

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ ได้แบ่งผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 1-8)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านความรู้ความเข้าใจ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด และพฤติกรรมต่อ โครงการเจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่

2.1 ด้านความรู้ความเข้าใจ (ตารางที่ 9-13)

2.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลในการเลือกใช้บริการ โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 14-18)

2.3 ด้านพฤติกรรม (ตารางที่ 19-23)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 24-27)

ส่วนที่ 4 ด้านความรู้ความเข้าใจ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 28-32)

ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลในการเลือกใช้บริการ โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 33-36)

ส่วนที่ 6 ด้านพฤติกรรม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 37-41)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	132	47.1
หญิง	148	52.9
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.9 เป็นเพศชาย ร้อยละ 47.1

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	155	55.4
สมรส	90	32.1
แยกกันอยู่	14	5.0
หย่าร้างและหม้าย	21	7.5
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ลำดับแรก มีสถานภาพเป็นโสด ร้อยละ 55.4 รองลงมาคือ สมรส ร้อยละ 32.1 หย่าร้างและหม้าย ร้อยละ 7.5 และแยกกันอยู่ ร้อยละ 5.0

ลิขสิทธิ์ © by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	44	15.7
ระหว่าง 20-30 ปี	138	49.3
ระหว่าง 31-40 ปี	51	18.2
ระหว่าง 41-50 ปี	33	11.8
มากกว่า 50 ปี	14	5.0
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามลำดับแรกมีอายุระหว่าง 20-30 ปี ร้อยละ 49.3 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 18.2 อายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 15.7 อายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 11.8 และอายุมากกว่า 50 ปี ร้อยละ 5.0

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	37	13.2
มัธยมศึกษา หรือ ปวช.	52	18.6
อนุปริญญาหรือปวส.	28	10.0
ปริญญาตรี	143	51.1
สูงกว่าปริญญาตรี	20	7.1
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามลำดับแรกมีระดับการศึกษา ปริญญาตรี ร้อยละ 51.1 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษา หรือ ปวช. ร้อยละ 18.6 ต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 13.2 ระดับอนุปริญญาหรือปวส. ร้อยละ 10.0 สูงกว่าระดับปริญญาตรี ร้อยละ 7.1

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

อาชีพปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียนนักศึกษา	115	41.1
รับราชการ	28	10.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	32	11.4
ธุรกิจส่วนตัว	61	21.8
พนักงานบริษัทเอกชน	44	15.7
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามลำดับแรกเป็นอาชีพนักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 41.1 รองลงมาคืออาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 21.8 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 15.7 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 11.4 อาชีพรับราชการ ร้อยละ 10.0

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
5,001- 10,000 บาท	163	58.2
10,001 - 20,000 บาท	87	31.1
20,001 - 30,000 บาท	23	8.2
30,001 - 40,000 บาท	5	1.8
40,001 - 50,000 บาท	2	0.7
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามลำดับแรกมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 58.2 รองลงมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 31.1 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 8.2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท ร้อยละ 1.8 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท ร้อยละ 0.7

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนาในปัจจุบัน

ภูมิลำเนาในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ภาคเหนือ	178	63.6
ภาคกลาง	75	26.8
ภาคใต้	5	1.8
ภาคตะวันออก	9	3.2
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	11	3.9
ภาคตะวันตก	2	0.7
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามลำดับแรกมีภูมิลำเนาในปัจจุบัน คือ อยู่ในภาคเหนือ ร้อยละ 63.6 รองลงมาคือ ภาคกลาง ร้อยละ 26.8 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 3.9 ภาคตะวันออก ร้อยละ 3.2 ภาคใต้ ร้อยละ 1.8 และภาคตะวันตก ร้อยละ 0.7

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมาเยือนโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่

การมาเยือนโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	136	48.6
ครั้งที่ 2	82	29.3
ครั้งที่ 3	30	10.7
ครั้งที่ 4	9	3.2
มากกว่า 4 ครั้ง	23	8.2
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามลำดับแรกมาเยือนโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ เป็นครั้งแรก ร้อยละ 48.6 รองลงมาคือ ครั้งที่ 2 ร้อยละ 29.3 ครั้งที่ 3 ร้อยละ 10.7 มากกว่า 4 ครั้ง ร้อยละ 8.2 และ ครั้งที่ 4 ร้อยละ 3.2

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านความรู้ความเข้าใจ ปัจจัยส่วน
ประสมการตลาด และพฤติกรรมต่อโครงการเจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่

2.1 ด้านความรู้ความเข้าใจ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการทราบว่าโครงการ เจ
เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง

การทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มี ร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง	จำนวน	ร้อยละ
อาหารสด เช่น ผัก ผลไม้	73	26.1
ของใช้ในชีวิตประจำวัน ดังเช่น สินค้าอุปโภคบริโภค เหมือนซูเปอร์มาร์เก็ต	54	19.3
จำหน่ายสินค้าแฟชั่น เช่น เสื้อผ้า	116	41.4
จำหน่ายเครื่องประดับ	115	41.1
จำหน่ายเครื่องหนัง	73	26.1
จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตล์ ล้านนา	139	49.6
ศูนย์รวมร้านอาหารหลายประเภท	55	19.6
จำหน่ายสินค้าโครงการหลวง 2 โครงการใหญ่	92	32.9
จำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้าน ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตล์ ล้านนา	127	45.4
ศูนย์รวมจำหน่ายสินค้างานฝีมือ จากกลุ่มนักศึกษา แม่บ้าน	72	25.7
ศูนย์รวมจำหน่ายสินค้ามือสองทุกชนิด	48	17.1
มีสถานที่จัดแสดงผลงานศิลปะ การแสดง	56	20.0
จำหน่ายต้นไม้	68	24.3
จำหน่ายอาหารสัตว์ สัตว์เลี้ยง อุปกรณ์เลี้ยงสัตว์	57	20.4
ลานขายสินค้ากลางคืน	72	25.7
จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์	94	33.6

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 280 ราย

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัด เชียงใหม่ มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง ลำดับแรก คือ จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ที่มีเอกลักษณ์ เฉพาะตัว สไตส์ล้านนา ร้อยละ 49.6 รองลงมาคือ จำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้าน ที่มีเอกลักษณ์ เฉพาะตัว สไตส์ล้านนา ร้อยละ 45.4 จำหน่ายสินค้าแฟชั่น เช่น เสื้อผ้า ร้อยละ 41.4 จำหน่าย เครื่องประดับ ร้อยละ 41.1 จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ ร้อยละ 33.6 จำหน่ายสินค้าโครงการหลวง 2 โครงการใหญ่ ร้อยละ 32.9 อาหารสด เช่น ผัก ผลไม้ และจำหน่ายเครื่องหนัง เท่ากัน ร้อยละ 26.1 ศูนย์รวมจำหน่ายสินค้างานฝีมือ จากกลุ่มนักศึกษา แม่บ้าน และลานขายสินค้ากลางคืน เท่ากัน ร้อย ละ 25.7 จำหน่ายต้นไม้ ร้อยละ 24.3 มีสถานที่จัดแสดงงานศิลปะ การแสดงและ ร้อยละ 20.0 ศูนย์ รวมร้านอาหารหลายประเภท ร้อยละ 19.6 ของใช้ในชีวิตประจำวัน ดังเช่น สินค้าอุปโภคบริโภค เหมือนชุปเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 19.3 ศูนย์รวมจำหน่ายสินค้ามือสองทุกชนิด ร้อยละ 17.1

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกมา โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่

เหตุผลที่เลือกมาโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
ราคาสินค้าที่เหมาะสม	86	30.7
สินค้าน่าสนใจหลากหลาย	61	21.8
ใกล้ตัวเมือง	159	56.8
โครงการเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง	52	18.6
สะดวกต่อการจอดรถ	135	48.2
มีร้านอาหารที่มีชื่อเสียงและบรรยากาศดี	66	23.6
การจัดสถานที่อย่างสวยงาม	83	29.6
สินค้าน่าสนใจคุณภาพ	35	12.5
สินค้าน่าสนใจเอกลักษณ์ล้านนา	75	26.8

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 280 ราย

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมี เหตุผลที่เลือกมาโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ลำดับแรก คือ ใกล้ตัวเมือง ร้อยละ 56.8 รองลงมาคือ สะดวกต่อการจอดรถ ร้อยละ 48.2 ราคาสินค้าที่เหมาะสม ร้อยละ 30.7 การจัดสถานที่อย่างสวยงาม ร้อยละ 29.6 สินค้าน่าสนใจเอกลักษณ์ล้านนา ร้อยละ 26.8 มีร้านอาหารที่มีชื่อเสียงและบรรยากาศดี ร้อยละ 23.6 สินค้าน่า

หลากหลาย ร้อยละ 21.8 โครงการเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง ร้อยละ 18.6 สินค้ามีคุณภาพ ร้อยละ 12.5

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่

แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ	58	20.7
ป้ายโฆษณา	106	37.9
เพื่อนญาติ	121	43.2
หนังสือท่องเที่ยวแจกฟรี	97	34.6
แผนที่แจกฟรี	72	25.7
บริษัททัวร์	23	8.2
แผ่นพับโฆษณา	61	21.8
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	64	22.9

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 280 ราย

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ลำดับแรก คือ เพื่อนญาติ ร้อยละ 43.2 ป้ายโฆษณา ร้อยละ 37.9 หนังสือท่องเที่ยวแจกฟรี ร้อยละ 34.6 แผนที่แจกฟรี ร้อยละ 25.7 หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ร้อยละ 22.9 แผ่นพับโฆษณา ร้อยละ 21.8 วิทยุ ร้อยละ 20.7 บริษัททัวร์ ร้อยละ 8.2

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่

สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
ไนท์บาร์ชา	122	43.6
บ้านถวาย	63	22.5
ถนนคนเดิน ถนนวัวลาย	100	35.7
ถนนนิมมานเหมินท์	75	26.8
นอร์ทเทิร์นวิลเลจ	32	11.4
ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ	127	45.4
กาดฝรั่ง	16	5.7
ตลาดสด	64	22.9
ห้างสรรพสินค้า	139	49.6
ร้านขายของฝาก เช่น วนัสนันท์	9	3.2

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 280 ราย

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ลำดับแรก คือ ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 49.6 รองลงมา คือ ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ ร้อยละ 45.4 ไนต์บาร์ชา ร้อยละ 43.6 ถนนคนเดิน ถนนวัวลาย ร้อยละ 35.7 ถนนนิมมานเหมินท์ ร้อยละ 26.8 ตลาดสด ร้อยละ 22.9 บ้านถวาย ร้อยละ 22.5 นอร์ทเทิร์นวิลเลจ ร้อยละ 11.4 กาดฝรั่ง ร้อยละ 5.7 ร้านขายของฝาก เช่น วนัสนันท์ ร้อยละ 3.2

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เหตุผลที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการที่สถานที่อื่นนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่

เหตุผลที่ท่านเลือกไปซื้อสินค้าและบริการที่สถานที่อื่น นอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
ราคาถูกกว่าที่อื่น	89	31.8
ความหลากหลายของสินค้านั้นมีมากกว่าและมีหลายประเภท	105	37.5
สะดวกในการเดินทาง	170	60.7
เป็นที่รู้จักมานาน	88	31.4
สะดวกต่อการจอดรถ	124	44.3
ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว หรือสถานที่สำคัญอื่น ๆ	68	24.3

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 280 ราย

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการสถานที่อื่นนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ลำดับแรก คือ สะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 60.7 รองลงมาคือ สะดวกต่อการจอดรถ ร้อยละ 44.3 ความหลากหลายของสินค้านั้นมีมากกว่าและมีหลายประเภท ร้อยละ 37.5 ราคาถูกกว่าที่อื่น ร้อยละ 31.8 เป็นที่รู้จักมานาน ร้อยละ 31.4 ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว หรือ สถานที่สำคัญอื่น ๆ ร้อยละ 24.3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

2.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลในการเลือกใช้บริการโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
คุณภาพสินค้า	67 (23.9)	157 (56.1)	53 (18.9)	3 (1.1)	0 (0.0)	4.03 (มาก)	1
สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท	46 (16.4)	153 (54.6)	67 (23.9)	14 (5.0)	0 (0.0)	3.83 (มาก)	3
มีเจ้าหน้าที่รู้จักรูจัก	50 (17.9)	129 (46.1)	75 (26.8)	26 (9.3)	0 (0.0)	3.73 (มาก)	4
ความมีเอกลักษณ์ของสินค้า	55 (19.6)	147 (52.5)	58 (20.7)	18 (6.4)	2 (0.7)	3.84 (มาก)	2
มีร้านอาหารมีเพียงพอและมี หลากหลายชนิด	41 (14.6)	131 (46.8)	82 (29.3)	25 (8.9)	1 (0.4)	3.66 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						3.82 (มาก)	

จากตารางที่ 14 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ลำดับแรก คือ คุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมาคือ ความมีเอกลักษณ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.84) สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.83) มีเจ้าหน้าที่รู้จักรูจัก (ค่าเฉลี่ย 3.73) มีร้านอาหารมีเพียงพอและมีหลากหลายชนิด (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาสินค้าเหมาะสม	71 (25.4)	129 (46.1)	73 (26.1)	5 (1.8)	2 (0.7)	3.94 (มาก)	1
มีป้ายราคาที่ชัดเจน	53 (18.9)	137 (48.9)	74 (26.4)	13 (4.6)	3 (1.1)	3.80 (มาก)	3
มีหลายระดับราคาให้เลือก	69 (24.6)	124 (44.3)	70 (25.0)	15 (5.4)	2 (0.7)	3.87 (มาก)	2
สามารถต่อรองราคาได้	46 (16.4)	142 (50.7)	62 (22.1)	28 (10.0)	2 (0.7)	3.72 (มาก)	5
บริการรับบัตรเครดิต	67 (23.9)	107 (38.2)	83 (29.6)	19 (6.8)	4 (1.4)	3.76 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.82 (มาก)	

จากตารางที่ 15 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ลำดับแรก คือ ราคาสินค้าเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.94) รองลงมาคือ มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.87) มีป้ายราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.80) บริการรับบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.76) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สถานที่ตั้งโครงการสะดวกใน การเดินทาง	93 (33.2)	120 (42.9)	58 (20.7)	9 (3.2)	0 (0.0)	4.06 (มาก)	1
ที่จอดรถเพียงพอ	78 (27.9)	121 (43.2)	66 (23.6)	15 (5.4)	0 (0.0)	3.94 (มาก)	2
การจัดสินค้าภายในร้านสวยงาม	76 (27.1)	118 (42.1)	60 (21.4)	26 (9.3)	0 (0.0)	3.87 (มาก)	3
การออกแบบร้านค้าที่มี เอกลักษณ์	68 (24.3)	126 (45.0)	61 (21.8)	22 (7.9)	3 (1.1)	3.84 (มาก)	4
บรรยากาศภายในร้านค้า	61 (21.8)	132 (47.1)	60 (21.4)	26 (9.3)	1 (0.4)	3.81 (มาก)	5
การจัดแบ่งโซนร้านค้าอย่าง เหมาะสม	43 (15.4)	140 (50.0)	73 (26.1)	23 (8.2)	1 (0.4)	3.72 (มาก)	7
การบริการการจัดส่งสินค้า	48 (17.21)	122 (43.6)	88 (31.4)	22 (7.9)	0 (0.0)	3.70 (มาก)	8
เวลาเปิดร้าน	35 (12.5)	139 (49.6)	89 (31.8)	17 (6.1)	0 (0.0)	3.69 (มาก)	9
เวลาปิดร้าน	47 (16.8)	130 (46.4)	86 (30.7)	16 (5.7)	1 (0.4)	3.74 (มาก)	6
มีห้องน้ำสะอาด	60 (21.4)	129 (46.1)	71 (25.4)	18 (6.4)	2 (0.7)	3.81 (มาก)	5
มีที่นั่งพักระหว่างทางเดิน	47 (16.8)	110 (39.3)	113 (40.4)	7 (2.5)	3 (1.1)	3.68 (มาก)	10
มีบริการนำคิมฟรี	43 (15.4)	116 (41.4)	101 (36.1)	17 (6.1)	3 (1.1)	3.64 (มาก)	11
ค่าเฉลี่ยรวม						3.79 (มาก)	

จากตารางที่ 16 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ลำดับแรก คือ สถานที่ตั้งโครงการสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา คือ ที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.94) การจัดสินค้าภายในร้านสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.87) การออกแบบร้านค้าที่มีเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.84) บรรยากาศภายในร้านค้าและมีห้องน้ำสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.81) เวลาเปิดร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.74) การจัดแบ่งโซนร้านค้าอย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.72) การบริการการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.70) เวลาเปิดร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.69) มีที่นั่งพักระหว่างทางเดิน (ค่าเฉลี่ย 3.68) มีบริการน้ำดื่มฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.64)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a decorative tusk. Above the elephant is a traditional Thai lamp (Lampang) with a flame. The elephant and lamp are set against a background of a stylized sunburst or starburst pattern. The text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964" is written in a circular path around the central image. There are also decorative floral motifs on the left and right sides of the inner circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการ
ส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การบริการของพนักงานขาย	72 (25.7)	116 (41.4)	76 (27.1)	14 (5.0)	2 (0.7)	3.86 (มาก)	1
มีการโฆษณา	55 (19.6)	139 (49.6)	61 (21.8)	23 (8.2)	2 (0.7)	3.79 (มาก)	2
มีการส่งเสริมการขาย เช่น การ ลดราคา	55 (19.6)	132 (47.1)	59 (21.1)	30 (10.7)	4 (1.4)	3.73 (มาก)	5
การจัดงานแสดงสินค้าต่าง ๆ	53 (18.9)	128 (45.7)	75 (26.8)	20 (7.1)	4 (1.4)	3.74 (มาก)	4
การประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสาร กิจกรรม	68 (24.3)	119 (42.5)	61 (21.8)	28 (10.0)	4 (1.4)	3.78 (มาก)	3
มีการจัดกิจกรรม เช่น งานแสดง ภาพถ่าย	53 (18.9)	119 (42.5)	80 (28.6)	22 (7.9)	6 (2.1)	3.68 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม						3.76 (มาก)	

จากตารางที่ 17 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้
ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้
ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ลำดับแรก คือ การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.86)
รองลงมา คือ มีการโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.79) การประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 3.78)
การจัดงานแสดงสินค้าต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.74) มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.73)
มีการจัดกิจกรรม เช่น งานแสดงภาพถ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสิ่งที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ต้องเพิ่มเติม

สิ่งที่ โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ต้องเพิ่มเติม	จำนวน	ร้อยละ
ธนาคาร	96	34.3
ซูเปอร์มาร์เก็ต	86	30.7
ร้านอาหารพื้นเมือง	52	18.6
ร้านขายอาหารของฝาก	67	23.9
ร้านกีฟชอป	76	27.1
สถาบันสอนภาษา.สถาบันตวิวิชา	27	9.6
สถานออกกำลังกาย	53	18.9
ร้านขายสินค้าพื้นเมือง	59	21.1
ร้านอาหารญี่ปุ่น	57	20.4
ร้านอาหารไทย	51	18.2
ร้านอาหารจีน	21	7.5
Pub&Restaurant	60	21.4
ร้านขายทอง	23	8.2
ร้านขายดอกไม้	49	17.5
ร้านเสริมสวย	40	14.3
ร้านแว่นตา	18	6.4
ร้านขายขนม เบเกอรี่	92	32.9
ร้านขายยา	36	12.9
ร้านอินเทอร์เน็ต	86	30.7
ร้านขายหนังสือ	68	24.3
สปาและนวดแผนไทย	69	24.6
สนามเด็กเล่น	45	16.1
อื่นๆ	4	1.4

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 280 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ตู้โทรศัพท์สาธารณะ (2 ราย) ตู้เอทีเอ็ม (2 ราย)

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามสิ่งที่ต้องการให้โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ต้องเพิ่มเติม ลำดับแรก คือ ธนาคาร ร้อยละ 34.3 รองลงมาคือ ร้านขายขนม เบเกอรี่ ร้อยละ 32.9 ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านอินเทอร์เน็ต เท่ากัน ร้อยละ 30.7 ร้านกีฟชอป ร้อยละ 27.1 สปาและนวดแผนไทย ร้อยละ 24.6 ร้านขายหนังสือ ร้อยละ 24.3 ร้านขายอาหารของฝาก ร้อยละ 23.9 Pub& Restaurant ร้อยละ 21.4 ร้านขายสินค้าพื้นเมือง ร้อยละ 21.1 ร้านอาหารญี่ปุ่น ร้อยละ 20.4 สถานออกกำลังกาย ร้อยละ 18.9 ร้านอาหารพื้นเมือง ร้อยละ 18.6 ร้านอาหารไทย ร้อยละ 18.2 ร้านขายดอกไม้ ร้อยละ 17.5 สนามเด็กเล่น ร้อยละ 16.1ร้านเสริมสวย ร้อยละ 14.3 ร้านขายยา ร้อยละ 12.9 สถาบันสอนภาษา สถาบันติววิชา ร้อยละ 9.6 ร้านขายทอง ร้อยละ 8.2 ร้านอาหารจีน ร้อยละ 7.5 ร้านแว่นตา ร้อยละ 6.4

2.3 ด้านพฤติกรรม

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งเสริมการขายที่สนใจ

การส่งเสริมการขายที่สนใจ	จำนวน	ร้อยละ
การลดราคาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ	158	56.4
บัตรสมาชิกของโครงการเพื่อเป็นส่วนลดทุกร้านค้า	101	36.1
ของแถม	160	57.1
ของแจก	155	55.4
คูปองเงินสด	47	16.8

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 280 ราย

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจ การส่งเสริมการขายของโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ลำดับแรก คือ ของแถม ร้อยละ 57.1 รองลงมาคือ การลดราคาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ร้อยละ 56.4 ของแจก ร้อยละ 55.4 บัตรสมาชิกของโครงการเพื่อเป็นส่วนลดทุกร้านค้า ร้อยละ 36.1 และ คูปองเงินสด ร้อยละ 16.8

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทการซื้อสินค้าหรือใช้บริการจากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่

ประเภท การซื้อสินค้าหรือใช้บริการจากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
ของที่ระลึก	140	50.0
ของตกแต่งบ้าน	94	33.6
เสื้อผ้า	70	25.0
รับประทานอาหาร	113	40.4
เครื่องประดับ	96	34.3
สินค้าในโครงการหลวง	40	14.3
เฟอร์นิเจอร์	44	15.7

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 280 ราย

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการซื้อสินค้าหรือใช้บริการจากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ แยกตามประเภท ลำดับแรก คือ ของที่ระลึก ร้อยละ 50.0 รองลงมา คือ รับประทานอาหาร ร้อยละ 40.4 เครื่องประดับ ร้อยละ 34.3 ของตกแต่งบ้าน ร้อยละ 33.6 เสื้อผ้า ร้อยละ 25.0 เฟอร์นิเจอร์ ร้อยละ 15.7 สินค้าในโครงการหลวง ร้อยละ 14.3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง ที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่

จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	82	29.3
501-1,500 บาท	110	39.3
1,501-2,500 บาท	29	10.4
2,501-3,500 บาท	32	11.4
3,501-4,500 บาท	17	6.1
4,501-5,500 บาท	4	1.4
5,001 บาทขึ้นไป	6	2.1
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง ที่โครงการเจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ลำดับแรก คือ 501-1,500 บาท ร้อยละ 39.3 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 29.3 2,501-3,500 บาท ร้อยละ 11.4 1 501-2,500 บาท ร้อยละ 10.4 3 501-4,500 บาท ร้อยละ 6.1 5,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 2.1 และ 4,501-5,500 บาท ร้อยละ 1.4

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด

ช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้าที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
9.00-12.00 น.	59	21.1
12.00-15.00 น.	72	25.7
15.00-18.00 น.	43	15.4
18.00-20.00 น.	56	20.0
20.00-22.00 น.	45	16.0
22.00 เป็นต้นไป	5	1.8
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้าที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด ลำดับแรก คือ 12.00-15.00 น. ร้อยละ 25.7 รองลงมาคือ 9.00-12.00 น. ร้อยละ 21.1 18.00-20.00 น. ร้อยละ 20.0 20.00-22.00 น. ร้อยละ 16.0 15.00-18.00 น. ร้อยละ 15.4 และ 22.00 เป็นต้นไป ร้อยละ 1.8

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสมาเชียงใหม่จะมาใช้บริการที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่อีก

โอกาสมาเชียงใหม่จะมาใช้บริการที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่อีก	จำนวน	ร้อยละ
มา	270	96.4
ไม่มา	10	3.6
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีโอกาสมาเชียงใหม่จะมาใช้บริการที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่อีก ร้อยละ 96.4 และจะไม่มาใช้บริการที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 3.6

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหา จากนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาที่พบในการเลือกใช้บริการโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่พบ ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
คุณภาพสินค้าไม่ดี	21 (7.5)	36 (12.9)	152 (54.3)	46 (16.4)	25 (8.9)	2.94 (น้อย)	1
สินค้ามีให้เลือกน้อยประเภท	5 (1.8)	66 (23.6)	109 (38.9)	75 (26.8)	25 (8.9)	2.83 (น้อย)	2
มีสินค้าไม่ครบตามความต้องการ	7 (2.5)	67 (23.9)	113 (40.4)	57 (20.4)	36 (12.9)	2.83 (น้อย)	2
ความล้ำสมัยของสินค้า	6 (2.1)	44 (15.7)	126 (45.0)	67 (23.9)	37 (13.2)	2.70 (น้อย)	3
แบรนด์สินค้าไม่เป็นที่รู้จัก	10 (3.6)	50 (17.9)	115 (41.1)	56 (20.0)	49 (17.5)	2.70 (น้อย)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						2.80 (น้อย)	

จากตารางที่ 24 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.80) ในปัจจัยย่อยพบปัญหามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ลำดับแรก คือ คุณภาพสินค้าไม่ดี (ค่าเฉลี่ย 2.94) รองลงมาคือ สินค้ามีให้เลือกน้อยประเภท และ มีสินค้าไม่ครบตามความต้องการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.83) และ ความล้ำสมัยของสินค้า และแบรนด์สินค้าไม่เป็นที่รู้จัก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.70)

All rights reserved

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาที่พบในการเลือกใช้บริการโครงการ
เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่พบ ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาสินค้าแพง	10 (3.6)	73 (26.1)	105 (37.5)	69 (24.6)	23 (8.2)	2.92 (น้อย)	1
ราคาอาหารแพง	7 (2.5)	76 (27.1)	110 (39.3)	47 (16.8)	40 (14.3)	2.87 (น้อย)	2
ระดับราคามีให้เลือกมีไม่ หลากหลาย	9 (3.2)	66 (23.6)	117 (41.8)	53 (18.9)	35 (12.5)	2.86 (น้อย)	3
ไม่สามารถต่อรองราคาได้	10 (3.6)	78 (27.9)	89 (31.8)	63 (22.5)	40 (14.3)	2.84 (น้อย)	5
ไม่มีบริการบัตรเครดิต	8 (2.9)	80 (28.6)	88 (31.4)	70 (25.0)	34 (12.1)	2.85 (น้อย)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						2.87 (น้อย)	

จากตารางที่ 25 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมมี
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.87) ในปัจจัยย่อยพบปัญหามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ลำดับ
แรก คือ ราคาสินค้าแพง (ค่าเฉลี่ย 2.92) รองลงมาคือ ราคาอาหารแพง (ค่าเฉลี่ย 2.87) ระดับราคามี
ให้เลือกมีไม่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 2.86) ไม่มีบริการบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 2.85) ไม่สามารถ
ต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 2.84)

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาที่พบในการเลือกใช้บริการโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านสถานที่

ปัญหาด้านสถานที่	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่พบ ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สถานที่ตั้งโครงการ	5 (1.8)	29 (10.4)	153 (54.6)	67 (23.9)	26 (9.3)	2.71 (น้อย)	1
บริการที่จอดรถไม่สะดวก	5 (1.8)	37 (13.2)	98 (35.0)	5 (33.9)	45 (16.1)	2.51 (น้อย)	7
การจัดสินค้าภายในร้านไม่ สวยงาม	1 (0.4)	21 (7.5)	135 (48.2)	82 (29.3)	41 (14.6)	2.50 (น้อย)	8
การออกแบบร้านค้าไม่มี เอกลักษณ์	2 (0.7)	28 (10.0)	112 (40.0)	112 (40.0)	26 (9.3)	2.53 (น้อย)	6
บรรยากาศภายในร้านไม่ น่าสนใจ	2 (0.7)	35 (12.5)	121 (43.2)	83 (29.6)	39 (13.9)	2.56 (น้อย)	5
ไม่มีบริการขนส่งสินค้า	7 (2.5)	49 (17.5)	100 (35.7)	93 (33.2)	31 (11.1)	2.67 (น้อย)	2
เวลาเปิดร้านไม่เหมาะสม ไม่ ชัดเจน	6 (2.1)	42 (15.0)	118 (42.1)	76 (27.1)	38 (13.6)	2.65 (น้อย)	3
เวลาปิดร้านไม่เหมาะสม ไม่ ชัดเจน	5 (1.8)	45 (16.1)	96 (34.3)	102 (36.4)	32 (11.4)	2.60 (น้อย)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						2.59 (น้อย)	

จากตารางที่ 26 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.59) ในปัจจัยย่อยพบปัญหามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ลำดับแรก คือ สถานที่ตั้งโครงการ (ค่าเฉลี่ย 2.71) รองลงมา คือ ไม่มีบริการขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.67) เวลาเปิดร้านไม่เหมาะสม ไม่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.65) เวลาปิดร้านไม่เหมาะสม ไม่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.60) บรรยากาศภายในร้านไม่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.56) การออกแบบร้านค้าไม่มีเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 2.53) บริการที่จอดรถไม่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 2.51) การจัดสินค้าภายในร้านไม่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 2.50)

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาที่พบในการเลือกใช้บริการ โครงการ
เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริม
การตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่พบ ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การบริการของพนักงานขายไม่ดี	4 (1.4)	40 (14.3)	128 (45.7)	73 (26.1)	35 (12.5)	2.66 (น้อย)	5
พนักงานขายไม่เพียงพอ	5 (1.8)	44 (15.7)	122 (43.6)	65 (23.2)	44 (15.7)	2.65 (น้อย)	6
การโฆษณาไม่ทั่วถึง	20 (7.1)	46 (16.4)	111 (39.6)	74 (26.4)	29 (10.4)	2.84 (น้อย)	1
การส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ	17 (6.1)	53 (18.9)	103 (36.8)	73 (26.1)	34 (12.1)	2.81 (น้อย)	2
การจัดงานแสดงสินค้า ต่าง ๆ ไม่น่าสนใจ	14 (5.0)	45 (16.1)	112 (40.0)	74 (26.4)	35 (12.5)	2.75 (น้อย)	4
ไม่รับทราบข่าวสารกิจกรรม	22 (7.9)	47 (16.8)	90 (32.1)	89 (31.8)	32 (11.4)	2.78 (น้อย)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						2.75 (น้อย)	

จากตารางที่ 27 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบ
ปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.75) ในปัจจัยย่อยพบปัญหามีค่าเฉลี่ยอยู่ใน
ระดับน้อย ลำดับแรก คือ การโฆษณาไม่ทั่วถึง (ค่าเฉลี่ย 2.84) รองลงมาคือ การส่งเสริมการขายไม่
น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.81) ไม่รับทราบข่าวสารกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 2.78) การจัดงานแสดงสินค้าต่าง ๆ
ไม่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.75) การบริการของพนักงานขายไม่ดี (ค่าเฉลี่ย 2.66) พนักงานขายไม่
เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 2.65)

ส่วนที่ 4 ด้านความรู้ความเข้าใจ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มีร้านจำหน่าย สินค้าอะไรบ้าง	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
	5,001- 10,000 บาท n=163		10,001 - 20,000 บาท n=87		20,001 บาท ขึ้นไป n=30		รวม n=280	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อาหารสด เช่น ผัก ผลไม้	42	25.8	24	27.6	7	23.3	73	26.1
ของใช้ในชีวิตประจำวัน ดังเช่น สินค้าอุปโภคบริโภคเหมือน ซูเปอร์มาร์เก็ต	30	18.4	18	20.7	6	20.0	54	19.3
จำหน่ายสินค้าแฟชั่น เช่น เสื้อผ้า	67	41.1	35	40.2	14	46.7	116	41.4
จำหน่ายเครื่องประดับ	67	41.1	37	42.5	11	36.7	115	41.1
จำหน่ายเครื่องหนัง	37	22.7	25	28.7	11	36.7	73	26.1
จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ที่มี เอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตลล์ล้านนา	78	47.9	47	54.0	14	46.7	139	49.6
ศูนย์รวมร้านอาหารหลายประเภท	31	19.0	21	24.1	3	10.0	55	19.6
จำหน่ายสินค้าโครงการหลวง 2 โครงการใหญ่	48	29.4	32	36.8	12	40.0	92	32.9
จำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้าน ที่มี เอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตลล์ล้านนา	82	50.3	33	37.9	12	40.0	127	45.4
ศูนย์รวมจำหน่ายสินค้างานฝีมือ จากกลุ่มนักศึกษา แม่บ้าน	45	27.6	23	26.4	4	13.3	72	25.7
ศูนย์รวมจำหน่ายสินค้ามือสองทุก ชนิด	33	20.2	12	13.8	3	10.0	48	17.1
มีสถานที่จัดแสดงงานศิลปะ การ แสดง	31	19.0	19	21.8	6	20.0	56	20.0
จำหน่ายต้นไม้	49	30.1	15	17.2	4	13.3	68	24.3
จำหน่ายอาหารสัตว์ สัตว์เลี้ยง อุปกรณ์เลี้ยงสัตว์	37	22.7	14	16.1	6	20.0	57	20.4
ลานขายสินค้ากลางคืน	49	30.1	20	23.0	3	10.0	72	25.7
จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์	60	36.8	23	26.4	11	36.7	94	33.6

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 28 พบว่า การทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง 2 ลำดับแรก คือ จำหน่ายสินค้าของตกแต่งบ้านที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตส์ล้านนา ร้อยละ 50.3 รองลงมาคือ จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตส์ล้านนา ร้อยละ 47.9

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง 2 ลำดับแรก คือ จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตส์ล้านนา ร้อยละ 54.0 รองลงมาคือ จำหน่ายเครื่องประดับ ร้อยละ 42.5

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง 2 ลำดับแรก คือ จำหน่ายสินค้าแฟชั่น เช่น เสื้อผ้า และจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตส์ล้านนา ร้อยละ 46.7 รองลงมาคือ จำหน่ายสินค้าโครงการหลวง 2 โครงการใหญ่ และ จำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้าน ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตส์ล้านนา ร้อยละ 40.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกมา
โครงการเจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เหตุผลที่เลือกมาโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัด เชียงใหม่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
	5,001- 10,000 บาท n=163		10,001 - 20,000 บาท n=87		20,001 บาท ขึ้นไป n=30		รวม n=280	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ราคาสินค้าที่เหมาะสม	51	31.3	26	29.9	9	30.0	86	30.7
สินค้ามีหลากหลาย	40	24.5	18	20.7	3	10.0	61	21.8
ใกล้ตัวเมือง	96	58.9	48	55.2	15	50.0	159	56.8
โครงการเป็นที่รู้จักและมี ชื่อเสียง	29	17.8	21	24.1	2	6.7	52	18.6
สะดวกต่อการจอดรถ	81	49.7	37	42.5	17	56.7	135	48.2
มีร้านอาหารที่มีชื่อเสียงและ บรรยากาศดี	41	25.2	22	25.3	3	10.0	66	23.6
การจัดสถานที่อย่างสวยงาม	56	34.4	21	24.1	6	20.0	83	29.6
สินค้ามีคุณภาพ	20	12.3	11	12.6	4	13.3	35	12.5
สินค้ามีเอกลักษณ์ล้านนา	49	30.1	20	23.0	6	20.0	75	26.8

จากตารางที่ 29 พบว่า เหตุผลที่เลือกมาโครงการเจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่
ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000
บาท เหตุผล 2 ลำดับแรก คือ ใกล้ตัวเมือง ร้อยละ 58.9 , 55.2 รองลงมาคือ สะดวกต่อการจอดรถ
ร้อยละ 49.7 , 42.5

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป เหตุผล 2 ลำดับแรก คือ
สะดวกต่อการจอดรถ ร้อยละ 56.7 รองลงมาคือ ใกล้ตัวเมือง ร้อยละ 50.0

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
	5,001- 10,000 บาท n=163		10,001 - 20,000 บาท n=87		20,001 บาท ขึ้นไป n=30		รวม n=280	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ	40	24.5	14	16.1	4	13.3	58	20.7
ป้ายโฆษณา	69	42.3	30	34.5	7	23.3	106	37.9
เพื่อนญาติ	70	42.9	37	42.5	14	46.7	121	43.2
หนังสือท่องเที่ยวแจกฟรี	42	25.8	42	48.3	13	43.3	97	34.6
แผนที่แจกฟรี	43	26.4	23	26.4	6	20.0	72	25.7
บริษัททัวร์	6	3.7	13	14.9	4	13.3	23	8.2
แผ่นพับโฆษณา	38	23.3	19	21.8	4	13.3	61	21.8
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	36	22.1	23	26.4	5	16.7	64	22.9

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 30 พบว่าแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต 2 ลำดับแรก คือ เพื่อนญาติ ร้อยละ 42.9 รองลงมาคือ ป้ายโฆษณา ร้อยละ 42.3

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรก คือ หนังสือท่องเที่ยวแจกฟรี ร้อยละ 48.3 รองลงมาคือ เพื่อนญาติ ร้อยละ 42.5

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรก คือ เพื่อนญาติ ร้อยละ 46.7 รองลงมาคือ หนังสือท่องเที่ยวแจกฟรี ร้อยละ 43.3

All rights reserved

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
	5,001- 10,000 บาท n=163		10,001 - 20,000 บาท n=87		20,001 บาท ขึ้นไป n=30		รวม n=280	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไนท์บาร์ชา	62	38.0	44	50.6	16	53.3	122	43.6
บ้านถวาย	28	17.2	26	29.9	9	30.0	63	22.5
ถนนคนเดิน ถนนวัวลาย	68	41.7	30	34.5	2	6.7	100	35.7
ถนนนิมมานเหมินท์	39	23.9	30	34.5	6	20.0	75	26.8
นอร์ทริทรีวิลเลจ	20	12.3	9	10.3	3	10.0	32	11.4
ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ	87	53.4	36	41.4	4	13.3	127	45.4
กาศฝรั่ง	6	3.7	7	8.0	3	10.0	16	5.7
ตลาดสด	43	26.4	12	13.8	9	30.0	64	22.9
ห้างสรรพสินค้า	80	49.1	44	50.6	15	50.0	139	49.6
ร้านขายของฝาก เช่น วันสนันท์	3	1.8	3	3.4	3	10.0	9	3.2

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 31 พบว่าสถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรก คือ ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ ร้อยละ 53.4 รองลงมาคือ ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 49.1

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรก คือ ไนท์บาร์ชา และ ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 50.6 รองลงมาคือ ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ ร้อยละ 41.4

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรก คือ ไนท์บาร์ชา ร้อยละ 53.3 รองลงมาคือ ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 50.0

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เหตุผลที่เลือกไปซื้อสินค้าและใช้บริการที่สถานที่อื่นนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เหตุผลที่เลือกไปซื้อสินค้าและใช้บริการที่สถานที่อื่นนอกจากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
	5,001- 10,000 บาท n=163		10,001 - 20,000 บาท n=87		20,001 บาทขึ้นไป n=30		รวม n=280	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ราคาถูกกว่าที่อื่น	44	27.0	33	37.9	12	40.0	89	31.8
ความหลากหลายของสินค้ามีมากกว่าและมีหลายประเภท	73	44.8	29	33.3	3	10.0	105	37.5
สะดวกในการเดินทาง	101	62.0	53	60.9	16	53.3	170	60.7
เป็นที่รู้จักมานาน	56	34.4	27	31.0	5	16.7	88	31.4
สะดวกต่อการจอดรถ	57	35.0	50	57.5	17	56.7	124	44.3
ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว หรือสถานที่สำคัญอื่น ๆ	42	25.8	18	20.7	8	26.7	68	24.3

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 32 พบว่าเหตุผลที่เลือกไปซื้อสินค้าและใช้บริการที่สถานที่อื่นนอกจากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท เหตุผลที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการที่สถานที่อื่นนอกจากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรก คือ สะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 62.0 รองลงมาคือ ความหลากหลายของสินค้ามีมากกว่าและมีหลายประเภท ร้อยละ 44.8

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท เหตุผลที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการที่สถานที่อื่นนอกจากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรก คือ สะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 60.9 รองลงมาคือ สะดวกต่อการจอดรถ ร้อยละ 57.5

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป เหตุผลที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการที่สถานที่อื่นนอกจากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรก คือ สะดวกต่อการจอดรถ ร้อยละ 56.7 รองลงมาคือ สะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 53.3

ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลในการเลือกใช้บริการโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัด
เชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	5,001- 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณภาพสินค้า	4.09 (มาก)	3.98 (มาก)	3.83 (มาก)	4.03 (มาก)
สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท	3.88 (มาก)	3.74 (มาก)	3.80 (มาก)	3.83 (มาก)
มีข้อมูลที่สินค้าเป็นที่รู้จัก	3.77 (มาก)	3.61 (มาก)	3.83 (มาก)	3.73 (มาก)
ความมีเอกลักษณ์ของสินค้า	3.85 (มาก)	3.85 (มาก)	3.73 (มาก)	3.84 (มาก)
มีร้านอาหารมีเพียงพอและมี หลากหลายชนิด	3.66 (มาก)	3.67 (มาก)	3.70 (มาก)	3.66 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.85 (มาก)	3.77 (มาก)	3.78 (มาก)	3.82 (มาก)

จากตารางที่ 33 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อ
เดือน ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.85, 3.77, 3.78)

ในปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ คุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.09)
รองลงมาคือ สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญที่มี
ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ คุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมาคือ ความมี
เอกลักษณ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ คุณภาพสินค้า และมีชื่อเสียงสินค้าเป็นที่รู้จัก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมาคือ สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	5,001- 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาสินค้าเหมาะสม	3.95 (มาก)	3.85 (มาก)	4.10 (มาก)	3.94 (มาก)
มีป้ายราคาที่ชัดเจน	3.80 (มาก)	3.77 (มาก)	3.87 (มาก)	3.80 (มาก)
มีหลายระดับราคาให้เลือก	3.93 (มาก)	3.75 (มาก)	3.87 (มาก)	3.87 (มาก)
สามารถต่อรองราคาได้	3.76 (มาก)	3.62 (มาก)	3.80 (มาก)	3.72 (มาก)
บริการรับบัตรเครดิต	3.76 (มาก)	3.75 (มาก)	3.83 (มาก)	3.76 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.84 (มาก)	3.75 (มาก)	3.89 (มาก)	3.82 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.84, 3.75, 3.89)

ในปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ราคาสินค้าเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.95) รองลงมาคือ มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ราคาสินค้าเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.85) รองลงมาคือ มีป้ายราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ราคาสินค้าเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมาคือ มีป้ายราคาที่ชัดเจนและมีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.87)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านสถานที่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	5,001- 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่ตั้งโครงการสะดวกในการเดินทาง	4.12 (มาก)	3.95 (มาก)	4.07 (มาก)	4.06 (มาก)
ที่จอดรถเพียงพอ	4.00 (มาก)	3.80 (มาก)	3.97 (มาก)	3.94 (มาก)
การจัดสินค้าภายในร้านสวยงาม	3.94 (มาก)	3.77 (มาก)	3.80 (มาก)	3.87 (มาก)
การออกแบบร้านค้าที่มีเอกลักษณ์	3.87 (มาก)	3.74 (มาก)	3.97 (มาก)	3.84 (มาก)
บรรยากาศภายในร้านค้า	3.85 (มาก)	3.72 (มาก)	3.83 (มาก)	3.81 (มาก)
การจัดแบ่งโซนร้านค้าอย่างเหมาะสม	3.75 (มาก)	3.69 (มาก)	3.63 (มาก)	3.72 (มาก)
การบริการการจัดส่งสินค้า	3.73 (มาก)	3.62 (มาก)	3.77 (มาก)	3.70 (มาก)
เวลาเปิดร้าน	3.72 (มาก)	3.61 (มาก)	3.70 (มาก)	3.69 (มาก)
เวลาปิดร้าน	3.82 (มาก)	3.61 (มาก)	3.63 (มาก)	3.74 (มาก)
มีห้องน้ำสะอาด	3.86 (มาก)	3.77 (มาก)	3.67 (มาก)	3.81 (มาก)
มีที่นั่งพักระหว่างทางเดิน	3.71 (มาก)	3.69 (มาก)	3.50 (มาก)	3.68 (มาก)
มีบริการนำคัมพรี	3.63 (มาก)	3.64 (มาก)	3.70 (มาก)	3.64 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.83 (มาก)	3.72 (มาก)	3.77 (มาก)	3.79 (มาก)

จากตารางที่ 35 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.83, 3.72, 3.77)

ในปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ สถานที่ตั้งโครงการสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.12, 3.95) รองลงมาคือ ที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.00, 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ สถานที่ตั้งโครงการสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมาคือ ที่จอดรถเพียงพอ และการออกแบบร้านค้าที่มีเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	5,001-10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การบริการของพนักงานขาย	3.91 (มาก)	3.82 (มาก)	3.77 (มาก)	3.86 (มาก)
มีการโฆษณา	3.83 (มาก)	3.78 (มาก)	3.63 (มาก)	3.79 (มาก)
มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา	3.75 (มาก)	3.69 (มาก)	3.73 (มาก)	3.73 (มาก)
การจัดงานแสดงสินค้าต่าง ๆ	3.79 (มาก)	3.71 (มาก)	3.50 (มาก)	3.74 (มาก)
การประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารกิจกรรม	3.86 (มาก)	3.71 (มาก)	3.57 (มาก)	3.78 (มาก)
มีการจัดกิจกรรม เช่น งานแสดงภาพถ่าย	3.72 (มาก)	3.63 (มาก)	3.60 (มาก)	3.68 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.81 (มาก)	3.72 (มาก)	3.63 (มาก)	3.76 (มาก)

จากตารางที่ 36 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.81, 3.72, 3.63)

ในปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.91) รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมาคือ มีการโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.77) รองลงมาคือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ส่วนที่ 6 ด้านพฤติกรรมจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งเสริมการขายที่สนใจ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การส่งเสริมการขายที่สนใจ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
	5,001- 10,000 บาท n=163		10,001 - 20,000 บาท n=87		20,001 บาท ขึ้นไป n=30		รวม n280	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การลดราคาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ	91	55.8	56	64.4	11	36.7	158	56.4
บัตรสมาชิกของโครงการเพื่อเป็นส่วนลดทุกร้านค้า	58	35.6	30	34.5	13	43.3	101	36.1
ของแถม	90	55.2	53	60.9	17	56.7	160	57.1
ของแจก	92	56.4	43	49.4	20	66.7	155	55.4
คูปองเงินสด	28	17.2	11	12.6	8	26.7	47	16.8

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 37 พบว่าการส่งเสริมการขายที่สนใจ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท การส่งเสริมการขายที่สนใจ ลำดับแรก คือ ของแจก ร้อยละ 56.4 รองลงมาคือ การลดราคาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ร้อยละ 55.8

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท การส่งเสริมการขายที่สนใจ 2 ลำดับแรก คือ การลดราคาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ร้อยละ 64.4 รองลงมาคือ ของแถม ร้อยละ 60.9

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป การส่งเสริมการขายที่สนใจ 2 ลำดับแรก คือ ของแจก ร้อยละ 66.7 รองลงมาคือ ของแถม ร้อยละ 56.7

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ประเภทการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ จากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
	5,001-10,000 บาท n=163		10,001 - 20,000 บาท n=87		20,001 บาทขึ้นไป n=30		รวม n=280	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ของที่ระลึก	81	49.7	44	50.6	15	50.0	140	50.0
ของตกแต่งบ้าน	50	30.7	29	33.3	15	50.0	94	33.6
เสื้อผ้า	39	23.9	20	23.0	11	36.7	70	25.0
รับประทานอาหาร	66	40.5	39	44.8	8	26.7	113	40.4
เครื่องประดับ	56	34.4	31	35.6	9	30.0	96	34.3
สินค้าในโครงการหลวง	18	11.0	15	17.2	7	23.3	40	14.3
เฟอร์นิเจอร์	28	17.2	12	13.8	4	13.3	44	15.7

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 38 พบว่าประเภทการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ประเภทการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ 2 ลำดับแรก คือ ของที่ระลึก ร้อยละ 49.7 , 50.6 รองลงมาคือ รับประทานอาหาร ร้อยละ 40.5, 44.8

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ประเภทการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ 2 ลำดับแรก คือ ของที่ระลึกและของตกแต่งบ้าน ร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ เสื้อผ้า ร้อยละ 36.7

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง ที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
	5,001- 10,000 บาท n=163		10,001 - 20,000 บาท n=87		20,001 บาทขึ้นไป n=30		รวม n=280	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	66	40.5	13	14.9	3	10.0	82	29.3
501-1,000 บาท	66	40.5	39	44.8	5	16.7	110	39.3
1,501-2,500 บาท	13	8.0	10	11.5	6	20.0	29	10.4
2,501-3,500 บาท	13	8.0	17	19.5	2	6.7	32	11.4
3,501-4,500 บาท	3	1.8	4	4.6	10	33.3	17	6.1
4,501-5,500 บาท	0	0.0	4	4.6	0	0.0	4	1.4
5,001 บาทขึ้นไป	2	1.2	0	0.0	4	13.3	6	2.1
รวม	163	100.0	87	100.0	30	100.0	280	100.0

จากตารางที่ 39 พบว่าจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง 2 ลำดับแรก คือ ต่ำกว่า 500 บาท 501-1,000 บาท ร้อยละ 40.5 รองลงมาคือ 1,501-2,500 บาท และ 2,501-3,500 บาท ร้อยละ 8.0

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง 2 ลำดับแรก คือ 501-1,000 บาท ร้อยละ 44.8 รองลงมาคือ 2,501-3,500 บาท ร้อยละ 19.5

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง 2 ลำดับแรก คือ 3,501-4,500 บาท ร้อยละ 33.3 รองลงมาคือ 1,501-2,500 บาท ร้อยละ 20.0

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้า ที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัด เชียงใหม่ มากที่สุด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
	5,001- 10,000 บาท n=163		10,001 - 20,000 บาท n=87		20,001 บาท ขึ้นไป n=30		รวม n=280	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
9.00-12.00 น	43	26.4	12	13.8	4	13.3	59	21.1
12.00-15.00 น	40	24.5	25	28.7	7	23.3	72	25.7
15.00-18.00 น.	21	12.9	17	19.5	5	16.7	43	15.4
18.00-20.00 น.	31	19.0	17	19.5	8	26.7	56	20.0
20.00-22.00 น.	25	15.3	14	16.1	6	20.0	45	16.1
22.00 เป็นต้นไป	3	1.8	2	2.3	0	0.0	5	1.8
รวม	163	100.0	87	100.0	30	100.0	280	100.0

จากตารางที่ 40 พบว่าช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้า มากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้า มากที่สุด 2 ลำดับแรก คือ 9.00-12.00 น. ร้อยละ 26.4 รองลงมาคือ 12.00-15.00 น. ร้อยละ 24.5

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้ามากที่สุด 2 ลำดับแรก คือ 12.00-15.00. ร้อยละ 28.7 รองลงมาคือ 15.00-18.00 และ 18.00-20.00 น. ร้อยละ 19.5

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้ามากที่สุด 2 ลำดับแรก คือ 18.00-20.00. ร้อยละ 26.7 รองลงมาคือ 12.00-15.00 ร้อยละ 23.3

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสมาเชียงใหม่จะมาใช้บริการ ที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่อีก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

โอกาสมาเชียงใหม่จะมาใช้บริการที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ตอีก	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
	5,001- 10,000 บาท		10,001 - 20,000 บาท		20,001 บาท ขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มา	157	96.3	85	97.7	28	93.3	270	96.4
ไม่มา	6	3.7	2	2.3	2	6.7	10	3.6
รวม	163	100.0	87	100.0	30	100.0	280	100.0

จากตารางที่ 41 พบว่าโอกาสมาเชียงใหม่จะมาใช้บริการที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่อีก ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จะมาใช้บริการที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่อีก ร้อยละ 96.3, 97.7 และ 93.3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved