส่วนที่ลูกค้าที่ซื้อสินค้าที่ห้างฯ	รายได้			
	ไม่เกิน 5,000 - 10,000 บาท (n=90)	10,001 – 15,000 บาท (n=84)	15,001– 25,000 บาท (n=64)	25,000 บาท ขึ้นไป (n=62)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
น้อยกว่า 50%	42 (46.67)	48 (57.14)	41 (64.06)	54 (87.10)
50% ขึ้นไป	48 (53.33)	36 (42.86)	23 (35.94)	8 (12.90)
รวม	90 (100.00)	84 (100.00)	64 (100.00)	62 (100.00)

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 – 10,000 บาท ซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน เป็นสัดส่วน 50% ขึ้นไป ร้อยละ 53.33 รองลงมาคือ น้อยกว่า 50% ร้อยละ 46.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท, 15,001 – 25,000 บาท และ 25,000 บาทขึ้นไป ซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน เป็นสัดส่วนน้อยกว่า 50% ร้อยละ 57.14, 64.06 และ 87.10 รองลงมาคือ 50% ขึ้นไป ร้อยละ 42.86, 35.94 และ 12.90

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน และจำแนกตามรายได้

ความถี่ในการซื้อสินค้าที่ห้างฯ	รายได้			
	ไม่เกิน 5,000 - 10,000 บาท (n=90)	10,001 - 15,000 บาท (n=84)	15,001- 25,000 บาท (n=64)	25,000 บาท ขึ้นไป (n=62)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
น้อยกว่าเดือนละครั้ง	24 (26.67)	31 (36.91)	27 (42.19)	21 (33.87)
เดือนละ 1-3 ครั้ง	43 (47.78)	42 (50.00)	24 (37.50)	32 (51.61)
สัปดาห์ละครั้ง	11 (12.22)	7 (8.33)	10 (15.63)	1 (1.61)
สัปดาห์ละ 2-4 ครั้ง	9 (10.00)	4 (4.76)	2 (3.13)	2 (3.23)
สัปดาห์ละ 4 ครั้ง	3 (3.33)	0 (0.00)	1 (1.56)	6 (9.68)
รวม	90 (100.00)	84 (100.00)	64 (100.00)	62 (100.00)

จากตารางที่ 45 พบว่าความถี่ในการซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท – 10,000 บาท, 10,001 – 15,000 บาท และ 25,000 บาทขึ้นไป คือ เดือนละ 1-3 ครั้ง ร้อยละ 47.78, 50.00 และ 51.61 รองลงมาคือ น้อยกว่าเดือนละครั้ง ร้อยละ 26.67, 36.91 และ 33.87

ความถี่ในการซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 – 25,000 บาท คือ น้อยกว่าเดือนละครั้ง ร้อยละ 42.19 รองลงมาคือ เดือนละ 1-3 ครั้ง ร้อยละ 37.50

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่ผู้ตอบแบบสอบถามมาซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน และจำแนกตามรายได้

วันที่ซื้อสินค้าที่ห้างฯ	รายได้			
	ไม่เกิน 5,000 - 10,000 บาท (n=90)	10,001 – 15,000 บาท (n=84)	15,001– 25,000 บาท (n=64)	25,000 บาท ขึ้นไป (n=62)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
วันจันทร์ -ศุกร์	25 (27.78)	28 (33.33)	28 (43.75)	32 (51.61)
วันเสาร์	9 (10.00)	15 (17.86)	4 (6.25)	13 (20.97)
วันอาทิตย์	46 (51.11)	27 (32.15)	22 (34.38)	7 (11.29)
วันหยุดนักขัตฤกษ์	2 (2.22)	6 (7.14)	2 (3.13)	6 (9.68)
อื่นๆ	8 (8.89)	8 (9.52)	8 (12.50)	4 (6.45)
รวม	90 (100.00)	84 (100.00)	64 (100.00)	62 (100.00)

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 – 10,000 บาท ไปใช้บริการห้างแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน บ่อยที่สุดในวันอาทิตย์ ร้อยละ 51.11 รองลงมาคือวันจันทร์ – ศุกร์ ร้อยละ 27.78

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท และ 15,001 – 25,000 บาท ไปใช้บริการห้างแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน บ่อยที่สุดในวันจันทร์ – ศุกร์ ร้อยละ 33.33 และ 43.75 รองลงมาคือวันอาทิตย์ ร้อยละ 32.15 และ 34.38

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไปไปใช้บริการห้างแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน บ่อยที่สุดในวันจันทร์ – ศุกร์ ร้อยละ 51.61 รองลงมาคือ วันเสาร์ ร้อยละ 20.97

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามมาซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน ในวันธรรมดา และจำแนกตามรายได้

เวลาที่ซื้อสินค้าในวันธรรมดา	รายได้			
	ไม่เกิน 5,000 - 10,000 บาท (n=90)	10,001 - 15,000 บาท (n=84)	15,001- 25,000 บาท (n=64)	25,000 บาท ขึ้นไป (n=62)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
9:00 – 12:00 น.	12 (13.33)	8 (9.52)	2 (3.13)	4 (6.45)
12:01 – 15:00 น.	16 (17.78)	13 (15.48)	2 (3.13)	10 (16.13)
15:01 – 18:00 น.	43 (47.78)	42 (50.00)	43 (67.19)	34 (54.84)
อื่นๆ	19 (21.11)	21 (25.00)	17 (26.56)	14 (22.58)
รวม	90 (100.00)	84 (100.00)	64 (100.00)	62 (100.00)

จากตารางที่ 47 พบว่าเวลาที่ไปซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนในวันธรรมดาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 - 10,000, 10,001 – 15,000 บาท, 15,001 – 25,000 บาท และ 25,000 บาทขึ้นไป คือ ช่วงเวลา 15:01 – 18:00 น. ร้อยละ 47.78, 50.00, 67.19, และ 54.84 รองลงมาคือ อื่นๆ ได้แก่ ไม่สามารถระบุได้ แล้วแต่สะดวก ร้อยละ 21.11, 25.00, 26.56, 23.08 และ 22.58

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามมาซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน ในวันหยุด และจำแนกตามรายได้

เวลาที่ซื้อสินค้าในวันหยุด	รายได้			
	ไม่เกิน 5,000 - 10,000 บาท (n=90)	10,001 - 15,000 บาท (n=84)	15,001- 25,000 บาท (n=64)	25,000 บาท ขึ้นไป (n=62)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
9:00 – 12:00 น.	14 (15.56)	6 (7.14)	6 (9.38)	11 (17.75)
12:01 – 15:00 น.	25 (27.78)	25 (29.76)	15 (23.44)	21 (33.87)
15:01 – 18:00 น.	40 (44.44)	40 (47.62)	34 (53.13)	21 (33.87)
อื่นๆ	11 (12.22)	13 (15.48)	9 (14.06)	8 (12.90)
รวม	90 (100.00)	84 (100.00)	64 (100.00)	62 (100.00)

จากตารางที่ 48 พบว่าเวลาที่ซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนในวันหยุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ ไม่เกิน 5,000 – 10,000 บาท, 10,001 – 15,000 บาท, 15,001 – 25,000 บาท มากที่สุดสองอันดับแรกคือ ช่วงเวลา 15:01 – 18:00 น. ร้อยละ 44.44, 47.62 และ 53.13 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 12:01 – 15:00 น. ร้อยละ 27.78, 29.76 และ 23.44

เวลาที่ซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนในวันหยุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป คือ ช่วงเวลา 12:01 – 15:00 น. และ 15:01 – 18:00 น. เฉลี่ยเท่ากัน ร้อยละ 33.87 รองลงมาคือช่วงเวลา 9:00 – 12:00 น. ร้อยละ 17.75

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามมาซื้อสินค้าอุปโภคที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน และจำแนกตามรายได้

สาเหตุที่มาห้างฯแจ่มฟ้า	รายได้			
	ไม่เกิน 5,000 - 10,000 บาท (n=90)	10,001 - 15,000 บาท (n=84)	15,001- 25,000 บาท (n=64)	25,000 บาท ขึ้นไป (n=62)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซื้อสินค้าเพื่อใช้ส่วนตัว	69 (76.67)	69 (82.15)	54 (84.38)	52 (83.87)
ซื้อสินค้าสำหรับธุรกิจ	2 (2.22)	1 (1.19)	2 (3.13)	2 (3.23)
เดินเที่ยวในวันหยุด	9 (10.00)	7 (8.33)	2 (3.13)	1 (1.61)
เป็นจุดนัดพบ	5 (5.55)	6 (7.14)	1 (1.56)	2 (3.23)
รวม	90 (100.00)	84 (100.00)	64 (100.00)	62 (100.00)

จากตารางที่ 49 พบว่าสาเหตุที่ไปห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ ไม่เกิน 5,000 – 10,000 บาท, 10,001 – 15,000 บาท และ 15,001 – 25,000 บาท มากที่สุด 2 อันดับคือ ซื้อสินค้าเพื่อใช้ส่วนตัว ร้อยละ 76.67, 82.15 และ 84.38 รองลงมาคือ เดินเที่ยวในวันหยุด ร้อยละ 10.00, 8.33 และ 3.13

สาเหตุที่ไปห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป มากที่สุด 2 อันดับคือ ซื้อสินค้าเพื่อใช้ส่วนตัว ร้อยละ 83.87 รองลงมาคือ ซื้อสินค้าเพื่อใช้สำหรับธุรกิจและเป็นจุดนัดพบ เฉลี่ยเท่ากัน ร้อยละ 3.23

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยานพาหนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการไปห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน และจำแนกตามรายได้

ยานพาหนะที่ใช้ไปห้างสรรพสินค้าฯ	รายได้			
	ไม่เกิน 5,000 - 10,000 บาท (n=90)	10,001 - 15,000 บาท (n=84)	15,001- 25,000 บาท (n=64)	25,000 บาท ขึ้นไป (n=62)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
รถยนต์ของตัวเอง	23 (25.56)	37 (44.05)	33 (51.56)	43 (69.36)
รถจักรยานยนต์	53 (58.89)	40 (47.62)	29 (45.31)	17 (27.42)
รถโดยสารประจำทาง	1 (1.11)	2 (2.38)	0 (0.00)	0 (0.00)
รถของเพื่อน	4 (4.44)	2 (2.38)	0 (0.00)	1 (1.61)
รถของบุคคลในครอบครัว	7 (7.78)	3 (3.57)	2 (3.13)	1 (1.61)
อื่นๆ	2 (2.22)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
รวม	90 (100.00)	84 (100.00)	38 (100.00)	62 (100.00)

จากตารางที่ 50 พบว่ายานพาหนะที่ใช้ในการไปห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 – 10,000 บาท และ 10,001 – 15,000 บาท มากที่สุดคือ รถจักรยานยนต์ ร้อยละ 58.89 และ 47.62 รองลงมาคือ รถยนต์ของตัวเอง ร้อยละ 25.56 และ 44.05

ยานพาหนะที่ใช้ในการไปห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนของผู้ที่มีรายได้ 15,001– 25,000 บาท และ 25,000 บาทขึ้นไป มากที่สุด 2 อันดับคือ รถยนต์ของตัวเอง ร้อยละ 51.56 และ 69.36 รองลงมาคือ รถจักรยานยนต์ ร้อยละ 41.31 และ 27.42

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในห้างสรรพสินค้าแห่งฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน และจำแนกตามรายได้

ระยะเวลาที่ใช้ในห้างสรรพสินค้าฯ	รายได้			
	ไม่เกิน 5,000 - 10,000 บาท (n=90)	10,001 – 15,000 บาท (n=84)	15,001– 25,000 บาท (n=64)	25,000 บาท ขึ้นไป (n=62)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	43 (47.78)	46 (54.76)	37 (57.81)	39 (62.90)
1-3 ชั่วโมง	43 (47.78)	37 (44.05)	27 (42.19)	23 (37.10)
3-4 ชั่วโมง	4 (4.44)	1 (1.19)	0 (0.00)	0 (0.00)
มากกว่า 4 ชั่วโมง	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
รวม	90 (100.00)	84 (100.00)	64 (100.00)	62 (100.00)

จากตารางที่ 51 พบว่าระยะเวลาที่อยู่ห้างสรรพสินค้าแห่งฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ ไม่เกิน 5,000 – 10,000 บาท มากที่สุด 2 อันดับ คือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง และ 1-3 ชั่วโมง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 47.78 รองลงมาคือ 3-4 ชั่วโมง ร้อยละ 4.44

ระยะเวลาที่อยู่ห้างสรรพสินค้าแห่งฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท, 15,001 – 25,000 บาท และ 25,000 ขึ้นไป คือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง ร้อยละ 54.76, 57.81 และ 62.90 รองลงมาคือ 1-3 ชั่วโมง ร้อยละ 44.05, 42.19 และ 37.10

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่องทางการหาข้อมูลของ
ห้างสรรพสินค้าแฉ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน และจำแนกตามรายได้

ช่องทางการหาข้อมูลของ ห้างสรรพสินค้าแฉ่มฟ้าพลาซ่า	รายได้			
	ไม่เกิน 5,000 - 10,000 บาท (n=90)	10,001 - 15,000 บาท (n=84)	15,001- 25,000 บาท (n=64)	25,000 บาท ขึ้นไป (n=62)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ถามจากเพื่อน	37 (41.11)	40 (60.61)	33 (51.56)	26 (50.00)
หนังสือ/ นิตยสาร	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (1.92)
รถกระจายเสียง	3 (3.33)	3 (4.55)	2 (3.13)	1 (1.92)
วิทยุ	6 (6.67)	7 (10.61)	3 (4.69)	4 (7.69)
แผ่นพับ โฆษณาต่างๆ	10 (11.11)	10 (15.15)	7 (10.94)	6 (11.54)
เว็บไซต์	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
สมาชิกในครอบครัว	12 (13.33)	5 (7.57)	6 (9.38)	5 (9.62)
หนังสือพิมพ์	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
ป้ายโฆษณาที่ห้างสรรพสินค้า	3 (3.33)	1 (1.51)	3 (4.69)	9 (17.31)
รวม	90 (100.00)	84 (100.00)	64 (100.00)	62 (100.00)

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ ไม่เกิน 5,000 – 10,000 บาทหา
ข้อมูลของห้างสรรพสินค้าแฉ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน มากที่สุด 2 อันดับ คือ ถามจากเพื่อน
คิดเป็นร้อยละ 41.11 รองลงมาคือ สมาชิกในครอบครัว ร้อยละ 13.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท และ 15,001 – 25,000 บาท หาข้อมูลของห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน มากที่สุด 2 อันดับ คือ ตามจากเพื่อน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 60.61 และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.56 รองลงมาคือ แผ่นพับ โฆษณา ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 15.15 และ 10.94

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป หาข้อมูลของห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน มากที่สุด 2 อันดับ คือ ตามจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ ป้ายโฆษณาที่ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 17.31

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพึงพอใจที่ผู้ตอบแบบสอบถามต่อห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน และจำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจต่อห้างสรรพสินค้า แจ่มฟ้าฯ	รายได้			
	ไม่เกิน 5,000 - 10,000 บาท (n=90)	10,001 – 15,000 บาท (n=84)	15,001– 25,000 บาท (n=64)	25,000 บาท ขึ้นไป (n=62)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
พอใจมากที่สุด	5 (5.56)	4 (4.76)	2 (3.13)	3 (4.84)
พอใจมาก	41 (45.56)	39 (46.43)	25 (39.06)	20 (32.26)
เฉยๆ	44 (48.89)	40 (47.62)	37 (57.81)	39 (62.90)
ไม่พอใจ	0 (0.00)	1 (1.19)	0 (0.00)	0 (0.00)
ไม่พอใจมาก	5 (5.56)	4 (4.76)	2 (3.13)	3 (4.84)
รวม	90 (100.00)	84 (100.00)	64 (100.00)	62 (100.00)

จากตารางที่ 53 พบว่าความพึงพอใจที่มีต่อห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 – 10,000 บาท, 10,001 – 15,000 บาท,

15,001 – 25,000 บาท และ 25,000 บาทขึ้นไป มากที่สุด คือ เฉยๆ ร้อยละ 48.89, 47.62, 57.81 และ 62.90 รองลงมาคือ พอใจมาก เฉลี่ย ร้อยละ 45.56, 46.43, 39.06 และ 32.26

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคจากห้างสรรพสินค้าแห่งฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน

ตารางที่ 54 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้าแห่งฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีสินค้าให้เลือก หลากหลายประเภท และตราสินค้า	36 (12.0)	125 (41.7)	129 (43.0)	9 (3.0)	1 (0.3)	3.62 (มาก)	2
สินค้านี้มีคุณภาพ	36 (12.0)	141 (47.0)	116 (38.7)	7 (2.3)	0 (0.0)	3.69 (มาก)	1
สินค้าทันสมัย	25 (8.3)	106 (35.3)	151 (50.4)	18 (6.0)	0 (0.0)	3.46 (ปานกลาง)	3
มีสินค้าแบรนด์เนมจัด จำหน่าย	25 (8.3)	108 (36.0)	135 (45.0)	30 (10.0)	2 (0.7)	3.41 (ปานกลาง)	4
มีสินค้าที่หือต่างจาก ร้านอื่น	25 (8.3)	78 (26.0)	156 (52.0)	39 (13.0)	2 (0.7)	3.28 (ปานกลาง)	5

จากตารางที่ 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยในระดับปานกลาง ยกเว้น ปัจจัยย่อยในเรื่อง มีสินค้าให้เลือกหลากหลายประเภทและตราสินค้า และ สินค้ามีคุณภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 55 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้าเจมฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สินค้าราคาถูกกว่าร้านอื่น	45 (15.0)	94 (31.3)	147 (49.0)	12 (4.0)	2 (0.7)	3.56 (มาก)	2
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ	36 (12.0)	130 (43.3)	126 (42.0)	8 (2.7)	0 (0.0)	3.65 (มาก)	1
สินค้าหลายระดับราคาให้เลือก	36 (12.0)	105 (35.0)	138 (46.0)	20 (6.7)	1 (0.3)	3.52 (มาก)	3
มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	23 (7.7)	104 (34.7)	130 (43.3)	24 (8.0)	19 (6.3)	3.29 (ปานกลาง)	5
มีช่องบริการชำระเงินเพียงพอ / ไม่ต้องรอนาน	34 (11.3)	99 (33.0)	140 (46.7)	23 (7.7)	4 (1.3)	3.45 (ปานกลาง)	4

จากตารางที่ 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้น ปัจจัยย่อยในเรื่อง มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต และ มีช่องบริการชำระเงินเพียงพอ / ไม่ต้องรอนาน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 56 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง	52 (17.3)	108 (36.0)	112 (37.3)	25 (8.4)	3 (1.0)	3.60 (มาก)	3
เวลาเปิดเหมาะสม	37 (12.3)	139 (46.3)	111 (37.0)	11 (3.7)	2 (0.7)	3.66 (มาก)	1
เวลาปิดเหมาะสม	38 (12.7)	126 (42.0)	119 (39.7)	15 (5.0)	2 (0.6)	3.61 (มาก)	2
มีการวางสินค้า / จัด โซนง่ายและสะดวก	43 (14.4)	123 (41.0)	102 (34.0)	31 (10.3)	1 (0.3)	3.59 (มาก)	4
มีรถประจำทางผ่าน	28 (14.3)	79 (41.0)	130 (34)	41 (10.3)	22 (0.4)	3.17 (ปานกลาง)	5
ห้องน้ำเพียงพอและ สะอาด	26 (8.7)	55 (18.3)	132 (44.0)	64 (21.3)	23 (7.7)	2.99 (ปานกลาง)	6
ที่จอดรถสะดวก/ ปลอดภัย	29 (9.7)	62 (20.7)	111 (37)	70 (23.3)	28 (9.3)	2.98 (ปานกลาง)	7

จากตารางที่ 56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้น ปัจจัยย่อยในเรื่อง มีรถประจำทางผ่าน ห้องน้ำเพียงพอและสะอาดและ ที่จอดรถสะดวก/ ปลอดภัย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 57 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้าเจมฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีส่วนลดพิเศษ สำหรับสมาชิก / เทศกาลลดราคา	40 (13.3)	109 (36.3)	116 (38.7)	29 (9.7)	6 (2.0)	3.49 (ปานกลาง)	1
มีการสะสมคะแนน เพื่อแลกของสมนาคุณ	32 (10.7)	79 (26.3)	146 (48.6)	32 (10.7)	11 (3.7)	3.30 (ปานกลาง)	2
มีการแถมสินค้าเมื่อ ซื้อจำนวนมาก	33 (11.0)	64 (21.3)	143 (47.7)	54 (18.0)	6 (2.0)	3.21 (ปานกลาง)	4
มีการจัดงานกิจกรรม ในวันสำคัญต่างๆ	28 (9.3)	74 (24.7)	158 (52.7)	38 (12.6)	2 (0.7)	3.29 (ปานกลาง)	3
มีการช่วยเหลือ กิจกรรมของท้องถิ่น ชุมชน	32 (10.7)	54 (18.0)	151 (50.3)	54 (18)	9 (3.0)	3.15 (ปานกลาง)	5

จากตารางที่ 57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกปัจจัยในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก / เทศกาลลดราคา, มีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของสมนาคุณ, มีการแถมสินค้าเมื่อซื้อจำนวนมาก, มีการจัดงานกิจกรรมในวันสำคัญต่างๆ และ มีการช่วยเหลือกิจกรรมของท้องถิ่นชุมชน

ตารางที่ 58 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน

ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	ระดับความสำคัญที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย	22 (7.3)	116 (38.7)	144 (48.0)	16 (5.3)	2 (0.7)	3.47 (ปานกลาง)	1
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	32 (10.7)	105 (35.0)	121 (40.3)	35 (11.7)	7 (2.3)	3.40 (ปานกลาง)	3
พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญในสินค้าและให้คำแนะนำ	27 (9.0)	85 (28.3)	143 (47.7)	40 (13.3)	5 (1.7)	3.30 (ปานกลาง)	5
มีจำนวนพนักงานเพียงพอ	20 (6.7)	119 (39.6)	133 (44.3)	26 (8.7)	2 (0.7)	3.43 (ปานกลาง)	2
พนักงานมีความซื่อสัตย์น่าเชื่อถือวางใจได้	26 (8.7)	90 (30.0)	160 (53.3)	16 (5.3)	8 (2.7)	3.37 (ปานกลาง)	4

จากตารางที่ 58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยด้านบุคลากรผู้ให้บริการทุกปัจจัยในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย, พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี, พนักงานมีความรู้เชี่ยวชาญในสินค้าและให้คำแนะนำ, มีจำนวนพนักงานเพียงพอ และพนักงานมีความซื่อสัตย์น่าเชื่อถือ วางใจได้

ตารางที่ 59 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมืองลำพูน

ปัจจัยด้านการ นำเสนอสินค้าหรือ บริการ	ระดับความสำคัญที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีบริการด้วย เทคโนโลยีที่ทันสมัย	13 (4.3)	82 (27.3)	164 (54.7)	38 (12.7)	3 (1.0)	3.21 (ปานกลาง)	5
ภาพลักษณ์และความ มีชื่อเสียงของห้างฯ	25 (8.3)	102 (34.0)	148 (49.3)	20 (6.7)	5 (1.7)	3.41 (ปานกลาง)	1
บรรยากาศ/ การ ตกแต่งภายในสะอาด และสวยงาม	18 (6.0)	95 (31.7)	146 (48.6)	38 (12.7)	3 (1.0)	3.29 (ปานกลาง)	2
บรรยากาศ/ การ ตกแต่งภายนอก สะอาดและสวยงาม	19 (6.3)	90 (30.0)	141 (47.0)	46 (15.4)	4 (1.3)	3.25 (ปานกลาง)	4
มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ป้ายบอก หมวดหมู่สินค้า ป้าย สุชา ที่นั่ง แสงสว่างพอ	27 (9.0)	86 (38.7)	139 (46.3)	40 (13.3)	8 (2.7)	3.28 (ปานกลาง)	3

จากตารางที่ 59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการนำเสนอสินค้าหรือบริการทุกปัจจัยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีบริการด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย, ภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของห้างฯ, บรรยากาศ/ การตกแต่งภายในสะอาดและสวยงาม, บรรยากาศ/ การตกแต่งภายนอกสะอาดและสวยงาม และ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ป้ายบอกหมวดหมู่สินค้า ป้ายสุชา ที่นั่ง แสงสว่างพอ

ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภค ห้างสรรพสินค้าแห่ง
ฟ้าพลาซ่าอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามอาชีพและรายได้

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	อาชีพ					
	นักเรียน / นักศึกษา (n = 19)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 197)	ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ (n=10)	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=50)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน (n=10)	รับจ้าง ทั่วไป (n=12)
มีสินค้าให้เลือก หลากหลายประเภท และตราสินค้า	3.79 (มาก)	3.64 (มาก)	3.60 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.75 (มาก)
สินค้ามีคุณภาพ	3.68 (มาก)	3.73 (มาก)	3.50 (มาก)	3.56 (มาก)	3.90 (มาก)	3.50 (มาก)
สินค้าทันสมัย	3.74 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	4.40 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)
มีสินค้าแบรนด์เนม จัดจำหน่าย	3.84 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.17 (ปานกลาง)
มีสินค้าที่หือต่างจาก ร้านอื่น	3.58 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.06 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย	3.73 (มาก)	3.51 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 60 พบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์
ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ด้านผลิตภัณฑ์ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) โดยให้ความสำคัญระดับมากกับคุณสมบัติ
โดยรวมของสินค้า เช่น มีสินค้าแบรนด์เนมจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.84) รองลงมาคือ
มีสินค้าให้เลือกหลากหลายประเภทและตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยให้ความสำคัญระดับ

มากกับคุณสมบัติโดยรวมของสินค้า เช่น สินค้ามีคุณภาพ เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมาคือ มีสินค้าให้เลือกหลากหลายประเภทและตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยให้ความสำคัญระดับมากกับคุณสมบัติโดยรวมของสินค้า เช่น มีสินค้าให้เลือกหลากหลายประเภทและตราสินค้า และมีสินค้านี่ห้อต่างจากร้านอื่นเท่ากัน เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.60) รองลงมาคือ สินค้ามีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยให้ความสำคัญกับคุณสมบัติโดยรวมของสินค้า เช่น สินค้ามีคุณภาพ เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.56) รองลงมาคือ มีสินค้าให้เลือกหลากหลายประเภทและตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพ่อบ้าน / แม่บ้าน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) โดยให้ความสำคัญกับคุณสมบัติโดยรวมของสินค้า เช่น สินค้าทันสมัย เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมาคือ สินค้ามีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยให้ความสำคัญกับคุณสมบัติโดยรวมของสินค้า เช่น มีสินค้าให้เลือกหลากหลายประเภทและตราสินค้า เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.75) รองลงมาคือ สินค้ามีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ					
	นักเรียน / นักศึกษา (n = 19)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 197)	ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ (n = 10)	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=50)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน (n=10)	รับจ้าง ทั่วไป (n=12)
สินค้าราคาถูกกว่า ร้านอื่น	3.16 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.90 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.08 (ปานกลาง)
ราคาสินค้าเหมาะสม กับคุณภาพ	3.26 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	3.80 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	4.10 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)
สินค้าหลายระดับ ราคาให้เลือก	3.89 (มาก)	3.54 (มาก)	3.90 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
มีบริการชำระ เงินด้วยบัตรเครดิต	3.58 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)
มีช่องบริการชำระ เงินเพียงพอ/ ไม่ต้อง รอนาน	3.68 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย	3.52 (มาก)	3.52 (มาก)	3.68 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.12 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 61 พบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยให้ความสำคัญระดับมากกับคุณสมบัติโดยรวมของราคา เช่น สินค้าหลายระดับราคาให้เลือก เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมาคือ มีช่องบริการชำระเงินเพียงพอ/ ไม่ต้องรอนาน (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยให้ความสำคัญระดับมากกับคุณสมบัติโดยรวมของราคา เช่น ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.72) รองลงมาคือ สินค้าราคาถูกกว่าร้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดด้านราคาในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยให้ความสำคัญระดับมาก
กับคุณสมบัติโดยรวมของราคา เช่น สินค้าราคาถูกกว่าร้านอื่น และ สินค้าหลายระดับราคาให้เลือก
เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมาคือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดด้านราคาในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยให้ความสำคัญกับ
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.48) รองลงมาคือ สินค้าราคาถูกกว่าร้าน
อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพ่อบ้าน / แม่บ้าน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม
การตลาดด้านราคาในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยให้ความสำคัญกับ ราคาสินค้า
เหมาะสมกับคุณภาพ เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมาคือ สินค้าราคาถูกกว่าร้านอื่น
(ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ด้านราคาในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.12) โดยให้ความสำคัญกับคุณสมบัติโดยรวม
ของราคา คือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.42) รองลงมาคือ สินค้า
หลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อาชีพ					
	นักเรียน / นักศึกษา (n = 19)	พนักงานบริษัทเอกชน (n = 197)	ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ (n = 10)	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ (n=50)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน (n=10)	รับจ้างทั่วไป (n=12)
ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง	3.84 (มาก)	3.58 (มาก)	3.90 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	4.20 (มาก)	3.67 (มาก)
เวลาเปิดเหมาะสม	3.79 (มาก)	3.62 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)	3.60 (มาก)	3.50 (มาก)
เวลาปิดเหมาะสม	3.63 (มาก)	2.57 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.76 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
มีการวางสินค้า/ จัดโซนง่ายและสะดวก	3.79 (มาก)	3.55 (มาก)	3.80 (มาก)	3.60 (มาก)	3.60 (มาก)	3.50 (มาก)
มีรถประจำทางผ่าน	3.58 (มาก)	3.10 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
ห้องน้ำเพียงพอและสะอาด	3.26 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	2.62 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
ที่จอดรถสะดวก/ปลอดภัย	3.00 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	2.62 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย	3.56 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 62 พบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยให้ความสำคัญระดับมากกับทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.84) รองลงมาคือ เวลาเปิดเหมาะสม และ มีการวางสินค้า/ จัดโซนง่ายและสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) โดยให้

ความสำคัญระดับมากกับเวลาเปิดเหมาะสม เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.62) รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยให้ความสำคัญระดับมากกับทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมาคือ มีการวางสินค้า/ จัดโซนง่ายและสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยให้ความสำคัญกับ เวลาเปิดเหมาะสมเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.86) รองลงมาคือ เวลาปิดเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพ่อบ้าน / แม่บ้าน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยให้ความสำคัญกับ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาคือ เวลาเปิดเหมาะสม และมีการวางสินค้า/ จัดโซนง่ายและสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) โดยให้ความสำคัญกับคุณสมบัติโดยรวมของช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับความสำคัญมาก คือ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.67) รองลงมาทำกันคือ เวลาเปิดเหมาะสมและมีการวางสินค้า/ จัดโซนง่ายและสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ					
	นักเรียน / นักศึกษา (n = 19)	พนักงานบริษัทเอกชน (n = 197)	ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ (n = 10)	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ (n = 50)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน (n = 10)	รับจ้างทั่วไป (n = 12)
มีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก	3.63 (มาก)	3.51 (มาก)	3.60 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
มีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของสมนาคุณ	3.21 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
มีการแถมสินค้าเมื่อซื้อจำนวนมาก	3.21 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
มีการจัดงานกิจกรรมในวันสำคัญต่างๆ	3.47 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.25 (มาก)
มีการช่วยเหลือกิจกรรมของท้องถิ่นชุมชน	3.16 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)	3.02 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	2.92 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย	3.34 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 63 พบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) โดยให้ความสำคัญระดับมากกับคุณสมบัติโดยรวมของการส่งเสริมการตลาด เช่น มีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.63) รองลงมาคือ มีการจัดงานกิจกรรมในวันสำคัญต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) โดยให้

ความสำคัญระดับมากกับการมีส่วนร่วมพิเศษสำหรับสมาชิก เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.51) รองลงมาคือ มีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของสมนาคุณ (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยให้ ความสำคัญระดับมากกับการช่วยเหลือกิจกรรมของท้องถิ่นชุมชน เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมพิเศษสำหรับสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.22) โดยให้ ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมพิเศษสำหรับสมาชิกและมีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของสมนาคุณ เป็นอันดับแรกเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.40) รองลงมาคือ มีการจัดงานกิจกรรมในวันสำคัญต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพ่อบ้าน / แม่บ้าน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) โดยให้ ความสำคัญในระดับมากกับการมีการจัดงานกิจกรรมในวันสำคัญต่างๆ เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.80) รองลงมาคือ มีการช่วยเหลือกิจกรรมของท้องถิ่นชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.25) โดยให้ความสำคัญกับ คุณสมบัติโดยรวมของการส่งเสริมการตลาด มีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของสมนาคุณ เป็นอันดับ แรก (ค่าเฉลี่ย 3.50)รองลงมาคือ มีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรผู้ให้บริการ จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ให้บริการ	อาชีพ					
	นักเรียน / นักศึกษา (n = 19)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 197)	ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ (n=10)	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=50)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน (n=10)	รับจ้าง ทั่วไป (n=12)
พนักงานแต่งกาย สะอาดเรียบร้อย	3.58 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)
พนักงานมีมนุษย- สัมพันธ์ที่ดี	3.42 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญใน สินค้าและให้ คำแนะนำ	3.37 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
มีจำนวนพนักงาน เพียงพอ	3.47 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)
พนักงานมีความ ซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ วางใจได้	3.47 (ปานกลาง)	2.48 (น้อย)	3.30 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย	3.46 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 64 พบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยให้ความสำคัญกับพนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.58) รองลงมาคือพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) โดยให้

ความสำคัญกับพนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.47) รองลงมาคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีจำนวนพนักงานเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.45)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยให้ ความสำคัญระดับมากกับพนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.70) รองลงมาคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีจำนวนพนักงานเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) โดยให้ ความสำคัญกับการมีจำนวนพนักงานเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.48) รองลงมาคือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ วางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพ่อบ้าน / แม่บ้าน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยให้ ความสำคัญในระดับมากกับ พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.50) รองลงมาคือ มีจำนวนพนักงานเพียงพอและพนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ วางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.15) โดยให้ความสำคัญกับ พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อยเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.42) รองลงมาคือ พนักงานมีมนุษย สัมพันธ์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรผู้ให้บริการ จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการ นำเสนอสินค้าหรือ บริการ	อาชีพ					
	นักเรียน / นักศึกษา (n = 19)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 197)	ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ (n = 10)	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=50)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน (n=10)	รับจ้าง ทั่วไป (n=12)
มีบริการด้วย เทคโนโลยีที่ ทันสมัย	3.05 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
ภาพลักษณ์และ ความมีชื่อเสียงของ ห้างฯ	3.63 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)
บรรยากาศ/ การ ตกแต่งภายใน สะอาดและสวยงาม	3.53 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
บรรยากาศ/ การ ตกแต่งภายนอก สะอาดและสวยงาม	3.42 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ป้าย บอกหมวดหมู่ สินค้า ป้ายสุชาที่ นั่งแสงสว่างพอ	3.37 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย	3.40 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 65 พบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการนำเสนอสินค้าหรือบริการ ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการนำเสนอสินค้าหรือบริการ ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของห้างฯ เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.63) รองลงมาคือ บรรยากาศ/ การตกแต่งภายในสะอาดและสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วน
 ประสมการตลาดด้านการนำเสนอสินค้าหรือบริการ ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31)
 โดยให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์และชื่อเสียงของห้างฯ และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น
 ป้ายบอกหมวดหมู่สินค้า ป้ายสุชา ที่นั่งแสงสว่างพอ เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.36) รองลงมาคือ
 บรรยากาศ/ การตกแต่งภายในสะอาดและสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.32)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วน
 ประสมการตลาดด้านการนำเสนอสินค้าหรือบริการ ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34)
 โดยให้ความสำคัญระดับมากกับภาพลักษณ์และชื่อเสียงของห้างฯ เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย
 3.70) รองลงมาคือ บรรยากาศ/ การตกแต่งภายในสะอาดและสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วน
 ประสมการตลาดด้านการนำเสนอสินค้าหรือบริการ ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11)
 โดยให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์และชื่อเสียงของห้างฯ (ค่าเฉลี่ย 3.42) รองลงมาคือ มี
 บริการด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพ่อบ้าน / แม่บ้าน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม
 การตลาดด้านการนำเสนอสินค้าหรือบริการ ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยให้
 ความสำคัญในระดับมากกับการมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ป้ายบอกหมวดหมู่สินค้า ป้ายสุชา ที่
 นั่งแสงสว่างพอ เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.70) รองลงมาคือ ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของห้าง
 ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด
 ด้านการนำเสนอสินค้าหรือบริการ ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) โดยให้
 ความสำคัญกับภาพลักษณ์และชื่อเสียงของห้างฯ บรรยากาศ/ การตกแต่งภายนอกสะอาด
 และสวยงาม และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ป้ายบอกหมวดหมู่สินค้า ป้ายสุชา ที่นั่งแสงสว่างพอ
 โดยเฉลี่ยเท่ากัน เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.25) รองลงมาคือ บรรยากาศ/ การตกแต่งภายในสะอาด
 และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.17)

ตารางที่ 66 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายได้ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามถูกนำมาาร่วมกัน โดยกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท รวมกับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่รายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท รวมกับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท เพื่อให้ข้อมูลจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่มมีความใกล้เคียงกันมากที่สุด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้			
	ไม่เกิน 5,000 - 10,000 บาท (n=90)	10,001 – 15,000 บาท (n=84)	15,001– 25,000 บาท (n=64)	25,000 บาท ขึ้นไป (n=62)
มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ประเภทและตราสินค้า	3.62 (มาก)	3.70 (มาก)	3.77 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)
สินค้ามีคุณภาพ	2.60 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)
สินค้าทันสมัย	3.48 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.50 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)
มีสินค้าแบรนด์เนมจัด จำหน่าย	3.39 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)	2.03 (น้อย)
มีสินค้าที่หือต่างจากร้านอื่น	3.31 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย	3.48 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	4.08 (มาก)	3.63 (มาก)

จากตารางที่ 66 พบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ไม่เกิน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยให้ความสำคัญกับมีสินค้าให้เลือกหลากหลายประเภทและตราสินค้า เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.62) รองลงมาคือ สินค้าทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) โดยให้ความสำคัญระดับ
มากกับการมีสินค้าให้เลือกหลากหลายประเภทและตราสินค้า เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.70)
รองลงมาคือ สินค้าทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) โดยให้ความสำคัญระดับ
มากกับมีสินค้าแบรนด์เนมจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.84) รองลงมาคือ มีสินค้าให้เลือก
หลากหลายประเภทและตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม
การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์
และความมีชื่อเสียงของห้างฯ (ค่าเฉลี่ย 3.42) รองลงมาคือ มีบริการด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย
(ค่าเฉลี่ย 3.16)

ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนก
ตามรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	รายได้			
	ไม่เกิน 5,000 - 10,000 บาท (n=90)	10,001 – 15,000 บาท (n=84)	15,001– 25,000 บาท (n=64)	25,000 บาท ขึ้นไป (n=62)
สินค้าน่าถูกกว่าร้านอื่น	3.38 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.89 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)
ราคาสินค้าเหมาะสมกับ คุณภาพ	3.50 (มาก)	3.65 (มาก)	3.94 (มาก)	3.55 (มาก)
สินค้าหลายระดับราคาให้ เลือก	3.51 (มาก)	3.54 (มาก)	3.66 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)
มีบริการรับชำระเงินสด บัตรเครดิต	3.24 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
มีช่องบริการชำระเงิน เพียงพอ/ไม่ต้องรอนาน	3.46 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย	3.62 (มาก)	3.86 (มาก)	4.28 (มาก)	4.23 (มาก)

จากตารางที่ 67 พบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ไม่เกิน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการมีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือก เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.51) รองลงมาคือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยให้ความสำคัญระดับมากกับการมีราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.65) รองลงมาคือ สินค้าหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.28) โดยให้ความสำคัญระดับมากกับราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.94) รองลงมาคือ สินค้าราคาถูกกว่าร้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) โดยให้ความสำคัญกับราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.55) รองลงมาคือ สินค้าราคาถูกกว่าร้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ตารางที่ 68 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้			
	ไม่เกิน 5,000 - 10,000 บาท (n=90)	10,001 – 15,000 บาท (n=84)	15,001– 25,000 บาท (n=64)	25,000 บาท ขึ้นไป (n=62)
ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง	3.68 (มาก)	3.63 (มาก)	3.83 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)
เวลาเปิดเหมาะสม	3.63 (มาก)	3.64 (มาก)	3.67 (มาก)	3.71 (มาก)
เวลาปิดเหมาะสม	3.54 (มาก)	3.56 (มาก)	3.64 (มาก)	3.74 (มาก)
มีการวางสินค้า/ จัดโซน ง่ายและสะดวก	3.53 (มาก)	3.57 (มาก)	3.73 (มาก)	3.53 (มาก)
มีรถประจำทางผ่าน	3.24 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
ห้องน้ำเพียงพอและสะอาด	3.18 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)
ที่จอดรถสะดวก/ ปลอดภัย	3.07 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย	3.55 (มาก)	3.66 (มาก)	3.89 (มาก)	3.81 (มาก)

จากตารางที่ 68 พบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ไม่เกิน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมาคือ เวลาเปิดเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยให้

ความสำคัญระดับมากกับเวลาเปิดเหมาะสม เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.64) รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) โดยให้ความสำคัญระดับมากกับทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมาคือ มีการวางสินค้า/ จัดโซนง่ายและสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยให้ความสำคัญกับเวลาเปิดเหมาะสม เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.74) รองลงมาคือ เวลาเปิดเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ตารางที่ 69 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้			
	ไม่เกิน 5,000 - 10,000 บาท (n=90)	10,001 – 15,000 บาท (n=84)	15,001– 25,000 บาท (n=64)	25,000 บาทขึ้นไป (n=62)
มีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก	3.52 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)
มีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของสมนาคุณ	3.40 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
มีการแถมสินค้าเมื่อซื้อจำนวนมาก	3.26 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
มีการจัดงานกิจกรรมในวันสำคัญต่างๆ	3.41 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
มีการช่วยเหลือกิจกรรมของท้องถิ่นชุมชน	3.17 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย	3.55 (มาก)	3.66 (มาก)	4.07 (มาก)	3.84 (มาก)

จากตารางที่ 69 พบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ไม่เกิน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัย

ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านมีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.52) รองลงมาคือ มีการจัดงานกิจกรรมในวันสำคัญต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิกเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.49) รองลงมาคือ มีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของสมนาคุณ (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) โดยให้ความสำคัญระดับมากกับการมีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.72) รองลงมาคือ มีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของสมนาคุณ (ค่าเฉลี่ย 3.45)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.23) รองลงมาคือ การมีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของสมนาคุณและมีการจัดงานกิจกรรมในวันสำคัญต่างๆ โดยเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.06)

ตารางที่ 70 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรผู้ให้บริการ จำแนกตามรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	รายได้			
	ไม่เกิน 5,000 - 10,000 บาท (n=90)	10,001 – 15,000 บาท (n=84)	15,001– 25,000 บาท (n=64)	25,000 บาทขึ้นไป (n=62)
พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย	3.52 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	3.37 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)
พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในสินค้าและให้คำแนะนำ	3.22 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)
มีจำนวนพนักงานเพียงพอ	3.28 (ปานกลาง)	4.32 (มาก)	3.55 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ วางใจได้	3.23 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย	3.52 (มาก)	3.92 (มาก)	4.20 (มาก)	4.12 (มาก)

จากตารางที่ 70 พบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ไม่เกิน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านพนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.52) รองลงมาคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการมีจำนวนพนักงานเพียงพอ ในระดับความสำคัญมาก เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมาคือ พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) โดยให้

ความสำคัญระดับมากกับพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมาคือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ วางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) โดยให้ความสำคัญกับการมีจำนวนพนักงานเพียงพอ เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.45) รองลงมาคือ พนักงานแต่งกายสะอาด เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.37)

ตารางที่ 71 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการนำเสนอสินค้าหรือบริการ จำแนกตามรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการนำเสนอ สินค้าหรือบริการ	รายได้			
	ไม่เกิน 5,000 - 10,000 บาท (n=90)	10,001 – 15,000 บาท (n=84)	15,001– 25,000 บาท (n=64)	25,000 บาท ขึ้นไป (n=62)
มีบริการด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย	2.97 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)
ภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของห้างฯ	3.36 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)
บรรยากาศ/ การตกแต่งภายในสะอาดและสวยงาม	3.32 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
บรรยากาศ/ การตกแต่งภายนอกสะอาดและสวยงาม	3.27 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)
มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ป้ายบอกหมวดหมู่สินค้า ป้ายสุชา ที่นั่งแสงสว่างพอ	3.29 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย	3.24 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 71 พบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการนำเสนอสินค้าหรือบริการ ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ไม่เกิน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการนำเสนอสินค้าหรือบริการ ในระดับความสำคัญ

ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของห้างฯ เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.36) รองลงมาคือ บรรยากาศ/ การตกแต่งภายในสะอาดและสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.32)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการนำเสนอสินค้าหรือบริการ ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการมีภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของห้างฯ เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.43) รองลงมาคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ป้ายบอกหมวดหมู่สินค้า ป้ายสุขา ที่นั่ง แสงสว่างพอ (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการนำเสนอสินค้าหรือบริการ ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) โดยให้ความสำคัญระดับมากกับภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของห้างฯ เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.55) รองลงมาคือ บรรยากาศ/ การตกแต่งภายนอกสะอาดและสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการนำเสนอสินค้าหรือบริการ ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.16) โดยให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของห้างฯ เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.31) รองลงมาคือ บรรยากาศ/ การตกแต่งภายในสะอาดและสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.26)

ข้อเสนอแนะ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ :

- มีสินค้าให้เลือกหลายยี่ห้อดีค่ะ แล้วก็ก็มีที่พักช้อปปิ้งด้วย (1 คน)

ปัจจัยด้านราคา :

- ราคาที่พอเหมาะสมดีแล้ว (1 คน)
- บางทีก็ได้ร่อยเงินนาน (1 คน)
- บางครั้งก็ได้รู้โปรโมชั่นลดราคาจากพนักงานในห้างเพราะรู้จักกัน (1 คน)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย :

- บริเวณทางเข้าห้างค่อนข้างแคบและหนาแน่น แต่ก็ไม่ใช่ปัญหาใหญ่ (1 คน)

ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ :

- อยากให้พนักงานกระตือรือร้นให้คำแนะนำลูกค้ามากกว่านี้อีกนิด (1 คน)
- เคยเจอพนักงานพูดจาไม่ดี (1 คน)

ปัจจัยด้านการนำเสนอสินค้าหรือบริการ :

- อยากให้ห้างชั้นบนเพิ่มความสว่างกว่านี้อีกหน่อย (1 คน)
- ทางเดินชั้นสองเห็นไม่ค่อยชัด (1 คน)