



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## ภาคผนวก ก แบบสอบถาม

เรื่อง ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวไทยต่อโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่

Thai Tourist's Attitudes Towards the JJ Market Project, Chiang Mai Province

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นการหาข้อมูลเพื่อการวิจัย สำหรับการค้นคว้าแบบอิสระเพื่อสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของนางสาววิภารัตน์ ไชยกอบกิจกุล นักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

แบบสอบถามนี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคตินักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านความรู้ความเข้าใจ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด และพฤติกรรมต่อโครงการเจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหา ข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ( ) หน้าข้อความเกี่ยวกับตัวท่านตามความเป็นจริง

1. เพศ

( ) 1. ชาย

( ) 2. หญิง

2. สถานภาพสมรส

( ) 1. โสด

( ) 2. สมรส

( ) 3. แยกกันอยู่

( ) 4. หย่าร้างและหม้าย

3. อายุ

( ) 1. ต่ำกว่า 20 ปี

( ) 2. ระหว่าง 20-30 ปี

( ) 3. ระหว่าง 31-40 ปี

( ) 4. ระหว่าง 41-50 ปี

( ) 5. มากกว่า 50 ปี

## 4. ระดับการศึกษา

- ( ) 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษา ( ) 2. มัธยมศึกษา หรือ ปวช. ( ) 3. อนุปริญญาหรือปวส.  
 ( ) 4. ปริญญาตรี ( ) 5. สูงกว่าปริญญาตรี

## 5. อาชีพปัจจุบัน

- ( ) 1. นักเรียน นักศึกษา ( ) 2. รับราชการ ( ) 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
 ( ) 4. ธุรกิจส่วนตัว ( ) 5. พนักงานบริษัทเอกชน  
 ( ) 6. แพทย์ พยาบาล ( ) 7. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

## 6. รายได้เฉลี่ยของท่านต่อเดือนโดยประมาณ

- ( ) 1. 5,001- 10,000 บาท ( ) 2. 10,001 – 20,000 บาท ( ) 3. 20,001 - 30,000 บาท  
 ( ) 4. 30,001 - 40,000 บาท ( ) 5. 40,001 – 50,000 บาท ( ) 6. 50,001 บาทขึ้นไป

## 7. ภูมิภาคที่ท่านอยู่ในปัจจุบัน

- ( ) 1. ภาคเหนือ ( ) 2. ภาคกลาง ( ) 3. ภาคใต้  
 ( ) 4. ภาคตะวันออก ( ) 5. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ( ) 6. ภาคตะวันตก

## 8. ท่านมาเยือนโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต เป็นครั้งที่เท่าไร

- ( ) 1. ครั้งแรก ( ) 2. ครั้งที่ 2 ( ) 3. ครั้งที่ 3  
 ( ) 4. ครั้งที่ 4 ( ) 5. มากกว่า 4 ครั้ง

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านความรู้ความเข้าใจ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด และพฤติกรรมต่อโครงการเจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่จัดไว้ให้ตามความรู้ความเข้าใจที่มีต่อโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต ด้านความรู้ความเข้าใจ

1. ท่านทราบหรือไม่ว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. อาหารสด เช่น ผัก ผลไม้  
 ( ) 2. ของใช้ในชีวิตประจำวัน ดังเช่น สินค้าอุปโภคบริโภคเหมือนซูเปอร์มาร์เก็ต  
 ( ) 3. จำหน่ายสินค้าแฟชั่น เช่น เสื้อผ้า  
 ( ) 4. จำหน่ายเครื่องประดับ  
 ( ) 5. จำหน่ายเครื่องหนัง

- ( ) 6. จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตส์ล้านนา
- ( ) 7. ศูนย์รวมร้านอาหารหลายประเภท
- ( ) 8. จำหน่ายสินค้าโครงการหลวง 2 โครงการใหญ่  
โครงการพัฒนาคอกอง  
โครงการร้านบ้านธรรมชาติ
- ( ) 9. จำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้าน ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตส์ล้านนา
- ( ) 10. ศูนย์รวมจำหน่ายสินค้างานฝีมือ จากกลุ่มนักศึกษา แม่บ้าน
- ( ) 11. ศูนย์รวมจำหน่ายสินค้ามือสองทุกชนิด
- ( ) 12. มีสถานที่จัดแสดงงานศิลปะ การแสดง
- ( ) 13. จำหน่ายต้นไม้
- ( ) 14. จำหน่ายอาหารสัตว์ สัตว์เลี้ยง อุปกรณ์เลี้ยงสัตว์
- ( ) 15. ลานขายสินค้ากลางแจ้ง
- ( ) 16. จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์
- ( ) 17. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
2. เหตุผลที่ท่านเลือกมาโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ เพราะเหตุใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) 1. ราคาสินค้าที่เหมาะสม ( ) 2. สินค้ามีหลากหลาย
- ( ) 3. ใกล้ตัวเมือง ( ) 4. โครงการเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง
- ( ) 5. สะดวกต่อการจอดรถ ( ) 6. มีร้านอาหารที่มีชื่อเสียงและบรรยากาศดี
- ( ) 7. การจัดสถานที่อย่างสวยงาม ( ) 8. สินค้ามีคุณภาพ
- ( ) 9. สินค้ามีเอกลักษณ์ล้านนา
- ( ) 10. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
3. ท่านรู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จากแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) 1. วิทยุ ( ) 2. ป้ายโฆษณา ( ) 3. เพื่อนญาติ
- ( ) 4. หนังสือท่องเที่ยวแจกฟรี ( ) 5. แผนที่แจกฟรี ( ) 6. บริษัททัวร์
- ( ) 7. แผ่นพับโฆษณา ( ) 8. หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น
- ( ) 9. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4. สถานที่ที่ท่านเลือกไปซื้อสินค้าและบริการนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ คือที่ไหน(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. ไนท์บาร์ชา ( ) 2. บ้านฉวาง ( ) 3. ถนนคนเดิน ถนนวัวลาย  
 ( ) 4. ถนนนิมมานเหมินทร์ ( ) 5. นอร์ทเทิร์นวิลเลจ ( ) 6. ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ  
 ( ) 7. กาดฝรั่ง ( ) 8. ตลาดสด ( ) 9. ห้างสรรพสินค้า  
 ( ) 10. ร้านขายของฝาก เช่น วนส์นันท์  
 ( ) 11. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. เหตุผลที่ท่านเลือกสถานที่อื่นนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ เพราะอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. ราคาถูกกว่าที่อื่น ( ) 2. ความหลากหลายของสินค้ามีมากกว่าและมีหลายประเภท  
 ( ) 3. สะดวกในการเดินทาง ( ) 4. เป็นที่รู้จักมานาน  
 ( ) 5. สะดวกต่อการจอดรถ ( ) 6. ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว หรือสถานที่สำคัญอื่น ๆ  
 ( ) 7. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลในการเลือกใช้บริการโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่

6. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยใดมีผลในการเลือกใช้บริการของโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ของท่าน

ปัจจัย	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
-คุณภาพสินค้า					
-สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท					
-มียี่ห้อสินค้าเป็นที่รู้จัก					
-ความมีเอกลักษณ์ของสินค้า					
-มีร้านอาหารมีเพียงพอและมีหลากหลายชนิด					
-อื่น ๆ ระบุ.....					
<b>ด้านราคา</b>					
-ราคาสินค้าเหมาะสม					
-มีป้ายราคาที่ชัดเจน					

ปัจจัย	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล
-มีหลายระดับราคาให้เลือก					
-สามารถต่อรองราคาได้					
-บริการรับบัตรเครดิต					
-อื่น ๆ ระบุ....					
<b>ด้านการจัดจำหน่าย</b>					
-สถานที่ตั้งโครงการสะดวกในการเดินทาง					
-ที่จอดรถเพียงพอ					
-การจัดสินค้าภายในร้านสวยงาม					
-การออกแบบร้านค้าที่มีเอกลักษณ์					
-บรรยากาศภายในร้านค้า					
-การจัดแบ่งโซนร้านค้าอย่างเหมาะสม					
-การบริการการจัดส่งสินค้า					
-เวลาเปิดร้าน					
-เวลาปิดร้าน					
-มีห้องน้ำสะอาด					
-มีที่นั่งพักระหว่างทางเดิน					
-มีบริการน้ำดื่มฟรี					
-อื่น ๆ ระบุ.....					
<b>ด้านส่งเสริมการตลาด</b>					
-การบริการของพนักงานขาย					
-มีการโฆษณา					
-มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา					
-การจัดงานแสดงสินค้าต่าง ๆ					
-การประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารกิจกรรม					
-มีการจัดกิจกรรม เช่น งานแสดงภาพถ่าย					
-อื่น ๆ ระบุ....					

7. ท่านคิดว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ต้องเพิ่มเติมในส่วนใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |                              |                                    |
|------------------------------|------------------------------------|
| ( ) 1. ธนาคาร                | ( ) 2. ซูเปอร์มาร์เก็ต             |
| ( ) 3. ร้านอาหารพื้นเมือง    | ( ) 4. ร้านขายอาหารของฝาก          |
| ( ) 5. ร้านกีฬาชอป           | ( ) 6. สถาบันสอนภาษา.สถาบันติววิชา |
| ( ) 7. สถานออกกำลังกาย       | ( ) 8. ร้านขายสินค้าพื้นเมือง      |
| ( ) 9. ร้านอาหารญี่ปุ่น      | ( ) 10. ร้านอาหารไทย               |
| ( ) 11. ร้านอาหารจีน         | ( ) 12. Pub&Restaurant             |
| ( ) 13. ร้านขายทอง           | ( ) 14. ร้านขายดอกไม้              |
| ( ) 15. ร้านเสริมสวย         | ( ) 16. ร้านแว่นตา                 |
| ( ) 17. ร้านขายขนม เบเกอรี่  | ( ) 18. ร้านขายยา                  |
| ( ) 19. ร้านอินเทอร์เน็ต     | ( ) 20. ร้านขายหนังสือ             |
| ( ) 21. สปาและนวดแผนไทย      | ( ) 22. สนามเด็กเล่น               |
| ( ) 23. อื่น ๆ โปรดระบุ..... |                                    |

#### ด้านพฤติกรรม

8. การส่งเสริมการขายที่ท่านสนใจ( ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |  |                       |
|--|-----------------------|
| ( ) 1. การลดราคาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ                   | ( ) 3. ของแถม         |
| ( ) 2. บัตรสมาชิกของโครงการเพื่อเป็นส่วนลดทุกร้านค้า | ( ) 4. ของแจก         |
| ( ) 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....                          | ( ) 5. คุ้มครองเงินสด |

9. ท่านซื้อสินค้าหรือใช้บริการอะไร จากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |                       |                             |                          |
|-----------------------|-----------------------------|--------------------------|
| ( ) 1. ของที่ระลึก    | ( ) 2. ของตกแต่งบ้าน        | ( ) 3. เสื้อผ้า          |
| ( ) 4. รับประทานอาหาร | ( ) 5. เครื่องประดับ        | ( ) 6. สินค้าโครงการหลวง |
| ( ) 7. เฟอร์นิเจอร์   | ( ) 8. อื่น ๆ โปรดระบุ..... |                          |

10. ท่านซื้อสินค้าหรือใช้บริการเป็นจำนวนเงินเท่าไรต่อการซื้อ 1 ครั้ง
- ( ) 1. ต่ำกว่า 500 บาท                      ( ) 2. 501-1,500 บาท                      ( ) 3. 1,501-2,500 บาท
- ( ) 4. 2,501-3,500 บาท                      ( ) 5. 3,501-4,500 บาท                      ( ) 6. 4,501-5,500 บาท
- ( ) 7. 5,001 ขึ้นไป
11. ท่านสะดวกมาเลือกซื้อสินค้าที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ช่วงเวลาใดมากที่สุด
- ( ) 1. 9.00-12.00 น.                      ( ) 2. 12.00-15.00 น.                      ( ) 3. 15.00-18.00 น.
- ( ) 4. 18.00-20.00 น.                      ( ) 5. 20.00-22.00 น.                      ( ) 6. 22.00 เป็นต้นไป
12. ถ้าท่านได้มีโอกาสมาเชียงใหม่ท่านจะมาใช้บริการที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ อีกหรือไม่
- ( ) 1. มา    ( ) 2. ไม่มา

**ส่วนที่ 3** ข้อมูลปัญหา ข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหา	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบปัญหา
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
-คุณภาพสินค้าไม่ดี					
-สินค้ามีให้เลือกน้อยประเภท					
-มีสินค้าไม่ครบตามความต้องการ					
-ความล้ำสมัยของสินค้า					
-แบรนด์สินค้าไม่เป็นที่รู้จัก					
-อื่น ๆ ระบุ.....					
<b>ด้านราคา</b>					
-ราคาสินค้าแพง					
-ราคาอาหารแพง					
-ระดับราคามีให้เลือกมีไม่หลากหลาย					
-ไม่สามารถต่อรองราคาได้					
-ไม่มีบริการรับบัตรเครดิต					
-อื่น ๆ ระบุ.....					



ปัญหา	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบปัญหา
<b>ด้านการจัดจำหน่าย</b>					
-สถานที่ตั้งโครงการ					
-บริการที่จอดรถไม่สะดวก					
-การจัดสินค้าภายในร้านไม่สวยงาม					
-การออกแบบร้านค้าไม่มีเอกลักษณ์					
-บรรยากาศภายในร้านไม่น่าสนใจ					
-ไม่มีบริการขนส่งสินค้า					
-เวลาเปิดร้านไม่เหมาะสม ไม่ชัดเจน					
เวลาปิดร้านไม่เหมาะสม ไม่ชัดเจน					
อื่นๆ ระบุ.....					
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
-การบริการของพนักงานขายไม่ดี					
-พนักงานขายไม่เพียงพอ					
-การโฆษณาไม่ทั่วถึง					
-การส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ					
-การจัดงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ไม่น่าสนใจ					
-ไม่รับทราบข่าวสารกิจกรรม					
อื่น ๆ ระบุ....					

ปัญหาและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

Copyright © by Chiang Mai University  
 All rights reserved

## ภาคผนวก ข

การศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัด  
เชียงใหม่ มีข้อมูลที่พบจากการแจกแบบสอบถาม ซึ่งมีรายละเอียดสำหรับการศึกษาต่อไป ดังนี้  
ด้านความรู้ความเข้าใจ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ

## 1. ด้านความรู้ความเข้าใจ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการทราบว่า โครงการ เจ เจ  
มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง จำแนกตามเพศ

การทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มีร้านจำหน่าย สินค้าอะไรบ้าง	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน n=132	ร้อยละ	จำนวน n=148	ร้อยละ	จำนวน n=280	ร้อยละ
อาหารสด เช่น ผัก ผลไม้	31	23.5	42	28.4	73	26.1
ของใช้ในชีวิตประจำวัน ดังเช่น สินค้าอุปโภคบริโภคเหมือน ซูเปอร์มาร์เก็ต	24	18.2	30	20.3	54	19.3
จำหน่ายสินค้าแฟชั่น เช่น เสื้อผ้า	53	40.2	63	42.6	116	41.4
จำหน่ายเครื่องประดับ	48	36.4	67	45.3	115	41.1
จำหน่ายเครื่องหนัง	38	28.8	35	23.6	73	26.1
จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ที่มีเอกลักษณ์ เฉพาะตัว สไตส์ล้านนา	68	51.5	71	48.0	139	49.6
ศูนย์รวมร้านอาหารหลายประเภท	28	21.2	27	18.2	55	19.6
จำหน่ายสินค้าโครงการหลวง 2 โครงการใหญ่	42	31.8	50	33.8	92	32.9
จำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้าน ที่มี เอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตส์ล้านนา	56	42.4	71	48.0	127	45.4

ตารางที่ 1 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง จำแนกตามเพศ

การทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มีร้านจำหน่าย สินค้าอะไรบ้าง	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน n=132	ร้อยละ	จำนวน n=148	ร้อยละ	จำนวน n=280	ร้อยละ
ศูนย์รวมจำหน่ายสินค้างานฝีมือ จาก กลุ่มนักศึกษา แม่บ้าน	30	22.7	42	28.4	72	25.7
ศูนย์รวมจำหน่ายสินค้ามือสอง ทุกชนิด	25	18.9	23	15.5	48	17.1
มีสถานที่จัดแสดงผลงานศิลปะ การแสดง	28	21.2	28	18.9	56	20.0
จำหน่ายต้นไม้	24	18.2	44	29.7	68	24.3
จำหน่ายอาหารสัตว์ สัตว์เลี้ยง อุปกรณ์เลี้ยงสัตว์	23	17.4	34	23.0	57	20.4
ลานขายสินค้ากลางแจ้ง	36	27.3	36	24.3	72	25.7
จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์	47	35.6	47	31.8	94	33.6

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 1 พบว่า การทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง 2 ลำดับแรกคือ จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตส์ล้านนา ร้อยละ 51.5 รองลงมาคือ จำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้าน ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตส์ล้านนา ร้อยละ 42.4

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง 2 ลำดับแรกคือ จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตส์ล้านนา และ จำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้าน ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตส์ล้านนา ร้อยละ 48.0 รองลงมาคือ จำหน่ายเครื่องประดับ ร้อยละ 45.3

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกมาโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

เหตุผลที่เลือกมาโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน n=132	ร้อยละ	จำนวน n=148	ร้อยละ	จำนวน n=280	ร้อยละ
ราคาสินค้าที่เหมาะสม	40	30.3	46	31.1	86	30.7
สินค้ามีหลากหลาย	27	20.5	34	23.0	61	21.8
ใกล้ตัวเมือง	81	61.4	78	52.7	159	56.8
โครงการเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง	27	20.5	25	16.9	52	18.6
สะดวกต่อการจอดรถ	68	51.5	67	45.3	135	48.2
มีร้านอาหารที่มีชื่อเสียงและบรรยากาศดี	33	25.0	33	22.3	66	23.6
การจัดสถานที่อย่างสวยงาม	35	26.5	48	32.4	83	29.6
สินค้ามีคุณภาพ	18	13.6	17	11.5	35	12.5
สินค้ามีเอกลักษณ์ด้านนา	27	20.5	48	32.4	75	26.8

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 2 พบว่า เหตุผลที่เลือกมาโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง เหตุผลที่เลือกมาโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ ใกล้ตัวเมือง ร้อยละ 61.4, 52.7 รองลงมาคือ สะดวกต่อการจอดรถ ร้อยละ 51.5, 45.3

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน n=132	ร้อยละ	จำนวน n=148	ร้อยละ	จำนวน n=280	ร้อยละ
วิทยุ	33	25.0	25	16.9	58	20.7
ป้ายโฆษณา	41	31.1	65	43.9	106	37.9
เพื่อนญาติ	55	41.7	66	44.6	121	43.2
หนังสือท่องเที่ยวแจกฟรี	48	36.4	49	33.1	97	34.6
แผนที่แจกฟรี	32	24.2	40	27.0	72	25.7
บริษัททัวร์	11	8.3	12	8.1	23	8.2
แผ่นพับโฆษณา	23	17.4	38	25.7	61	21.8
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	31	23.5	33	22.3	64	22.9

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 3 พบว่า แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย แหล่งข้อมูลที่รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ เพื่อนญาติ ร้อยละ 41.7 รองลงมาคือ หนังสือท่องเที่ยวแจกฟรี ร้อยละ 36.4

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง แหล่งข้อมูลที่รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ เพื่อนญาติ ร้อยละ 44.6 รองลงมาคือ ป้ายโฆษณา ร้อยละ 43.9

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและ บริการนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัด เชียงใหม่	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน n=132	ร้อยละ	จำนวน n=148	ร้อยละ	จำนวน n=280	ร้อยละ
ไนท์บาร์ชา	63	47.7	59	39.9	122	43.6
บ้านฉาง	33	25.0	30	20.3	63	22.5
ถนนคนเดิน ถนนวัวลาย	43	32.6	57	38.5	100	35.7
ถนนนิมมานเหมินท์	34	25.8	41	27.7	75	26.8
นอร์ทริทวิลเลจ	15	11.4	17	11.5	32	11.4
ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ	51	38.6	76	51.4	127	45.4
กาตฝรั่ง	3	2.3	13	8.8	16	5.7
ตลาดสด	25	18.9	39	26.4	64	22.9
ห้างสรรพสินค้า	60	45.5	79	53.4	139	49.6
ร้านขายของฝาก เช่น วนัสนันท์	3	2.3	6	4.1	9	3.2

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4 พบว่าสถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายสถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการ 2 ลำดับแรกคือ ไนต์บาร์ชา ร้อยละ 47.7 รองลงมาคือ ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 45.5 ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการมากที่สุดคือ ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 53.4 รองลงมาคือ ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ ร้อยละ 51.4

All rights reserved

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เหตุผลที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการที่สถานที่อื่นนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

เหตุผลที่ท่านเลือกไปซื้อสินค้าและบริการที่สถานที่อื่นนอกจากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน n=132	ร้อยละ	จำนวน n=148	ร้อยละ	จำนวน n=280	ร้อยละ
ราคาถูกกว่าคู่แข่ง	44	33.3	45	30.4	89	31.8
ความหลากหลายของสินค้ามีมากกว่าและมีหลายประเภท	42	31.8	63	42.6	105	37.5
สะดวกในการเดินทาง	82	62.1	88	59.5	170	60.7
เป็นที่รู้จักมานาน	36	27.3	52	35.1	88	31.4
สะดวกต่อการจอดรถ	61	46.2	63	42.6	124	44.3
ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว หรือสถานที่สำคัญอื่น ๆ	31	23.5	37	25.0	68	24.3

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 5 พบว่าเหตุผลที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการที่สถานที่อื่นนอกจากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเหตุผลที่เลือกสถานที่อื่นนอกจากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ สะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 62.1 รองลงมาคือ สะดวกต่อการจอดรถ ร้อยละ 46.2

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เหตุผลที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการที่สถานที่อื่นนอกจากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ สะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 59.5 รองลงมาคือ ความหลากหลายของสินค้ามีมากกว่าและมีหลายประเภท และ สะดวกต่อการจอดรถ ร้อยละ 42.6

All rights reserved

## 2. ด้านความรู้ความเข้าใจ จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง จำแนกตามอายุ

การทราบว่า โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัด เชียงใหม่ มีร้าน จำหน่ายสินค้า อะไรบ้าง	อายุ											
	ต่ำกว่า 20 ปี n=44		20-30 ปี n=138		31-40 ปี n=51		41-50 ปี n=33		มากกว่า 50 ปี n=14		รวม n=280	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อาหารสด เช่น ผัก ผลไม้	18	40.9	31	22.5	7	13.7	15	45.5	2	14.3	73	26.1
ของใช้ในชีวิตประจำวัน คังเช่น สินค้าอุปโภคบริโภค เหมือนซูเปอร์ มาร์เก็ต	9	20.5	28	20.3	5	9.8	10	30.3	2	14.3	54	19.3
จำหน่ายสินค้าแฟชั่น เช่น เสื้อผ้า	14	31.8	61	44.2	13	25.5	17	51.5	11	78.6	116	41.4
จำหน่ายเครื่องประดับ	11	25.0	65	47.1	21	41.2	11	33.3	7	50.0	115	41.1
จำหน่ายเครื่องหนัง	21	47.7	26	18.8	11	21.6	6	18.2	9	64.3	73	26.1
จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ที่มีเอกลักษณ์ เฉพาะตัว สไตส์ ล้านนา	18	40.9	70	50.7	24	47.1	20	60.6	7	50.0	139	49.6
ศูนย์รวมร้านอาหาร หลายประเภท	11	25.0	31	22.5	5	9.8	5	15.2	3	21.4	55	19.6



ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง จำแนกตามอายุ

การทราบว่า โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัด เชียงใหม่ มีร้าน จำหน่ายสินค้า อะไรบ้าง	อายุ											
	ต่ำกว่า 20 ปี n=44		20-30 ปี n=138		31-40 ปี n=51		41-50 ปี n=33		มากกว่า 50 ปี n=14		รวม n=280	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำหน่ายสินค้า โครงการหลวง 2 โครงการใหญ่	9	20.5	43	31.2	24	47.1	14	42.4	2	14.3	92	32.9
จำหน่ายสินค้าตกแต่ง บ้าน ที่มีเอกลักษณ์ เฉพาะตัว สไตลล์ ล้านนา	20	45.5	70	50.7	20	39.2	14	42.4	3	21.4	127	45.4
ศูนย์รวมจำหน่าย สินค้างานฝีมือ จาก กลุ่มนักศึกษา แม่บ้าน	14	31.8	42	30.4	9	17.6	7	21.2	-	-	72	25.7
ศูนย์รวมจำหน่าย สินค้ามือสองทุกชนิด	17	38.6	22	15.9	3	5.9	6	18.2	-	-	127	45.2
มีสถานที่จัดแสดงงาน ศิลปะ การแสดง	10	22.7	35	25.4	7	13.7	3	9.1	1	7.1	56	20.0
จำหน่ายต้นไม้	11	25.0	43	31.2	5	9.8	7	21.2	2	14.3	68	24.3
จำหน่ายอาหารสัตว์ สัตว์เลี้ยง อุปกรณ์ เลี้ยงสัตว์	14	31.8	28	20.3	3	5.9	8	24.2	4	28.6	57	20.4
ลานขายสินค้ากลางคืน	13	29.5	44	31.9	8	15.7	6	18.2	1	7.1	72	25.7
จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์	16	36.4	43	31.2	22	43.1	9	27.3	4	28.6	94	33.6

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 6 พบว่า การทราบข่าวโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี ทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มีร้านจำหน่ายสินค้า 2 ลำดับแรกคือ จำหน่ายเครื่องหนัง ร้อยละ 47.7 รองลงมาคือ จำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้าน ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตส์ล้านนา ร้อยละ 45.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี ทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง 2 ลำดับแรกคือ จำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้าน และจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตส์ล้านนา เท่ากัน ร้อยละ 50.7 รองลงมาคือ จำหน่ายเครื่องประดับ ร้อยละ 47.1

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง 2 ลำดับแรกคือ จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตส์ล้านนา และ จำหน่ายสินค้าโครงการหลวง 2 โครงการใหญ่ เท่ากัน ร้อยละ 47.1 รองลงมาคือ จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ ร้อยละ 43.1

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี ทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง 2 ลำดับแรกคือ จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตส์ล้านนา ร้อยละ 60.6 รองลงมาคือ จำหน่ายสินค้าแฟชั่น เช่น เสื้อผ้า ร้อยละ 51.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ มากกว่า 50 ปี ทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง 2 ลำดับแรกคือ จำหน่ายสินค้าแฟชั่น เช่น เสื้อผ้า ร้อยละ 78.6 รองลงมาคือ จำหน่ายเครื่องหนัง ร้อยละ 64.3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกมาโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

เหตุผลที่เลือกมา โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	อายุ										รวม n=280	
	ต่ำกว่า 20 ปี n=44		20-30 ปี n=138		31-40 ปี n=51		41-50 ปี n=33		มากกว่า 50 ปี n=14			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ราคาสินค้าที่เหมาะสม	17	38.6	35	25.4	18	35.3	11	33.3	5	35.7	86	30.7
สินค้ามีหลากหลาย	7	15.9	40	29.0	9	17.6	5	15.2	-	-	61	21.8
ใกล้ตัวเมือง	28	63.6	72	52.2	28	54.9	19	57.6	12	85.7	159	56.8
โครงการเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง	11	25.0	30	21.7	8	15.7	3	9.1	-	-	52	18.6
สะดวกต่อการจอดรถ	22	50.0	59	42.8	25	49.0	21	63.6	8	57.1	135	48.2
มีร้านอาหารที่มีชื่อเสียงและบรรยากาศดี	12	27.3	39	28.3	5	9.8	9	27.3	1	7.1	66	23.6
การจัดสถานที่อย่างสวยงาม	18	40.9	48	34.8	7	13.7	10	30.3	-	-	83	29.6
สินค้ามีคุณภาพ	8	18.2	14	10.1	5	9.8	6	18.2	2	14.3	35	12.5
สินค้ามีเอกลักษณ์ ล้ำนา	10	22.7	47	34.1	8	15.7	9	27.3	1	7.1	75	26.8

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 7 พบว่า เหตุผลที่เลือกมาโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี 20-30 ปี 31-40 ปี และมากกว่า 50 ปี เหตุผลที่เลือกมาโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ ใกล้ตัวเมือง ร้อยละ 63.6, 52.2, 64.9 และ 85.7 รองลงมาคือ สะดวกต่อการจอดรถ ร้อยละ 50.0, 42.8, 49.0 และ 57.1 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี เหตุผลที่เลือกมาโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ สะดวกต่อการจอดรถ ร้อยละ 63.6 รองลงมาคือ ใกล้ตัวเมือง ร้อยละ 57.6

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	อายุ										รวม n=280	
	ต่ำกว่า 20 ปี n=44		20-30 ปี n=138		31-40 ปี n=51		41-50 ปี n=33		มากกว่า 50 ปี n=14			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ	9	20.5	35	25.4	7	13.7	6	18.2	1	7.1	58	20.7
ป้ายโฆษณา	19	43.2	55	39.9	22	43.1	9	27.3	1	7.1	106	37.9
เพื่อนญาติ	15	34.1	64	46.4	15	29.4	17	51.5	10	71.4	121	43.2
หนังสือท่องเที่ยวแจกฟรี	14	31.8	45	32.6	25	49.0	8	24.2	5	35.7	97	34.6
แผนที่แจกฟรี	13	29.5	36	26.1	15	29.4	5	15.2	3	21.4	72	25.7
บริษัททัวร์	4	9.1	8	5.8	5	9.8	4	12.1	2	14.3	23	8.2
แผ่นพับโฆษณา	6	13.6	36	26.1	6	11.8	11	33.3	2	14.3	61	21.8
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	11	25.0	30	21.7	11	21.6	11	33.3	1	7.1	64	22.9

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 8 พบว่า แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี แหล่งข้อมูลที่รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ ป้ายโฆษณา ร้อยละ 43.2 รองลงมาคือ เพื่อนญาติ ร้อยละ 34.1

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ เพื่อนญาติ ร้อยละ 46.4 รองลงมาป้ายโฆษณา คือ ร้อยละ 39.9

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ หนังสือท่องเที่ยวแจกฟรี ร้อยละ 49.0 รองลงมาคือ ป้ายโฆษณา ร้อยละ 43.1

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ เพื่อนญาติ ร้อยละ 51.5 รองลงมาคือ แผ่นพับโฆษณาและหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ร้อยละ 33.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ มากกว่า 50ปี แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ เพื่อนญาติ ร้อยละ 71.4 รองลงมาคือ หนังสือท่องเที่ยวแจกฟรี ร้อยละ 35.7

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

สถานที่ที่เลือกไปซื้อ สินค้าและบริการ นอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	อายุ										รวม n=280	
	ต่ำกว่า 20 ปี n=44		20-30 ปี n=138		31-40 ปี n=51		41-50 ปี n=33		มากกว่า 50 ปี n=14			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไนท์บาร์ชา	12	27.3	53	38.4	28	54.9	22	66.7	7	50.0	122	43.6
บ้านถวายเป็น	8	18.2	26	18.8	18	35.3	8	24.2	3	21.4	63	22.5
ถนนคนเดิน ถนนวัวลาย	11	25.0	63	45.7	17	33.3	8	24.2	1	7.1	100	35.7
ถนนนิมมานเหมินท์	6	13.6	45	32.6	15	29.4	8	24.2	1	7.1	75	26.8
นอร์เทิร์นวิลเลจ	6	13.6	14	10.1	10	19.6	2	6.1	-	-	32	11.4
ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ	15	34.1	77	55.8	23	45.1	10	30.3	2	14.3	127	45.4
กาศฝรั่ง	1	2.3	8	5.8	4	7.8	2	6.1	1	7.1	16	5.7
ตลาดสด	8	18.2	32	23.2	8	15.7	9	27.3	7	50.0	64	22.9
ห้างสรรพสินค้า	23	52.3	72	52.2	15	29.4	17	51.5	12	85.7	139	49.6
ร้านขายของฝาก เช่น วันสันต์	3	6.8	3	2.2	1	2.0	1	3.0	1	7.1	9	3.2

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 9 พบว่าสถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการ 2 ลำดับแรกคือ ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 52.3 รองลงมาคือ ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ ร้อยละ 34.1

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการ 2 ลำดับแรกคือ ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ ร้อยละ 55.8 รองลงมาคือ ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 52.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการ 2 ลำดับแรกคือ ไนท์บาร์ชา ร้อยละ 54.9รองลงมาคือ ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ ร้อยละ 45.1

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการ 2 ลำดับแรกคือ ไนท์บาร์ชา ร้อยละ 66.7 รองลงมาคือ ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 51.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 50 ปี สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการ 2 ลำดับแรกคือห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 85.7 รองลงมาคือ ไนท์บาร์ชา และตลาดสด ร้อยละ 50.0

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เหตุผลที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการที่สถานที่อื่นนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

เหตุผลที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการที่สถานที่อื่นนอกจากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	อายุ										รวม n=280	
	ต่ำกว่า 20 ปี n=44		20-30 ปี n=138		31-40 ปี n=51		41-50 ปี n=33		มากกว่า 50 ปี n=14			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ราคาถูกกว่าคู่แข่ง	17	38.6	41	29.7	17	33.3	11	33.3	3	21.4	89	31.8
ความหลากหลายของสินค้ามีมากกว่าและมีหลายประเภท	17	38.6	60	43.5	16	31.4	9	27.3	3	21.4	105	37.5
สะดวกในการเดินทาง	25	56.8	82	59.4	29	56.9	21	63.6	13	92.9	170	60.7
เป็นที่รู้จักมานาน	18	40.9	51	37.0	14	27.5	5	15.2	-	-	88	31.4
สะดวกต่อการจอดรถ	19	43.2	53	38.4	25	49.0	17	51.5	10	71.4	124	44.3
ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวหรือสถานที่สำคัญอื่น ๆ	11	25.0	36	26.1	11	21.6	8	24.2	2	14.3	68	24.3

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 10 พบว่าเหตุผลที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการที่สถานที่อื่นนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี และมากกว่า 50 ปี 2 ลำดับแรกคือ สะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 56.8, 56.9, 63.6 และ 92.9 รองลงมาคือ สะดวกต่อการจอดรถ คือ 43.2, 49.0, 51.5, 71.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี เหตุผลที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการสถานที่อื่นนอกจากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ สะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 59.4 รองลงมาคือ ความหลากหลายของสินค้ามีมากกว่าและมีหลายประเภท ร้อยละ 43.5

### 3. ด้านความรู้ความเข้าใจ จำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง จำแนกตามระดับการศึกษา

การทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง	ระดับการศึกษา										รวม n=280	
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา n=37		มัธยมศึกษา หรือปวช. n=52		อนุปริญญา หรือปวส. n=28		ปริญญาตรี n=143		สูงกว่า ปริญญาตรี n=20			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อาหารสด เช่น ผัก ผลไม้	17	45.9	10	19.2	10	35.7	32	22.4	4	20.0	73	26.1
ของใช้ในชีวิตประจำวัน คิงเช่น สินค้าอุปโภค บริโภคเหมือนซูเปอร์ มาร์เก็ต	13	35.1	5	9.6	7	25.0	27	18.9	2	10.0	54	19.3
จำหน่ายสินค้าแฟชั่น เช่น เสื้อผ้า	13	35.1	18	34.6	13	46.4	63	44.1	9	45.0	116	41.4
จำหน่ายเครื่องประดับ	7	18.9	28	53.8	12	42.9	64	44.8	4	20.0	115	41.1
จำหน่ายเครื่องหนัง	13	35.1	21	40.4	5	17.9	29	20.3	5	25.0	73	26.1
จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ที่ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตล์ล้านนา	22	59.5	21	40.4	14	50.0	76	53.1	6	30.0	139	49.6
ศูนย์รวมร้านอาหาร หลายประเภท	14	37.8	7	13.5	10	35.7	20	14.0	4	20.0	55	19.6
จำหน่ายสินค้าโครงการ หลวง 2 โครงการใหญ่	5	13.5	6	11.5	11	39.3	58	40.6	12	60.0	92	32.9
จำหน่ายสินค้าตกแต่ง บ้าน ที่มีเอกลักษณ์ เฉพาะตัว สไตล์ล้านนา	16	43.2	15	28.8	13	46.4	77	53.8	6	30.0	127	45.4

ตารางที่ 11 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง จำแนกตามระดับการศึกษา

การทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัด เชียงใหม่ มีร้านจำหน่าย สินค้า	ระดับการศึกษา										รวม n=280	
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา n=37		มัธยมศึกษา หรือปวช. n=52		อนุปริญญา หรือปวส n=28		ปริญญาตรี n=143		สูงกว่า ปริญญาตรี n=20			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ศูนย์รวมจำหน่ายสินค้า งานฝีมือ จากกลุ่ม นักศึกษา แม่บ้าน	15	40.5	11	21.2	9	32.1	33	23.1	4	20.0	72	25.7
ศูนย์รวมจำหน่ายสินค้า มือสองทุกชนิด	12	32.4	16	30.8	3	10.7	15	10.5	2	10.0	48	17.1
มีสถานที่จัดแสดงงาน ศิลปะ การแสดง	9	24.3	3	5.8	8	28.6	33	23.1	3	15.0	56	20.0
จำหน่ายต้นไม้	6	16.2	7	13.5	9	32.1	42	29.4	4	20.0	68	24.3
จำหน่ายอาหารสัตว์ สัตว์เลี้ยง อุปกรณ์เลี้ยง สัตว์	14	37.8	4	7.7	8	28.6	27	18.9	4	20.0	57	20.4
ลานขายสินค้ากลางคืน	14	37.8	13	25.0	6	21.4	37	25.9	2	10.0	72	25.7
จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์	16	43.2	11	21.2	5	17.9	54	37.8	8	40.0	94	33.6

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 11 พบว่า การทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มีร้านจำหน่ายสินค้า อะไรบ้าง ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาด้านต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษา ทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง 2 ลำดับแรกคือ จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ที่มีเอกลักษณ์ เฉพาะตัว สไตส์ล้านนา ร้อยละ 59.5 รองลงมาคือ อาหารสด เช่น ผัก ผลไม้ ร้อยละ 45.9

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับมัธยมศึกษา หรือ ปวช. ทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง 2 ลำดับแรกคือ จำหน่ายเครื่องประดับ ร้อยละ 53.8 รองลงมาคือ จำหน่ายเครื่องหนัง และจำหน่ายสินค้าที่ระลึกที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตส์ล้านนาเท่ากัน ร้อยละ 40.4



ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือปวส. ทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง 2 ลำดับแรกคือ จำหน่ายสินค้าที่ระลึกที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวสไตล์ล้านนา ร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ จำหน่ายสินค้าแฟชั่น เช่น เสื้อผ้า และจำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้าน ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตล์ล้านนา เท่ากัน ร้อยละ 46.4

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับปริญญาตรี ทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง 2 ลำดับแรกคือ จำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้าน ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตล์ล้านนา ร้อยละ 53.8 รองลงมาคือ จำหน่ายสินค้าที่ระลึกที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวสไตล์ล้านนา ร้อยละ 53.1

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี ทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง 2 ลำดับแรกคือ จำหน่ายสินค้าโครงการหลวง 2 โครงการใหญ่ ร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ จำหน่ายสินค้าแฟชั่น เช่น เสื้อผ้า ร้อยละ 45.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกมาโครงการ  
เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

เหตุผลที่เลือกมา โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	ระดับการศึกษา										รวม n=280	
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา n=37		มัธยมศึกษา หรือปวช. n=52		อนุปริญญา หรือปวส n=28		ปริญญาตรี n=143		สูงกว่า ปริญญาตรี n=20			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ราคาสินค้าที่เหมาะสม	13	35.1	19	36.5	8	28.6	38	26.6	8	40.0	86	30.7
สินค้ามีหลากหลาย	3	8.1	8	15.4	10	35.7	38	26.6	2	10.0	61	21.8
ใกล้ตัวเมือง	27	73.0	25	48.1	14	50.0	82	57.3	11	55.0	159	56.8
โครงการเป็นที่รู้จักและมี ชื่อเสียง	10	27.0	6	11.5	6	21.4	27	18.9	3	15.0	52	18.6
สะดวกต่อการจอดรถ	22	59.5	27	51.9	9	32.1	65	45.5	12	60.0	135	48.2
มีร้านอาหารที่มีชื่อเสียง และบรรยากาศดี	12	32.4	13	25.0	10	35.7	25	17.5	6	30.0	66	23.6
การจัดสถานที่อย่าง สวยงาม	14	37.8	21	40.4	9	32.1	36	25.2	3	15.0	83	29.6
สินค้ามีคุณภาพ	4	10.8	7	13.5	4	14.3	17	11.9	3	15.0	35	12.5
สินค้ามีเอกลักษณ์ล้านนา	12	32.4	9	17.3	11	39.3	41	28.7	2	10.0	75	26.8

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 12 พบว่า เหตุผลที่เลือกมาโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา และระดับปริญญาตรี เหตุผลที่เลือกมาโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ ใกล้ตัวเมือง ร้อยละ 73.0, 57.3 รองลงมาคือ สะดวกต่อการจอดรถ ร้อยละ 59.5, 45.5

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับมัธยมศึกษา หรือปวช. และสูงกว่าระดับปริญญาตรี เหตุผลที่เลือกมาโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ สะดวกต่อการจอดรถ ร้อยละ 51.9, 60.0 รองลงมาคือ ใกล้ตัวเมือง ร้อยละ 48.1, 55.0

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือปวส. เหตุผลที่เลือกมาโครงการเจเจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ ใกล้ตัวเมือง ร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ สินค้ามีเอกลักษณ์ ถ้านานา ร้อยละ 39.3

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	ระดับการศึกษา										รวม n=280	
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา n=37		มัธยมศึกษา หรือปวช. n=52		อนุปริญญา หรือปวส. n=28		ปริญญาตรี n=143		สูงกว่า ปริญญาตรี n=20			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ	8	21.6	6	11.5	11	39.3	31	21.7	2	10.0	58	20.7
ป้ายโฆษณา	8	21.6	15	28.8	17	60.7	59	41.3	7	35.0	106	37.9
เพื่อนญาติ	14	37.8	24	46.2	13	46.4	66	46.2	4	20.0	121	43.2
หนังสือท่องเที่ยวแจกฟรี	7	18.9	18	34.6	8	28.6	53	37.1	11	55.0	97	34.6
แผนที่แจกฟรี	15	40.5	4	7.7	4	14.3	44	30.8	5	25.0	72	25.7
บริษัททัวร์	1	2.7	4	7.7	3	10.7	12	8.4	3	15.0	23	8.2
แผ่นพับโฆษณา	10	27.0	7	13.5	6	21.4	33	23.1	5	25.0	61	21.8
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	6	16.2	13	25.0	9	32.1	31	21.7	5	25.0	64	22.9

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 13 พบว่า แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาดำกว่าระดับมัธยมศึกษา แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ แผนที่แจกฟรี ร้อยละ 40.5 รองลงมาคือ เพื่อนญาติ ร้อยละ 37.8

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับมัธยมศึกษา หรือปวช. แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ เพื่อนญาติ ร้อยละ 46.2 รองลงมาคือ หนังสือท่องเที่ยวแจกฟรี ร้อยละ 34.6

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือปวส. แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ ป้ายโฆษณา ร้อยละ 60.7 รองลงมาคือ เพื่อนญาติ ร้อยละ 46.4

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับปริญญาตรี แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ลำดับแรกคือ เพื่อนญาติ ร้อยละ 46.2 รองลงมาคือ ป้ายโฆษณา ร้อยละ 41.3

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ หนังสือท่องเที่ยวแจกฟรี ร้อยละ 55.0 รองลงมาคือ ป้ายโฆษณา ร้อยละ 35.0

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol). The entire emblem is enclosed within a circular border. The text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written in a serif font along the bottom inner edge of the circle. 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 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

สถานที่ที่เลือกไปซื้อ สินค้าและบริการ นอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	ระดับการศึกษา										รวม n=280	
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา n=37		มัธยมศึกษา หรือปวช. n=52		อนุปริญญา หรือปวส. n=28		ปริญญาตรี n=143		สูงกว่า ปริญญาตรี n=20			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไนท์บาร์ซ่า	11	29.7	17	32.7	10	35.7	73	51.0	11	55.0	122	43.6
บ้านฉาง	5	13.5	7	13.5	13	46.4	31	21.7	7	35.0	63	22.5
ถนนคนเดิน ถนนวัว ลาย	6	16.2	11	21.2	14	50.0	65	45.5	4	20.0	100	35.7
ถนนนิมมานเหมินทร์	8	21.6	3	5.8	11	39.3	45	31.5	8	40.0	75	26.8
นอร์ทเทิร์นวิลเลจ	5	13.5	7	13.5	1	3.6	17	11.9	2	10.0	32	11.4
ถนนคนเดิน ถนนท่า แพ	9	24.3	12	23.1	20	71.4	80	55.9	6	30.0	127	45.4
ภาคฝรั่ง	1	2.7	1	1.9	2	7.1	10	7.0	2	10.0	16	5.7
ตลาดสด	10	27.0	12	23.1	3	10.7	35	24.5	4	20.0	64	22.9
ห้างสรรพสินค้า	14	37.8	34	65.4	14	50.0	69	48.3	8	40.0	139	49.6
ร้านขายของฝาก เช่น วนัสนันท์	2	5.4	-	-	2	7.1	4	2.8	1	5.0	9	3.2

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 14 พบว่าสถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษา และระดับมัธยมศึกษา หรือ ปวช. สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 37.8 ,65.4 รองลงมาคือ ไนท์บาร์ซ่า ร้อยละ 29.7, 32.7

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือปวส. สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต 2 ลำดับแรกคือ ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ ร้อยละ 71.4 รองลงมาคือ ถนนคนเดิน ถนนวัวลาย ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 50.0

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการ  
นอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ ร้อยละ 55.9  
รองลงมาคือ ในท่าชา ร้อยละ 51.0

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการ  
นอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ ในท่าบารัว ร้อยละ 55.0 รองลงมา  
คือ ถนนนิมมานเหมินท์ และห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 40.0



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เหตุผลที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการสถานที่อื่นนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

เหตุผลที่ท่านเลือกไปซื้อสินค้าและบริการ สถานที่อื่นนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	ระดับการศึกษา										รวม n=280	
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา n=37		มัธยมศึกษา หรือปวช. n=52		อนุปริญญา หรือปวส. n=28		ปริญญาตรี n=143		สูงกว่า ปริญญาตรี n=20			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ราคาถูกกว่าคู่แข่ง	10	27.0	16	30.8	10	35.7	48	33.6	5	25.0	89	31.8
ความหลากหลายของสินค้ามีมากกว่าและมีหลายประเภท	12	32.4	12	23.1	18	64.3	60	42.0	3	15.0	105	37.5
สะดวกในการเดินทาง	23	62.2	35	67.3	16	57.1	82	57.3	14	70.0	170	60.7
เป็นที่รู้จักมานาน	13	35.1	8	15.4	15	53.6	49	34.3	3	15.0	88	31.4
สะดวกต่อการจอดรถ	16	43.2	24	46.2	9	32.1	61	42.7	14	70.0	124	44.3
ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวหรือสถานที่สำคัญอื่น ๆ	9	24.3	12	23.1	11	39.3	32	22.4	4	20.0	68	24.3

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 15 พบว่าเหตุผลที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการสถานที่อื่นนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษา และระดับมัธยมศึกษา หรือปวช. และระดับปริญญาตรี เหตุผลที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการสถานที่อื่นนอกจากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ สะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 62.2, 67.3 และ 57.3 รองลงมาคือ สะดวกต่อการจอดรถ ร้อยละ 43.2, 46.2 และ 42.7

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือปวส. เหตุผลที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการ สถานที่อื่นนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ ความหลากหลายของสินค้ามีมากกว่าและมีหลายประเภท ร้อยละ 64.3 รองลงมาคือ สะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 57.1

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี เหตุผลที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการสถานที่อื่นนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ สะดวกในการเดินทาง

และสะดวกต่อการจอดรถ เท่ากัน ร้อยละ 70.0 รองลงมาคือ ความหลากหลายของสินค้ามีมากกว่า และมีหลายประเภท ร้อยละ 25.0

#### 4. ด้านความรู้ความเข้าใจ จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง จำแนกตามอาชีพ

การทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัด เชียงใหม่ มีร้านจำหน่าย สินค้าอะไรบ้าง	อาชีพ										รวม n=280	
	นักเรียน/ นักศึกษา n=115		รับราชการ n=28		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ n=32		ธุรกิจส่วนตัว n=61		พนักงาน บริษัทเอกชน n=44			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อาหารสด เช่น ผัก ผลไม้	28	24.3	5	17.9	7	21.9	22	36.1	11	25.0	73	26.1
ของใช้ในชีวิตประจำวัน ดังเช่น สินค้าอุปโภค บริโภคเหมือนซูเปอร์ มาร์เก็ต	22	19.1	2	7.1	6	18.8	15	24.6	9	20.5	54	19.3
จำหน่ายสินค้าแฟชั่น เช่น เสื้อผ้า	50	43.5	12	42.9	9	28.1	28	45.9	17	38.6	116	41.4
จำหน่ายเครื่องประดับ	47	40.9	10	35.7	11	34.4	29	47.5	18	40.9	115	41.1
จำหน่ายเครื่องหนัง	39	33.9	9	32.1	5	15.6	11	18.0	9	20.5	73	26.1
จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ที่ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตล์ล้านนา	56	48.7	14	50.0	18	56.3	34	55.7	17	38.6	139	49.6
ศูนย์รวมร้านอาหาร หลายประเภท	18	15.7	2	7.1	9	28.1	16	26.2	10	22.7	55	19.6
จำหน่ายสินค้าโครงการ หลวง 2 โครงการใหญ่	26	22.6	13	46.4	17	53.1	14	23.0	22	50.0	92	32.9
จำหน่ายสินค้าตกแต่ง บ้าน ที่มีเอกลักษณ์ เฉพาะตัว สไตล์ล้านนา	58	50.4	9	32.1	15	46.9	25	41.0	20	45.5	127	45.4



ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง จำแนกตามอาชีพ

การทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัด เชียงใหม่ มีร้านจำหน่าย สินค้า	อาชีพ										รวม n=280	
	นักเรียน/ นักศึกษา n=115		รับราชการ n=28		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ n=32		ธุรกิจส่วนตัว n=61		พนักงาน บริษัทเอกชน n=44			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ศูนย์รวมจำหน่ายสินค้า งานฝีมือ จากกลุ่ม นักศึกษา แม่บ้าน	39	33.9	5	17.9	7	21.9	13	21.3	8	18.2	72	25.7
ศูนย์รวมจำหน่ายสินค้า มือสองทุกชนิด	27	23.5	2	7.1	4	12.5	9	14.8	6	13.6	48	17.1
มีสถานที่จัดแสดงงาน ศิลปะ การแสดง	28	24.3	7	25.0	6	18.8	10	16.4	5	11.4	56	20.0
จำหน่ายต้นไม้	39	33.9	4	14.3	7	21.9	9	14.8	9	20.5	68	24.3
จำหน่ายอาหารสัตว์ สัตว์เลี้ยง อุปกรณ์เลี้ยง สัตว์	31	27.0	3	10.7	7	21.9	12	19.7	4	9.1	57	20.4
ลานขายสินค้ากลางคืน	36	31.3	7	25.0	9	28.1	10	16.4	10	22.7	72	25.7
จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์	39	33.9	10	35.7	15	46.9	15	24.6	15	34.1	94	33.6

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 16 พบว่า การทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัด เชียงใหม่มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง 2 ลำดับแรกคือ จำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้านที่มีเอกลักษณ์ เฉพาะตัว สไตลล์้านนา ร้อยละ 50.4 รองลงมาคือ จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตลล์้านนา ร้อยละ 48.7

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง 2 ลำดับแรกคือ จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตลล์้านนา ร้อยละ 50.0 , 56.3 รองลงมาคือ จำหน่ายสินค้าโครงการหลวง 2 โครงการใหญ่ ร้อยละ 50.0, 53.1

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง 2 ลำดับแรกคือ จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตส์ล้านนา ร้อยละ 55.7 รองลงมาคือ จำหน่ายเครื่องประดับ ร้อยละ 47.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง 2 ลำดับแรกคือ จำหน่ายสินค้าโครงการหลวง 2 โครงการใหญ่ ร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตส์ล้านนา ร้อยละ 45.5

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกมาโครงการเจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

เหตุผลที่เลือกมา โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	อาชีพ										รวม n=280	
	นักเรียน/ นักศึกษา n=115		รับราชการ n=28		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ n=32		ธุรกิจ ส่วนตัว n=61		พนักงาน บริษัทเอกชน n=44			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ราคาสินค้าที่เหมาะสม	33	28.7	12	42.9	5	15.6	30	49.2	6	13.6	86	30.7
สินค้ามีหลากหลาย	28	24.3	6	21.4	8	25.0	10	16.4	9	20.5	61	21.8
ใกล้ตัวเมือง	60	52.2	17	60.7	18	56.3	37	60.7	27	61.4	159	56.8
โครงการเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง	21	18.3	6	21.4	6	18.8	10	16.4	9	20.5	52	18.6
สะดวกต่อการจอดรถ	43	37.4	9	32.1	22	68.8	32	52.5	29	65.9	135	48.2
มีร้านอาหารที่มีชื่อเสียงและบรรยากาศดี	22	19.1	3	10.7	13	40.6	16	26.2	12	27.3	66	23.6
การจัดสถานที่อย่างสวยงาม	37	32.2	5	17.9	14	43.8	16	26.2	11	25.0	83	29.6
สินค้ามีคุณภาพ	16	13.9	2	7.1	3	9.4	7	11.5	7	15.9	35	12.5
สินค้ามีเอกลักษณ์ล้านนา	36	31.3	6	21.4	10	31.3	12	19.7	11	25.0	75	26.8

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 17 พบว่า เหตุผลที่เลือกมาโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา เหตุผลที่เลือกมาโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ ใกล้ตัวเมือง ร้อยละ 52.2 รองลงมาคือ สะดวกต่อการจอดรถ ร้อยละ 37.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ เหตุผลที่เลือกมาโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ ใกล้ตัวเมือง ร้อยละ 60.7 รองลงมาคือ ราคาสินค้าที่เหมาะสม ร้อยละ 42.9

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ เหตุผลที่เลือกมาโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ สะดวกต่อการจอดรถ ร้อยละ 68.8 รองลงมาคือใกล้ตัวเมือง ร้อยละ 56.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว เหตุผลที่เลือกมาโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ ใกล้ตัวเมือง ร้อยละ 60.7 รองลงมาคือ สะดวกต่อการจอดรถ ร้อยละ 52.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน เหตุผลที่เลือกมาโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ สะดวกต่อการจอดรถ ร้อยละ 65.9 รองลงมาคือ ใกล้ตัวเมือง ร้อยละ 61.4

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

แหล่งข้อมูลที่ทำให้ รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัด เชียงใหม่	อาชีพ										รวม n=280	
	นักเรียนนักศึกษา n=115		ข้าราชการ n=28		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ n=32		ธุรกิจส่วนตัว n=61		พนักงาน บริษัทเอกชน n=44			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ	25	21.7	7	25.0	6	18.8	9	14.8	11	25.0	58	20.7
ป้ายโฆษณา	45	39.1	10	35.7	17	53.1	21	34.4	13	29.5	106	37.9
เพื่อนญาติ	49	42.6	14	50.0	11	34.4	31	50.8	16	36.4	121	43.2
หนังสือท่องเที่ยวแจก ฟรี	30	26.1	12	42.9	15	46.9	23	37.7	17	38.6	97	34.6
แผนที่แจกฟรี	28	24.3	9	32.1	10	31.3	11	18.0	14	31.8	72	25.7
บริษัททัวร์	5	4.3	2	7.1	2	6.3	8	13.1	6	13.6	23	8.2
แผ่นพับโฆษณา	24	20.9	5	17.9	6	18.8	15	24.6	11	25.0	61	21.8
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	16	13.9	2	7.1	11	34.4	15	24.6	20	45.5	64	22.9

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 18 พบว่า แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ เพื่อนญาติ ร้อยละ 42.6 รองลงมาคือ ป้ายโฆษณา ร้อยละ 39.1

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ เพื่อนญาติ ร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ หนังสือท่องเที่ยวแจกฟรี ร้อยละ 42.9

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ ป้ายโฆษณา ร้อยละ 53.1 รองลงมาคือ หนังสือท่องเที่ยวแจกฟรี ร้อยละ 46.9

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ เพื่อนญาติ ร้อยละ 50.8 รองลงมาคือ หนังสือท่องเที่ยวแจกฟรี ร้อยละ 37.7

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ร้อยละ 45.5 รองลงมาคือ หนังสือท่องเที่ยวแจกฟรี ร้อยละ 38.6

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

สถานที่ที่เลือกไปซื้อ สินค้าและบริการ นอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	อาชีพ										รวม n=280	
	นักเรียน/ นักศึกษา n=115		รับราชการ n=28		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ n=32		ธุรกิจ ส่วนตัว n=61		พนักงาน บริษัทเอกชน n=44			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไนท์บาร์ชา	31	27.0	18	64.3	20	62.5	32	52.5	21	47.7	122	43.6
บ้านถวาย	13	11.3	12	42.9	12	37.5	15	24.6	11	25.0	63	22.5
ถนนคนเดิน ถนนวัวลาย	40	34.8	9	32.1	16	50.0	15	24.6	20	45.5	100	35.7
ถนนนิมมานเหมินท์	16	13.9	7	25.0	14	43.8	14	23.0	24	54.5	75	26.8
นอร์ทริเวิร์ลเวจ	14	12.2	4	14.3	5	15.6	5	8.2	4	9.1	32	11.4
ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ	56	48.7	12	42.9	20	62.5	21	34.4	18	40.9	18	45.4
กาดฝรั่ง	6	5.2	1	3.6	1	3.1	4	6.6	4	9.1	16	5.7
ตลาดสด	27	23.5	2	7.1	6	18.8	21	34.4	8	18.2	64	22.9
ห้างสรรพสินค้า	58	50.4	11	39.3	13	40.6	40	65.6	17	38.6	139	49.6
ร้านขายของฝาก เช่น วันสันนันท	2	1.7	1	3.6	-	-	4	6.6	2	4.5	9	3.2

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 19 พบว่า สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 50.4 รองลงมาคือถนนคนเดิน ถนนท่าแพ ร้อยละ 48.7

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ ในที่บาร์ชา ร้อยละ 64.3 รองลงมาคือบ้านถวาย และ ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ ร้อยละ 42.9

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการ นอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ ในที่บาร์ชา และ ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ ร้อยละ 62.5 รองลงมาคือถนนคนเดิน ถนนวิลาัยร้อยละ 50.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 65.6 รองลงมาคือ ในที่ บาร์ชา ร้อยละ 52.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการ นอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ ถนนนิมมานเหมินท์ ร้อยละ 54.5 รองลงมาคือในที่บาร์ชา ร้อยละ 47.7

5. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลในการเลือกใช้บริการโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัด  
เชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณภาพสินค้า	3.92 (มาก)	4.13 (มาก)	4.03 (มาก)
สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท	3.74 (มาก)	3.90 (มาก)	3.83 (มาก)
มีเจ้าหน้าที่รู้จึก	3.67 (มาก)	3.78 (มาก)	3.73 (มาก)
ความมีเอกลักษณ์ของสินค้า	3.70 (มาก)	3.97 (มาก)	3.84 (มาก)
มีร้านอาหารมีเพียงพอและมีหลากหลายชนิด	3.57 (มาก)	3.75 (มาก)	3.66 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.72 (มาก)	3.90 (มาก)	3.82 (มาก)

จากตารางที่ 20 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้  
ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.72, 3.90)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับ  
มาก 2 ลำดับแรกคือ คุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.92) รองลงมาคือ สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย  
3.74)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก2 ลำดับแรกคือ คุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาคือ ความมีเอกลักษณ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาสินค้าเหมาะสม	3.96 (มาก)	3.91 (มาก)	3.94 (มาก)
มีป้ายราคาที่ชัดเจน	3.81 (มาก)	3.79 (มาก)	3.80 (มาก)
มีหลายระดับราคาให้เลือก	3.86 (มาก)	3.87 (มาก)	3.87 (มาก)
สามารถต่อรองราคาได้	3.72 (มาก)	3.72 (มาก)	3.72 (มาก)
บริการรับบัตรเครดิต	3.76 (มาก)	3.77 (มาก)	3.76 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.82 (มาก)	3.81 (มาก)	3.82 (มาก)

จากตารางที่ 21 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.82, 3.81)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก2 ลำดับแรกคือ ราคาสินค้าเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.96, 3.91) รองลงมาคือ มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.86, 3.87)



ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่  
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสถานที่	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่ตั้ง โครงการสะดวกในการเดินทาง	3.99 (มาก)	4.12 (มาก)	4.06 (มาก)
ที่จอดรถเพียงพอ	3.85 (มาก)	4.01 (มาก)	3.94 (มาก)
การจัดสินค้าภายในร้านสวยงาม	3.76 (มาก)	3.97 (มาก)	3.87 (มาก)
การออกแบบร้านค้าที่มีเอกลักษณ์	3.78 (มาก)	3.89 (มาก)	3.84 (มาก)
บรรยากาศภายในร้านค้า	3.79 (มาก)	3.82 (มาก)	3.81 (มาก)
การจัดแบ่งโซนร้านค้าอย่างเหมาะสม	3.70 (มาก)	3.73 (มาก)	3.72 (มาก)
การบริการการจัดส่งสินค้า	3.69 (มาก)	3.71 (มาก)	3.70 (มาก)
เวลาเปิดร้าน	3.67 (มาก)	3.70 (มาก)	3.69 (มาก)
เวลาปิดร้าน	3.69 (มาก)	3.78 (มาก)	3.74 (มาก)
มีห้องน้ำสะอาด	3.67 (มาก)	3.94 (มาก)	3.81 (มาก)
มีที่นั่งพักระหว่างทางเดิน	3.64 (มาก)	3.72 (มาก)	3.68 (มาก)

ตารางที่ 22 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่  
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสถานที่	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีบริการน้ำดื่มฟรี	3.63 (มาก)	3.65 (มาก)	3.64 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.74 (มาก)	3.84 (มาก)	3.79 (มาก)

จากตารางที่ 22 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.74, 3.84)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ สถานที่ตั้งโครงการสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.99, 4.12) รองลงมาคือ มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.85, 4.01)

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การบริการของพนักงานขาย	3.83 (มาก)	3.89 (มาก)	3.86 (มาก)
มีการโฆษณา	3.68 (มาก)	3.89 (มาก)	3.79 (มาก)
มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา	3.61 (มาก)	3.83 (มาก)	3.73 (มาก)
การจัดงานแสดงสินค้าต่าง ๆ	3.68 (มาก)	3.78 (มาก)	3.74 (มาก)
การประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารกิจกรรม	3.70 (มาก)	3.86 (มาก)	3.78 (มาก)
มีการจัดกิจกรรม เช่น งานแสดงภาพถ่าย	3.61 (มาก)	3.74 (มาก)	3.68 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.69</b> (มาก)	<b>3.83</b> (มาก)	<b>3.76</b> (มาก)

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.69, 3.83)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ การบริการของพนักงานขาย และมีการโฆษณา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 3.86)

7. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลในการเลือกใช้บริการโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ					รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
คุณภาพสินค้า	4.30 (มาก)	4.09 (มาก)	3.90 (มาก)	3.79 (มาก)	3.57 (มาก)	4.03 (มาก)
สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท	3.98 (มาก)	3.85 (มาก)	3.78 (มาก)	3.73 (มาก)	3.50 (มาก)	3.83 (มาก)
มีเจ้าหน้าที่สินค้าเป็นที่รู้จัก	3.86 (มาก)	3.82 (มาก)	3.53 (มาก)	3.64 (มาก)	3.29 (น้อย)	3.73 (มาก)
ความมีเอกลักษณ์ของสินค้า	3.70 (มาก)	3.93 (มาก)	3.82 (มาก)	3.82 (มาก)	3.50 (มาก)	3.84 (มาก)
มีร้านอาหารมีเพียงพอ และมีหลากหลายชนิด	3.89 (มาก)	3.72 (มาก)	3.41 (น้อย)	3.76 (มาก)	3.14 (น้อย)	3.66 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.95 (มาก)	3.88 (มาก)	3.69 (มาก)	3.75 (มาก)	3.40 (น้อย)	3.82 (มาก)

จากตารางที่ 24 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.95, 3.88, 3.69, 3.75) ยกเว้นอายุมากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 3.40)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ คุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมาคือ สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี และ อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ คุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.09, 3.90) รองลงมาคือ ความมีเอกลักษณ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.93, 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ความมีเอกลักษณ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมาคือ คุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ คุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.57) รองลงมาคือสินค้ามีให้เลือกหลายประเภท และความมีเอกลักษณ์ของสินค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ					รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาสินค้าเหมาะสม	4.05 (มาก)	3.98 (มาก)	3.78 (มาก)	3.88 (มาก)	3.86 (มาก)	3.94 (มาก)
มีป้ายราคาที่ชัดเจน	3.80 (มาก)	3.79 (มาก)	3.86 (มาก)	3.91 (มาก)	3.43 (น้อย)	3.80 (มาก)
มีหลายระดับราคาให้เลือก	4.05 (มาก)	3.98 (มาก)	3.67 (มาก)	3.79 (มาก)	3.14 (น้อย)	3.87 (มาก)
สามารถต่อรองราคาได้	3.82 (มาก)	3.75 (มาก)	3.65 (มาก)	3.94 (มาก)	2.93 (น้อย)	3.72 (มาก)
บริการรับบัตรเครดิต	3.91 (มาก)	3.80 (มาก)	3.67 (มาก)	3.73 (มาก)	3.43 (น้อย)	3.76 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.92 (มาก)	3.86 (มาก)	3.73 (มาก)	3.85 (มาก)	3.36 (น้อย)	3.82 (มาก)

จากตารางที่ 25 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.92, 3.86, 3.73, 3.85) ยกเว้นอายุมากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 3.36)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี และ อายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ ราคาสินค้าเหมาะสมและมีหลายระดับราคาให้เลือกเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.05, 3.98) รองลงมาคือ บริการรับบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.91, 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก2 ลำดับแรก คือ มีป้ายราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.86) รองลงมาคือราคาสินค้าเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก2 ลำดับแรกคือ สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.94) รองลงมาคือ มีป้ายราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก2 ลำดับแรก คือ ราคาสินค้าเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.86) รองลงมาคือ มีป้ายราคาที่ชัดเจนและบริการรับบัตรเครดิต เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านสถานที่	อายุ					รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
สถานที่ตั้งโครงการ สะดวกในการเดินทาง	4.09 (มาก)	4.17 (มาก)	3.92 (มาก)	4.06 (มาก)	3.36 (น้อย)	4.06 (มาก)
ที่จอดรถเพียงพอ	3.86 (มาก)	4.04 (มาก)	3.94 (มาก)	3.94 (มาก)	3.07 (น้อย)	3.94 (มาก)
การจัดสินค้าภายในร้าน สวยงาม	3.82 (มาก)	4.06 (มาก)	3.71 (มาก)	3.73 (มาก)	3.14 (น้อย)	3.87 (มาก)
การออกแบบร้านค้าที่มีเอกลักษณ์	3.70 (มาก)	4.00 (มาก)	3.59 (มาก)	3.85 (มาก)	3.50 (มาก)	3.84 (มาก)
บรรยากาศภายในร้านค้า	3.75 (มาก)	3.87 (มาก)	3.71 (มาก)	3.97 (มาก)	3.36 (น้อย)	3.81 (มาก)

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่  
จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านสถานที่	อายุ					รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	
การจัดแบ่งโซนร้านค้า อย่างเหมาะสม	3.52 (มาก)	3.83 (มาก)	3.76 (มาก)	3.64 (มาก)	3.29 (น้อย)	3.72 (มาก)
การบริการการจัดส่ง สินค้า	3.80 (มาก)	3.72 (มาก)	3.63 (มาก)	3.64 (มาก)	3.57 (มาก)	3.70 (มาก)
เวลาเปิดร้าน	3.70 (มาก)	3.76 (มาก)	3.65 (มาก)	3.58 (มาก)	3.29 (น้อย)	3.69 (มาก)
เวลาปิดร้าน	3.95 (มาก)	3.80 (มาก)	3.65 (มาก)	3.55 (มาก)	3.21 (น้อย)	3.74 (มาก)
มีห้องน้ำสะอาด	3.77 (มาก)	3.89 (มาก)	3.82 (มาก)	3.67 (มาก)	3.43 (น้อย)	3.81 (มาก)
มีที่นั่งพักระหว่างทางเดิน	3.93 (มาก)	3.69 (มาก)	3.55 (มาก)	3.61 (มาก)	3.50 (มาก)	3.68 (มาก)
มีบริการน้ำดื่มฟรี	3.75 (มาก)	3.67 (มาก)	3.53 (มาก)	3.64 (มาก)	3.43 (น้อย)	3.64 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)	3.70 (มาก)	3.74 (มาก)	3.35 (น้อย)	3.79 (มาก)



จากตารางที่ 26 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.80, 3.88, 3.70, 3.74) ยกเว้นอายุมากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 3.35)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก2 ลำดับแรกคือ สถานที่ตั้งโครงการสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมาคือ เวลาปิดร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก2 ลำดับแรกคือ สถานที่ตั้งโครงการสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมาคือ การจัดสินค้าภายในร้านสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก2 ลำดับแรกคือ มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.94) รองลงมาคือ สถานที่ตั้งโครงการสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก2 ลำดับแรกคือ สถานที่ตั้งโครงการสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมาคือ บรรยากาศภายในร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก2 ลำดับแรกคือ การบริการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.57) รองลงมาคือ การออกแบบร้านค้าที่มีเอกลักษณ์ และมีที่นั่งพักระหว่างเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	อายุ					รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การบริการของพนักงาน ขาย	4.14 (มาก)	3.88 (มาก)	3.71 (มาก)	3.82 (มาก)	3.50 (มาก)	3.86 (มาก)
มีการโฆษณา	3.86 (มาก)	3.87 (มาก)	3.80 (มาก)	3.61 (มาก)	3.21 (น้อย)	3.79 (มาก)
มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา	3.95 (มาก)	3.79 (มาก)	3.71 (มาก)	3.52 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.73 (มาก)
การจัดงานแสดงสินค้า ต่าง ๆ	3.68 (มาก)	3.83 (มาก)	3.86 (มาก)	3.55 (มาก)	2.93 (น้อย)	3.74 (มาก)
การประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารกิจกรรม	3.82 (มาก)	3.95 (มาก)	3.69 (มาก)	3.39 (น้อย)	3.29 (น้อย)	3.78 (มาก)
มีการจัดกิจกรรม เช่น งาน แสดงภาพถ่าย	3.57 (มาก)	3.83 (มาก)	3.61 (มาก)	3.48 (น้อย)	3.29 (น้อย)	3.68 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.84 (มาก)	3.86 (มาก)	3.73 (มาก)	3.56 (มาก)	3.20 (น้อย)	3.76 (มาก)

จากตารางที่ 27 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.84, 3.86, 3.73, 3.56) ยกเว้นอายุมากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 3.20)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมาคือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก2 ลำดับแรก คือ การประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 3.95) รองลงมาคือ การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก2 ลำดับแรก คือ การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.86) รองลงมาคือ มีการโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก2 ลำดับแรก คือ การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมาคือมีการโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ มากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก2 ลำดับแรกคือ การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.50) รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารกิจกรรม และ มีการจัดกิจกรรม เช่น งานแสดงภาพถ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.29)

8. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลในการเลือกใช้บริการโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัด  
เชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา					รวม
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา หรือ ปวช.	อนุปริญญา หรือปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
คุณภาพสินค้า	4.32 (มาก)	3.90 (มาก)	3.82 (มาก)	4.05 (มาก)	3.95 (มาก)	4.03 (มาก)
สินค้ามีให้เลือกหลาย ประเภท	3.86 (มาก)	3.67 (มาก)	3.75 (มาก)	3.87 (มาก)	3.90 (มาก)	3.83 (มาก)
มีเจ้าหน้าที่รู้จักรัก	3.95 (มาก)	3.52 (มาก)	3.25 (น้อย)	3.83 (มาก)	3.80 (มาก)	3.73 (มาก)
ความมีเอกลักษณ์ของสินค้า	3.86 (มาก)	3.62 (มาก)	3.68 (มาก)	3.94 (มาก)	3.85 (มาก)	3.84 (มาก)
มีร้านอาหารมีเพียงพอและ มีหลากหลายชนิด	3.78 (มาก)	3.56 (มาก)	3.54 (มาก)	3.69 (มาก)	3.70 (มาก)	3.66 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.96 (มาก)	3.65 (มาก)	3.61 (มาก)	3.88 (มาก)	3.84 (มาก)	3.82 (มาก)

จากตารางที่ 28 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.96, 3.65, 3.61, 3.88, 3.84)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ คุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมาคือมีเจ้าหน้าที่รู้จักรัก (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรือ ปวช. ระดับอนุปริญญา หรือ ปวศ. และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ คุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.90, 3.82, 3.95) รองลงมาคือ สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.67, 3.75, 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ คุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมาคือ ความมีเอกลักษณ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.94)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับการศึกษา					รวม
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา หรือ ปวช.	อนุปริญญา หรือปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคาสินค้าเหมาะสม	4.00 (มาก)	3.69 (มาก)	3.82 (มาก)	4.04 (มาก)	3.85 (มาก)	3.94 (มาก)
มีป้ายราคาที่ชัดเจน	3.92 (มาก)	3.62 (มาก)	3.82 (มาก)	3.85 (มาก)	3.70 (มาก)	3.80 (มาก)
มีหลายระดับราคาให้เลือก	3.92 (มาก)	3.56 (มาก)	3.89 (มาก)	4.00 (มาก)	3.60 (มาก)	3.87 (มาก)
สามารถต่อรองราคาได้	3.86 (มาก)	3.40 (น้อย)	3.50 (มาก)	3.84 (มาก)	3.75 (มาก)	3.72 (มาก)
บริการรับบัตรเครดิต	3.89 (มาก)	3.58 (มาก)	3.43 (น้อย)	3.87 (มาก)	3.75 (มาก)	3.76 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.92 (มาก)	3.57 (มาก)	3.69 (มาก)	3.92 (มาก)	3.73 (มาก)	3.82 (มาก)

จากตารางที่ 29 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.92, 3.57, 3.69, 3.92, 3.73)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ ราคาสินค้าเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือมีป้ายราคาที่ชัดเจน และ มีหลายระดับราคาให้เลือก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือ ปวช. ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ ราคาสินค้าเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.69) รองลงมาคือ มีป้ายราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมาคือ ราคาสินค้าเหมาะสม และมีป้ายราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ ราคาสินค้าเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมาคือ มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ ราคาสินค้าเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.85) รองลงมาคือ สามารถต่อรองราคาได้และบริการรับบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่  
จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับการศึกษา					รวม
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา หรือ ปวช.	อนุปริญญา หรือปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
สถานที่ตั้ง โครงการ สะดวกในการเดินทาง	4.24 (มาก)	3.88 (มาก)	3.89 (มาก)	4.12 (มาก)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)
ที่จอดรถเพียงพอ	4.03 (มาก)	3.69 (มาก)	3.71 (มาก)	4.07 (มาก)	3.75 (มาก)	3.94 (มาก)
การจัดสินค้าภายในร้าน สวยงาม	3.89 (มาก)	3.65 (มาก)	3.50 (มาก)	4.02 (มาก)	3.85 (มาก)	3.87 (มาก)
การออกแบบร้านค้าที่มี เอกลักษณ์	3.84 (มาก)	3.54 (มาก)	3.57 (มาก)	3.97 (มาก)	4.00 (มาก)	3.84 (มาก)
บรรยากาศภายในร้านค้า	3.89 (มาก)	3.56 (มาก)	3.50 (มาก)	3.94 (มาก)	3.80 (มาก)	3.81 (มาก)
การจัดแบ่งโซนร้านค้า อย่างเหมาะสม	3.76 (มาก)	3.46 (น้อย)	3.57 (มาก)	3.85 (มาก)	3.55 (มาก)	3.72 (มาก)
การบริการการจัดส่งสินค้า	3.86 (มาก)	3.42 (น้อย)	3.57 (มาก)	3.78 (มาก)	3.75 (มาก)	3.70 (มาก)
เวลาเปิดร้าน	3.73 (มาก)	3.40 (น้อย)	3.64 (มาก)	3.78 (มาก)	3.70 (มาก)	3.69 (มาก)
เวลาปิดร้าน	3.92 (มาก)	3.46 (น้อย)	3.61 (มาก)	3.85 (มาก)	3.45 (น้อย)	3.74 (มาก)
มีห้องน้ำสะอาด	3.89 (มาก)	3.44 (น้อย)	3.68 (มาก)	3.97 (มาก)	3.65 (มาก)	3.81 (มาก)
มีที่นั่งพักระหว่างทางเดิน	3.81 (มาก)	3.65 (มาก)	3.75 (มาก)	3.69 (มาก)	3.40 (น้อย)	3.68 (มาก)
มีบริการน้ำดื่มฟรี	3.76 (มาก)	3.50 (มาก)	3.71 (มาก)	3.66 (มาก)	3.50 (มาก)	3.64 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.89 (มาก)	3.56 (มาก)	3.64 (มาก)	3.89 (มาก)	3.70 (มาก)	3.79 (มาก)



จากตารางที่ 30 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.89, 3.56, 3.64, 3.89, 3.70)

ในปีจ้จยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษา ระดับมัธยมศึกษา หรือ ปวช. และระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือสถานที่ตั้งโครงการสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.24, 3.88, 4.12) รองลงมาคือที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.03, 3.69, 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ สถานที่ตั้งโครงการสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมาคือ มีที่พักระหว่างทางเดิน (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ สถานที่ตั้งโครงการสะดวกในการเดินทาง และการออกแบบร้านค้าที่มีเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือ การจัดสินค้าภายในร้านสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา					รวม
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษาหรือ ปวช.	อนุปริญญาหรือปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การบริการของพนักงานขาย	4.19 (มาก)	3.73 (มาก)	3.68 (มาก)	3.87 (มาก)	3.80 (มาก)	3.86 (มาก)
มีการโฆษณา	3.76 (มาก)	3.50 (มาก)	3.71 (มาก)	3.94 (มาก)	3.70 (มาก)	3.79 (มาก)
มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา	3.89 (มาก)	3.40 (น้อย)	3.57 (มาก)	3.83 (มาก)	3.80 (มาก)	3.73 (มาก)
การจัดงานแสดงสินค้าต่าง ๆ	3.84 (มาก)	3.35 (น้อย)	3.64 (มาก)	3.89 (มาก)	3.60 (มาก)	3.74 (มาก)
การประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารกิจกรรม	3.84 (มาก)	3.46 (น้อย)	3.64 (มาก)	3.93 (มาก)	3.65 (มาก)	3.78 (มาก)
มีการจัดกิจกรรม เช่น งานแสดงภาพถ่าย	3.76 (มาก)	3.48 (น้อย)	3.43 (น้อย)	3.80 (มาก)	3.60 (มาก)	3.68 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.88 (มาก)	3.49 (น้อย)	3.61 (มาก)	3.88 (มาก)	3.69 (มาก)	3.76 (มาก)

จากตารางที่ 31 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.88, 3.61, 3.88, 3.69) ยกเว้นการศึกษามัธยมศึกษาหรือปวช. ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.49)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ การบริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมาคือมีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรือปวช. ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ การบริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมาคือ มีการโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาในระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ มีการโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมาคือ การบริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาในระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ มีการโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.94) รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ลำดับแรก คือการบริการของพนักงานขาย และมีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคาเท่านั้น (ค่าเฉลี่ย 3.80) รองลงมาคือ มีการโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลในการเลือกใช้บริการโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัด  
เชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ					รวม
	นักเรียน นักศึกษา	รับราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน บริษัทเอกชน	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
คุณภาพสินค้า	4.16 (มาก)	3.93 (มาก)	4.03 (มาก)	3.82 (มาก)	4.05 (มาก)	4.03 (มาก)
สินค้ามีให้เลือกหลาย ประเภท	3.81 (มาก)	3.82 (มาก)	3.91 (มาก)	3.75 (มาก)	3.91 (มาก)	3.83 (มาก)
มีข้อสินค้าเป็นที่รู้จัก	3.81 (มาก)	3.79 (มาก)	3.63 (มาก)	3.61 (มาก)	3.70 (มาก)	3.73 (มาก)
ความมีเอกลักษณ์ของ สินค้า	3.86 (มาก)	4.04 (มาก)	3.94 (มาก)	3.69 (มาก)	3.80 (มาก)	3.84 (มาก)
มีร้านอาหารมีเพียงพอและ มีหลากหลายชนิด	3.74 (มาก)	3.50 (มาก)	3.69 (มาก)	3.61 (มาก)	3.64 (มาก)	3.66 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.87 (มาก)	3.81 (มาก)	3.84 (มาก)	3.70 (มาก)	3.82 (มาก)	3.82 (มาก)

จากตารางที่ 32 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญ  
โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.87, 3.81, 3.84, 3.70, 3.82)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ใ้  
ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ คุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.16, 4.03)  
รองลงมาคือความมีเอกลักษณ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.86, 3.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ ความมีเอกลักษณ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมาคือ คุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัวและอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ คุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.82, 4.05) รองลงมาคือ สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.75, 3.91)

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ					รวม
	นักเรียน นักศึกษา	รับราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน บริษัทเอกชน	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคาสินค้าเหมาะสม	3.94 (มาก)	3.82 (มาก)	3.97 (มาก)	3.80 (มาก)	4.16 (มาก)	3.94 (มาก)
มีป้ายราคาที่ชัดเจน	3.70 (มาก)	3.79 (มาก)	4.13 (มาก)	3.70 (มาก)	3.95 (มาก)	3.80 (มาก)
มีหลายระดับราคาให้เลือก	3.96 (มาก)	3.64 (มาก)	3.84 (มาก)	3.61 (มาก)	4.16 (มาก)	3.87 (มาก)
สามารถต่อรองราคาได้	3.66 (มาก)	3.71 (มาก)	3.81 (มาก)	3.67 (มาก)	3.89 (มาก)	3.72 (มาก)
บริการรับบัตรเครดิต	3.76 (มาก)	3.79 (มาก)	3.84 (มาก)	3.62 (มาก)	3.91 (มาก)	3.76 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.80 (มาก)	3.75 (มาก)	3.92 (มาก)	3.68 (มาก)	4.01 (มาก)	3.82 (มาก)

จากตารางที่ 33 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.80, 3.75, 3.92, 3.68, 4.01)

ในปัจจุบันย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.96) รองลงมาคือราคาสินค้าเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ ราคาสินค้าเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมาคือ มีป้ายราคาที่ชัดเจน และ บริการรับบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ มีป้ายราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาคือ ราคาสินค้าเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ ราคาสินค้าเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.80) รองลงมาคือ มีป้ายราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ ราคาสินค้าเหมาะสม และมีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมาคือ มีป้ายราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่  
จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านสถานที่	อาชีพ					รวม
	นักเรียน นักศึกษา	รับ ราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน บริษัทเอกชน	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
สถานที่ตั้ง โครงการ สะดวกในการเดินทาง	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)	3.87 (มาก)	4.27 (มาก)	4.06 (มาก)
ที่จอดรถเพียงพอ	3.97 (มาก)	3.82 (มาก)	4.03 (มาก)	3.79 (มาก)	4.07 (มาก)	3.94 (มาก)
การจัดสินค้าภายในร้าน สวยงาม	4.01 (มาก)	3.68 (มาก)	3.94 (มาก)	3.57 (มาก)	4.00 (มาก)	3.87 (มาก)
การออกแบบร้านค้าที่มี เอกลักษณ์	3.90 (มาก)	3.89 (มาก)	3.88 (มาก)	3.67 (มาก)	3.84 (มาก)	3.84 (มาก)
บรรยากาศภายในร้านค้า	3.80 (มาก)	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	3.61 (มาก)	3.93 (มาก)	3.81 (มาก)
การจัดแบ่งโซนร้านค้า อย่างเหมาะสม	3.66 (มาก)	3.71 (มาก)	3.72 (มาก)	3.67 (มาก)	3.93 (มาก)	3.72 (มาก)
การบริการการจัดส่ง สินค้า	3.70 (มาก)	3.71 (มาก)	3.75 (มาก)	3.59 (มาก)	3.82 (มาก)	3.70 (มาก)
เวลาเปิดร้าน	3.73 (มาก)	3.79 (มาก)	3.78 (มาก)	3.49 (น้อย)	3.70 (มาก)	3.69 (มาก)
เวลาปิดร้าน	3.89 (มาก)	3.71 (มาก)	3.72 (มาก)	3.49 (น้อย)	3.70 (มาก)	3.74 (มาก)
มีห้องนำสะอาด	3.83 (มาก)	3.86 (มาก)	3.88 (มาก)	3.64 (มาก)	3.91 (มาก)	3.81 (มาก)
มีที่นั่งพักระหว่าง ทางเดิน	3.70 (มาก)	3.64 (มาก)	3.75 (มาก)	3.62 (มาก)	3.70 (มาก)	3.68 (มาก)
มีบริการน้ำดื่มฟรี	3.57 (มาก)	3.75 (มาก)	3.75 (มาก)	3.54 (มาก)	3.82 (มาก)	3.64 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.82 (มาก)	3.79 (มาก)	3.86 (มาก)	3.63 (มาก)	3.89 (มาก)	3.79 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.82, 3.79, 3.86, 3.63, 3.89)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ สถานที่ตั้งโครงการสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมาคือการจัดสินค้าภายในร้านสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.01)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ สถานที่ตั้งโครงการสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือ การออกแบบร้านค้าที่มีเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพธุรกิจส่วนตัวและอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ สถานที่ตั้งโครงการสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.13, 3.87, 4.27) รองลงมาคือ ที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.03, 3.79, 4.07)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved



ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	อาชีพ					รวม
	นักเรียน นักศึกษา	รับ ราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน บริษัทเอกชน	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การบริการของพนักงาน ขาย	3.94 (มาก)	3.86 (มาก)	3.88 (มาก)	3.70 (มาก)	3.89 (มาก)	3.86 (มาก)
มีการโฆษณา	3.87 (มาก)	3.89 (มาก)	4.00 (มาก)	3.43 (น้อย)	3.89 (มาก)	3.79 (มาก)
มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา	3.83 (มาก)	3.82 (มาก)	3.91 (มาก)	3.34 (น้อย)	3.82 (มาก)	3.73 (มาก)
การจัดงานแสดงสินค้า ต่าง ๆ	3.77 (มาก)	3.93 (มาก)	3.84 (มาก)	3.49 (มาก)	3.80 (มาก)	3.74 (มาก)
การประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารกิจกรรม	3.88 (มาก)	3.86 (มาก)	3.91 (มาก)	3.31 (น้อย)	4.05 (มาก)	3.78 (มาก)
มีการจัดกิจกรรม เช่น งาน แสดงภาพถ่าย	3.66 (มาก)	3.89 (มาก)	3.84 (มาก)	3.48 (น้อย)	3.77 (มาก)	3.68 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.82 (มาก)	3.88 (มาก)	3.90 (มาก)	3.46 (น้อย)	3.87 (มาก)	3.76 (มาก)

จากตารางที่ 35 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.82, 3.88, 3.90, 3.87) ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 3.46)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.94) รองลงมาคือการประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารกิจกรรม(ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.93) รองลงมาคือ มีการโฆษณา และการจัดการกิจกรรม เช่น งานแสดงภาพถ่าย เท่กัน (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ มีการโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา และการประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารกิจกรรม เท่กัน (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.70) รองลงมาคือ การจัดงานแสดงสินค้าต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.49)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ การประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมาคือ การบริการของพนักงานขาย และมีการโฆษณา เท่กัน (ค่าเฉลี่ย 3.89)

#### ด้านพฤติกรรม จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งเสริมการขายที่สนใจ จำแนกตามเพศ

การส่งเสริมการขายที่สนใจ	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน n=132	ร้อยละ	จำนวน n=148	ร้อยละ	จำนวน n=280	ร้อยละ
การลดราคาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ	64	48.5	94	63.5	158	56.4
บัตรสมาชิกของโครงการเพื่อเป็นส่วนลดทุกร้านค้า	48	36.4	53	35.8	101	36.1
ของแถม	72	54.5	88	59.5	160	57.1
ของแจก	70	53.0	85	57.4	155	55.4
อุปองเงินสด	24	18.2	23	15.5	47	16.8

หมายเหตุ: คอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 36 พบว่า การส่งเสริมการขายที่สนใจ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย การส่งเสริมการขายที่สนใจ 2 ลำดับแรกคือ ของแถม ร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ ของแจก ร้อยละ 53.0

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง การส่งเสริมการขายที่สนใจ 2 ลำดับแรกคือ การลดราคาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ร้อยละ 63.5 รองลงมาคือ ของแถม ร้อยละ 59.5

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ จากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

การซื้อสินค้าหรือใช้บริการ จาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน n=132	ร้อยละ	จำนวน n=148	ร้อยละ	จำนวน n=280	ร้อยละ
ของที่ระลึก	62	47.0	78	52.7	140	50.0
ของตกแต่งบ้าน	48	36.4	46	31.1	94	33.6
เสื้อผ้า	26	19.7	44	29.7	70	25.0
รับประทานอาหาร	59	44.7	54	36.5	113	40.4
เครื่องประดับ	37	28.0	59	39.9	96	34.3
สินค้าในโครงการหลวง	19	14.4	21	14.2	40	14.3
เฟอร์นิเจอร์	22	16.7	22	14.9	44	15.7

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 37 พบว่า ประเภทการซื้อสินค้าหรือใช้บริการจากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย การซื้อสินค้าหรือใช้บริการ 2 ลำดับแรกคือ ของที่ระลึก ร้อยละ 47.0 รองลงมาคือ รับประทานอาหาร ร้อยละ 44.7

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ประเภทการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ 2 ลำดับแรกคือ ของที่ระลึก ร้อยละ 52.7 รองลงมาคือ เครื่องประดับ ร้อยละ 39.9

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง ที่โครงการเจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง ที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัด เชียงใหม่	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	38	28.8	44	29.7	82	29.3
501-1,000 บาท	52	39.4	58	39.2	110	39.3
1,501-2,500 บาท	16	12.1	13	8.8	29	10.4
2,501-3,500 บาท	14	10.6	18	12.2	32	11.4
3,501-4,500 บาท	8	6.1	9	6.1	17	6.1
4,501-5,500 บาท	2	1.5	2	1.4	4	1.4
5,001 บาทขึ้นไป	2	1.5	4	2.7	6	2.1
<b>รวม</b>	<b>132</b>	<b>100.0</b>	<b>148</b>	<b>100.0</b>	<b>280</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 38 พบว่าจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง 2 ลำดับแรกคือ 501-1,000 บาท ร้อยละ 39.4, 39.2 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 28.8, 29.7

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้า ที่โครงการเจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด จำแนกตามเพศ

ช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้า ที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัด เชียงใหม่มากที่สุด	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
9.00-12.00 น.	29	22.0	30	20.3	59	21.1
12.00-15.00 น.	35	26.5	37	25.0	72	25.7
15.00-18.00 น.	20	15.2	23	15.5	43	15.4
18.00-20.00 น.	21	15.9	35	23.6	56	20.0
20.00-22.00 น.	24	18.2	21	14.2	45	16.1
22.00 เป็นต้นไป	3	2.3	2	1.4	5	1.8
รวม	132	100.0	148	100.0	280	100.0

จากตารางที่ 39 พบว่าช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้าที่ โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้า 2 ลำดับแรกคือ 12.00-15.00 น ร้อยละ 26.5 รองลงมาคือ 9.00-12.00 น ร้อยละ 22.0

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้า 2 ลำดับแรกคือ 12.00-15.00 น ร้อยละ 25.0 รองลงมาคือ 18.00-20.00 น. ร้อยละ 23.6

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสมาเชียงใหม่จะมาใช้บริการที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ อีก จำแนกตามเพศ

โอกาสมาเชียงใหม่จะมาใช้บริการที่ โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัด เชียงใหม่ อีก	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มา	128	97.0	142	95.9	270	96.4
ไม่มา	4	3.0	6	4.1	10	3.6
<b>รวม</b>	<b>132</b>	<b>100.0</b>	<b>148</b>	<b>100.0</b>	<b>280</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 40 พบว่า โอกาสมาเชียงใหม่จะมาใช้บริการที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่อีก ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง จะมาใช้บริการที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่อีก ร้อยละ 97.0, 95.9

### 9. ด้านพฤติกรรม จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งเสริมการขายที่สนใจ จำแนกตามอายุ

การส่งเสริมการขายที่สนใจ	อายุ										รวม n=280	
	ต่ำกว่า 20 ปี n=44		20-30 ปี n=138		31-40 ปี n=51		41-50 ปี n=33		มากกว่า 50 ปี n=14			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การลดราคาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ	16	36.4	82	59.4	37	72.5	15	45.5	8	57.1	158	56.4
บัตรสมาชิกของโครงการเพื่อเป็นส่วนลดทุกร้านค้า	10	22.7	55	39.9	19	37.3	15	45.5	2	14.3	101	36.1
ของแถม	26	59.1	80	58.0	32	62.7	13	39.4	9	64.3	160	57.1
ของแจก	29	65.9	75	54.3	23	45.1	18	54.5	10	71.4	155	55.4
คูปองเงินสด	4	9.1	26	18.8	7	13.7	9	27.3	1	7.1	47	16.8

จากตารางที่ 41 พบว่า การส่งเสริมการขายที่สนใจ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุมากกว่า 50 ปี การส่งเสริมการขายที่สนใจ 2 ลำดับแรกคือ ของแจก ร้อยละ 65.9, 71.4 รองลงมาคือ ของแถม ร้อยละ 59.1, 64.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี และอายุ 31-40 ปี การส่งเสริมการขายที่สนใจ 2 ลำดับแรกคือ การลดราคาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ร้อยละ 59.4, 72.5 รองลงมาคือ ของแถม ร้อยละ 58.0, 62.7

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี การส่งเสริมการขายที่สนใจ 2 ลำดับแรกคือ ของแจก ร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ การลดราคาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ และบัตรสมาชิกของโครงการเพื่อเป็นส่วนลดทุกร้านค้า ร้อยละ 45.5

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ จาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ประเภทการซื้อสินค้า หรือใช้บริการ จาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	อายุ										รวม n=280	
	ต่ำกว่า 20 ปี n=44		20-30 ปี n=138		31-40 ปี n=51		41-50 ปี n=33		มากกว่า 50 ปี n=14			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ของที่ระลึก	29	65.9	68	49.3	21	41.2	14	42.4	8	57.1	140	50.0
ของตกแต่งบ้าน	9	20.5	51	37.0	13	25.5	18	54.5	3	21.4	94	33.6
เสื้อผ้า	11	25.0	34	24.6	11	21.6	10	30.3	4	28.6	70	25.0
รับประทานอาหาร	14	31.8	57	41.3	19	37.3	15	45.5	8	57.1	113	40.4
เครื่องประดับ	18	40.9	50	36.2	14	27.5	6	18.2	8	57.1	96	34.3
สินค้าในโครงการหลวง	5	11.4	21	15.2	9	17.6	3	9.1	2	14.3	40	14.3
เฟอร์นิเจอร์	2	4.5	21	15.2	30	58.8	8	24.2	-	-	44	15.7

จากตารางที่ 42 พบว่า ประเภทการซื้อสินค้าหรือใช้บริการจากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี การซื้อสินค้าหรือใช้บริการจากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือของที่ระลึก ร้อยละ 65.9 รองลงมาคือ เครื่องประดับ ร้อยละ 40.9

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี ประเภทการซื้อสินค้าหรือใช้บริการจากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือของที่ระลึก ร้อยละ 49.3 รองลงมาคือ รับประทานอาหาร ร้อยละ 41.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ประเภทการซื้อสินค้าหรือใช้บริการจากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ เฟอร์นิเจอร์ ร้อยละ 58.8 รองลงมาคือ ของที่ระลึก ร้อยละ 41.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี ประเภทการซื้อสินค้าหรือใช้บริการจากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ ของตกแต่งบ้าน ร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ รับประทานอาหาร ร้อยละ 45.5



ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 50 ปี ประเภทการซื้อสินค้าหรือใช้บริการจากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ ของที่ระลึก รับประทานอาหาร และเครื่องประดับ ร้อยละ 57.1 รองลงมาคือ เสื้อผ้า ร้อยละ 28.6

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง ที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

จำนวนเงินที่ซื้อ สินค้าหรือใช้ บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง	อายุ										รวม n=280	
	ต่ำกว่า 20 ปี n=44		20-30 ปี n=138		31-40 ปี n=51		41-50 ปี n=33		มากกว่า 50 ปี n=14			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	19	43.2	43	31.2	10	19.6	9	27.3	1	7.1	82	29.3
501-1,000 บาท	12	27.3	64	46.4	17	33.3	13	39.4	4	28.6	110	39.3
1,501-2,500 บาท	4	9.1	11	8.0	8	15.7	4	12.1	2	14.3	29	10.4
2,501-3,500 บาท	5	11.4	13	9.4	8	15.7	3	9.1	3	21.4	32	11.4
3,501-4,500 บาท	2	4.5	3	2.2	6	11.8	3	9.1	3	21.4	17	6.1
4,501-5,500 บาท	1	2.3	1	0.7	1	2.0	1	3.0	0	0.0	4	1.4
5,001 บาทขึ้นไป	1	2.3	3	2.2	1	2.0	0	0.0	1	7.1	6	2.1
รวม	44	100.0	138	100.0	51	100.0	33	100.0	14	100.0	280	100.0

จากตารางที่ 43 พบว่า จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง 2 ลำดับแรกคือต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 43.2 รองลงมาคือ 501-1,000 บาท ร้อยละ 27.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี และ อายุ 41-50 ปี จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง 2 ลำดับแรกคือ 501-1,000 บาท ร้อยละ 46.4, 33.3, 39.4 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 31.2, 19.6, 27.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 50 ปี การซื้อสินค้าหรือใช้บริการ 2 ลำดับแรกคือ 501-1,000 บาท ร้อยละ 28.6 รองลงมาคือ 2,501-3,500 บาท และ 3,501-4,500 บาท ร้อยละ 21.4

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่สะดวกลูกเลือกซื้อสินค้าที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด จำแนกตามอายุ

ช่วงเวลาที่สะดวกลูกเลือกซื้อสินค้าที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต มากที่สุด	อายุ										รวม n=280	
	ต่ำกว่า 20 ปี n=44		20-30 ปี n=138		31-40 ปี n=51		41-50 ปี n=33		มากกว่า 50 ปี n=14			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
9.00-12.00 น.	19	43.2	26	18.8	8	15.7	19	43.2	26	18.8	8	15.7
12.00-15.00 น.	6	13.6	37	26.8	17	33.3	6	13.6	37	26.8	17	33.3
15.00-18.00 น.	5	11.4	20	14.5	9	17.6	5	11.4	20	14.5	9	17.6
18.00-20.00 น.	8	18.2	32	23.2	10	19.6	8	18.2	32	23.2	10	19.6
20.00-22.00 น.	4	9.1	21	15.2	6	11.8	4	9.1	21	15.2	6	11.8
22.00 เป็นต้นไป	2	4.5	2	1.4	1	2.0	2	4.5	2	1.4	1	2.0
รวม	44	100.0	138	100.0	51	100.0	44	100.0	138	100.0	51	100.0

จากตารางที่ 44 พบว่า ช่วงเวลาที่สะดวกลูกเลือกซื้อสินค้าที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี ช่วงเวลาที่สะดวกลูกเลือกซื้อสินค้าที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรก คือ 9.00-12.00 น. ร้อยละ 43.2 รองลงมาคือ 18.00-20.00 น. ร้อยละ 18.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุมากกว่า 50 ปี ช่วงเวลาที่สะดวกลูกเลือกซื้อสินค้าที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรก คือ 12.00-15.00 น. ร้อยละ 26.8, 33.3, 26.8 รองลงมาคือ 18.00-20.00 น. ร้อยละ 23.2, 19.6, 23.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี ช่วงเวลาที่สะดวกลูกเลือกซื้อสินค้าที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรก คือ 9.00-12.00 น. ร้อยละ 43.2 รองลงมาคือ 18.00-20.00 น. ร้อยละ 18.2

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสมาเชียงใหม่จะมาใช้บริการ ที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ อีก จำแนกตามอายุ

โอกาสมาเชียงใหม่ จะมาใช้บริการที่ โครงการ เจ เจ มาร์ เก็ต จังหวัด เชียงใหม่อีก	อายุ										รวม n=280	
	ต่ำกว่า 20 ปี n=44		20-30 ปี n=138		31-40 ปี n=51		41-50 ปี n=33		มากกว่า 50 ปี n=14			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มา	41	93.2	136	98.6	49	96.1	30	90.9	14	100.0	270	96.4
ไม่มา	3	6.8	2	1.4	2	3.9	3	9.1	0	0.0	10	3.6
รวม	44	100.0	138	100.0	51	100.0	33	100.0	14	100.0	280	100.0

จากตารางที่ 45 พบว่า โอกาสมาเชียงใหม่จะมาใช้บริการที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุจะมาใช้บริการอีก ร้อยละ 93.2, 98.6, 96.1, 90.9 และ 100.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

## 10. ด้านพฤติกรรม จำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งเสริมการขายที่สนใจ จำแนกตามระดับการศึกษา

การส่งเสริมการขายที่สนใจ	ระดับการศึกษา										รวม n=280	
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา n=37		มัธยมศึกษา หรือปวช. n=52		อนุปริญญา หรือปวส. n=28		ปริญญาตรี n=143		สูงกว่า ปริญญาตรี n=20			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การลดราคาในช่วง เทศกาลต่าง ๆ	15	40.5	26	50.0	14	50.0	94	65.7	9	45.0	158	56.4
บัตรสมาชิกของ โครงการเพื่อเป็น ส่วนลดทุกร้านค้า	11	29.7	11	21.2	20	71.4	52	36.4	7	35.0	101	36.1
ของแถม	22	59.5	25	48.1	16	57.1	90	62.9	7	35.0	160	57.1
ของแจก	21	56.8	28	53.8	13	46.4	82	57.3	11	55.0	155	55.4
คู่มือเงินสด	6	16.2	7	13.5	6	21.4	25	17.5	3	15.0	47	16.8

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 46 พบว่าการส่งเสริมการขายที่สนใจ ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษา การส่งเสริมการขายที่สนใจ 2 ลำดับแรกคือ ของแถม ร้อยละ 59.5 รองลงมาคือ ของแจก ร้อยละ 56.8

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือปวช. การส่งเสริมการขายที่สนใจ 2 ลำดับแรกคือ ของแจก ร้อยละ 53.8 รองลงมาคือ การลดราคาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ร้อยละ 50.0

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับมัธยมศึกษาอนุปริญญาหรือปวส. การส่งเสริมการขายที่สนใจ 2 ลำดับแรกคือ บัตรสมาชิกของโครงการเพื่อเป็นส่วนลดทุกร้านค้า ร้อยละ 71.4 รองลงมาคือ ของแถม ร้อยละ 57.1

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับปริญญาตรี การส่งเสริมการขายที่สนใจ 2 ลำดับแรกคือ การลดราคาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ร้อยละ 65.7 รองลงมาคือ ของแถม ร้อยละ 62.9

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี การส่งเสริมการขายที่สนใจ 2 ลำดับแรกคือ ของแจก ร้อยละ 55.0 รองลงมาคือ การลดราคาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ร้อยละ 45.0

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ที่โครงการเจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ประเภทการซื้อ สินค้าหรือใช้บริการ จากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัด เชียงใหม่	ระดับการศึกษา										รวม n=280	
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา n=37		มัธยมศึกษา หรือปวช. n=52		อนุปริญญา หรือปวส. n=28		ปริญญาตรี n=143		สูงกว่า ปริญญาตรี n=20			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ของที่ระลึก	23	62.2	27	51.9	16	57.1	65	45.5	9	45.0	140	50.0
ของตกแต่งบ้าน	12	32.4	16	30.8	8	28.6	49	34.3	9	45.0	94	33.6
เสื้อผ้า	10	27.0	13	25.0	5	17.9	39	27.3	3	15.0	70	25.0
รับประทานอาหาร	19	51.4	16	30.8	8	28.6	66	46.2	4	20.0	113	40.4
เครื่องประดับ	10	27.0	26	50.0	12	42.9	42	29.4	6	30.0	96	34.3
สินค้าในโครงการ หลวง	1	2.7	6	11.5	4	14.3	25	17.5	4	20.0	40	14.3
เฟอร์นิเจอร์	3	8.1	5	9.6	4	14.3	26	18.2	6	30.0	44	15.7

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 47 พบว่าประเภทการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา การซื้อสินค้าหรือใช้บริการ 2 ลำดับแรกคือ ของที่ระลึก ร้อยละ 62.2 รองลงมาคือ รับประทานอาหาร ร้อยละ 51.4

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือปวช. ระดับอนุปริญญาหรือปวส. ประเภทการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ 2 ลำดับแรกคือ ของที่ระลึก ร้อยละ 51.9, 57.1 รองลงมาคือ เครื่องประดับ ร้อยละ 50.0, 42.9

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับปริญญาตรี ประเภทการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ 2 ลำดับแรกคือ การรับประทานอาหาร ร้อยละ 46.2 รองลงมาคือ ของที่ระลึก ร้อยละ 45.5

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ประเภทการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ 2 ลำดับแรกคือ ของที่ระลึก และของตกแต่งบ้าน ร้อยละ 45.0 รองลงมาคือ เครื่องประดับ และเฟอร์นิเจอร์ ร้อยละ 30.0

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง ที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

จำนวนเงินที่ซื้อ สินค้าหรือใช้บริการ ต่อการซื้อ 1 ครั้ง	ระดับการศึกษา										รวม n=280	
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา		มัธยมศึกษา หรือปวช.		อนุปริญญา หรือปวส.		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	17	45.9	14	26.9	8	28.6	43	30.1	0	0.0	82	29.3
501-1,000 บาท	7	18.9	23	44.2	12	42.9	60	42.0	8	40.0	110	39.3
1,501-2,500 บาท	4	10.8	6	11.5	3	10.7	11	7.7	5	25.0	29	10.4
2,501-3,500 บาท	7	18.9	6	11.5	2	7.1	15	10.5	2	10.0	32	11.4
3,501-4,500 บาท	2	5.4	2	3.8	1	3.6	8	5.6	4	20.0	17	6.1
4,501-5,500 บาท	0	0.0	1	1.9	0	0.0	3	2.1	0	0.0	4	1.4
5,001 บาทขึ้นไป	0	0.0	0	0.0	2	7.1	3	2.1	1	5.0	6	2.1
รวม	37	100.0	52	100.0	28	100.0	143	100.0	20	100.0	280	100.0

จากตารางที่ 48 พบว่าจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษา จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง

2 ลำดับแรกคือ ต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 45.9 รองลงมาคือ 501-1,000 บาท และ 2,501-3,500 บาท ร้อยละ 18.9

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือปวช. ระดับอนุปริญญาหรือปวส. ปริญญาตรี จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง 2 ลำดับแรกคือ 501-1,000 บาท ร้อยละ 44.2, 42.9 และ 42.0 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 26.9, 28.6 และ 30.1

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง 2 ลำดับแรกคือ 501-1,000 บาท ร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ 1,501-2,500 บาท ร้อยละ 25.0

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้าที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด จำแนกตามระดับการศึกษา

ช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้าที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต มากที่สุด	ระดับการศึกษา										รวม n=280	
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา		มัธยมศึกษาหรือปวช.		อนุปริญญาหรือปวส.		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
9.00-12.00 น.	14	37.8	15	28.8	3	10.7	25	17.5	2	10.0	59	21.1
12.00-15.00 น.	7	18.9	8	15.4	5	17.9	42	29.4	10	50.0	72	25.7
15.00-18.00 น.	6	16.2	8	15.4	7	25.0	20	14.0	2	10.0	43	15.4
18.00-20.00 น.	4	10.8	7	13.5	8	28.6	37	25.9	0	0.0	56	20.0
20.00-22.00 น.	4	10.8	12	23.1	5	17.9	18	12.6	6	30.0	45	16.1
22.00 เป็นต้นไป	2	5.4	2	3.8	0	0.0	1	0.7	0	0.0	5	1.8
รวม	37	100.0	52	100.0	28	100.0	143	100.0	20	100.0	280	100.0

จากตารางที่ 49 พบว่าช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้ามากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถาม การศึกษาดำรงระดับมัธยมศึกษา ช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้า 2 ลำดับแรกคือ 9.00-12.00 น. ร้อยละ 37.8 รองลงมาคือ 12.00-15.00 น. ร้อยละ 18.9

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือปวช. ช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้า 2 ลำดับแรกคือ 9.00-12.00 น. ร้อยละ 28.8 รองลงมาคือ 20.00-22.00 น. ร้อยละ 23.1

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือปวส. ช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้า 2 ลำดับแรกคือ 18.00-20.00 น. ร้อยละ 28.6 รองลงมาคือ 15.00-18.00 น. ร้อยละ 25.0

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับปริญญาตรี ช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้า 2 ลำดับแรกคือ 12.00-15.00 น. ร้อยละ 29.4 รองลงมาคือ 18.00-20.00 น. ร้อยละ 25.9

ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้า 2 ลำดับแรกคือ 12.00-15.00 น. ร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ 20.00-22.00 น. ร้อยละ 30.0

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสมาเชียงใหม่จะมาใช้บริการ ที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ อีก จำแนกตามระดับการศึกษา

โอกาสมาเชียงใหม่ จะมาใช้บริการที่ โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัด เชียงใหม่ อีก	ระดับการศึกษา										รวม n=280	
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา		มัธยมศึกษา หรือปวช.		อนุปริญญา หรือปวส		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มา	37	100.0	49	94.2	28	100.0	137	95.8	19	95.0	270	96.4
ไม่มา	0	0.0	3	5.8	0	0.0	6	4.2	1	5.0	10	3.6
รวม	37	100.0	52	100.0	28	100.0	143	100.0	20	100.0	280	100.0

จากตารางที่ 50 พบว่าโอกาสมาเชียงใหม่จะมาใช้บริการที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ตจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา จะมาใช้บริการที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่อีก ร้อยละ 100, 94.2, 100, 95.8 และ 95.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved



## 11.ด้านพฤติกรรม จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งเสริมการขายที่สนใจ จำแนกตามอาชีพ

การส่งเสริมการขายที่สนใจ	อาชีพ										รวม n=280	
	นักเรียน/ นักศึกษา n=115		รับราชการ n=28		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ n=32		ธุรกิจส่วนตัว n=61		พนักงาน บริษัทเอกชน n=44			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การลดราคาในช่วง เทศกาลต่าง ๆ	52	45.2	19	67.9	21	65.6	34	55.7	32	72.7	158	56.4
บัตรสมาชิกของ โครงการเพื่อเป็น ส่วนลดทุกร้านค้า	32	27.8	11	39.3	16	50.0	25	41.0	17	38.6	101	36.1
ของแถม	66	57.4	18	64.3	16	50.0	31	50.8	29	65.9	160	57.1
ของแจก	74	64.3	19	67.9	15	46.9	32	52.5	15	34.1	155	55.4
คูปองเงินสด	15	13.0	6	21.4	7	21.9	10	16.4	9	20.5	47	16.8

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 51 พบว่าการส่งเสริมการขายที่สนใจ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน นักศึกษา การส่งเสริมการขายที่สนใจ 2 ลำดับแรกคือ ของแจก ร้อยละ 64.3 รองลงมาคือ ของแถม ร้อยละ 57.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ การส่งเสริมการขายที่สนใจ 2 ลำดับแรกคือ การลดราคาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ และของแจก ร้อยละ 67.9 รองลงมาคือ ของแถม ร้อยละ 64.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ การส่งเสริมการขายที่สนใจ 2 ลำดับแรกคือ การลดราคาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ร้อยละ 65.6 รองลงมาคือ บัตรสมาชิกของโครงการเพื่อเป็นส่วนลดทุกร้านค้า และของแถม ร้อยละ 50.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว การส่งเสริมการขายที่สนใจ 2 ลำดับแรกคือ การลดราคาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ร้อยละ 55.7 รองลงมาคือ ของแจก ร้อยละ 52.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน การส่งเสริมการ 2 ลำดับแรกคือ การลดราคา ในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ร้อยละ 72.7 รองลงมาคือ ของแถม ร้อยละ 65.9

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ประเภทการซื้อสินค้า หรือใช้บริการจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	อาชีพ										รวม n=280	
	นักเรียน/ นักศึกษา n=115		รับราชการ n=28		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ n=32		ธุรกิจ ส่วนตัว n=61		พนักงาน บริษัทเอกชน n=44			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ของที่ระลึก	61	53.0	10	35.7	17	53.1	28	45.9	24	54.5	140	50.0
ของตกแต่งบ้าน	33	28.7	13	46.4	10	31.3	21	34.4	17	38.6	94	33.6
เสื้อผ้า	26	22.6	5	17.9	11	34.4	19	31.1	9	20.5	70	25.0
รับประทานอาหาร	36	31.3	11	39.3	12	37.5	32	52.5	22	50.0	113	40.4
เครื่องประดับ	42	36.5	6	21.4	10	31.3	27	44.3	11	25.0	96	34.3
สินค้าในโครงการ หลวง	13	11.3	6	21.4	4	12.5	8	13.1	9	20.5	40	14.3
เฟอร์นิเจอร์	11	9.6	9	32.1	8	25.0	5	8.2	11	25.0	44	15.7

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 52 พบว่าการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ จากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา การซื้อสินค้าหรือใช้บริการ จากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ ของที่ระลึก ร้อยละ 53.0 รองลงมาคือ เครื่องประดับ ร้อยละ 36.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ การซื้อสินค้าหรือใช้บริการ จากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ ของตกแต่งบ้าน ร้อยละ 46.4 รองลงมาคือ รับประทานอาหาร ร้อยละ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ การซื้อสินค้าหรือใช้บริการ จากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ ของที่ระลึก ร้อยละ 53.1 รองลงมาคือ รับประทานอาหาร ร้อยละ 37.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว การซื้อสินค้าหรือใช้บริการ จากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ รับประทานอาหาร ร้อยละ 52.5 รองลงมาคือ ของที่ระลึก ร้อยละ 45.9

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน การซื้อสินค้าหรือใช้บริการ จากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ 2 ลำดับแรกคือ ของที่ระลึก ร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ รับประทานอาหาร ร้อยละ 50.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง ที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

จำนวนเงินที่ซื้อ สินค้าหรือใช้ บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง	อาชีพ										รวม n=280	
	นักเรียน/ นักศึกษา		รับราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		ธุรกิจส่วนตัว		พนักงาน บริษัทเอกชน			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	52	45.2	1	3.6	2	6.3	14	23.0	13	29.5	82	29.3
501-1,000 บาท	34	29.6	12	42.9	22	68.8	25	41.0	17	38.6	110	39.3
1,501-2,500 บาท	8	7.0	5	17.9	4	12.5	9	14.8	3	6.8	29	10.4
2,501-3,500 บาท	13	11.3	2	7.1	3	9.4	10	16.4	4	9.1	32	11.4
3,501-4,500 บาท	5	4.3	6	21.4	1	3.1	0	0.0	5	11.4	17	6.1
4,501-5,500 บาท	0	0.0	1	3.6	0	0.0	2	3.3	1	2.3	4	1.4
5,001 บาทขึ้นไป	3	2.6	1	3.6	0	0.0	1	1.6	1	2.3	6	2.1
รวม	115	100.0	28	100.0	32	100.0	61	100.0	44	100.0	280	100.0

จากตารางที่ 53 พบว่าจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง 2 ลำดับแรกคือ ต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 45.2 รองลงมาคือ 501-1,000 บาท ร้อยละ 29.6

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง 2 ลำดับแรกคือ 501-1,000 บาท ร้อยละ 42.9 รองลงมาคือ 3,501-4,500 บาท ร้อยละ 21.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง 2 ลำดับแรกคือ 501-1,000 บาท ร้อยละ 68.8 รองลงมาคือ 1,501-2,500 บาท ร้อยละ 12.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง 2 ลำดับแรกคือ 501-1,000 บาท ร้อยละ 41.0 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 23.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง 2 ลำดับแรกคือ 501-1,000 บาท ร้อยละ 38.6 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 29.5

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้า ที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด จำแนกตามอาชีพ

ช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้าที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต มากที่สุด	อาชีพ										รวม n=280	
	นักเรียน/นักศึกษา		รับราชการ		พนักงานรัฐวิสาหกิจ		ธุรกิจส่วนตัว		พนักงานบริษัทเอกชน			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
9.00-12.00 น	35	30.4	2	7.1	6	18.8	8	1301	8	18.2	59	21.1
12.00-15.00 น	24	20.9	10	35.7	9	28.1	16	26.2	13	29.5	72	25.7
15.00-18.00 น.	14	12.2	5	17.9	7	21.9	8	13.1	9	20.5	43	15.4
18.00-20.00 น.	28	24.3	5	17.9	8	25.0	9	14.8	6	13.6	56	20.0
20.00-22.00 น.	11	9.6	6	21.4	2	6.3	19	31.1	7	15.9	45	16.1
22.00 เป็นต้นไป	3	2.6	0	0.0	0	0.0	1	1.6	1	2.3	5	1.8
รวม	115	100.0	28	100.0	32	100.0	61	100.0	44	100.0	280	100.0

จากตารางที่ 54 พบว่า ช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้ามากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้า 2 ลำดับแรก คือ 9.00-12.00 ร้อยละ 30.4 รองลงมาคือ 18.00-20.00 ร้อยละ 24.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ ช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้ามากที่สุด 2 ลำดับแรกคือ 12.00-15.00 ร้อยละ 35.7 รองลงมาคือ 20.00-22.00 ร้อยละ 21.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้า มากที่สุด 2 ลำดับแรกคือ 12.00-15.00 ร้อยละ 28.1 รองลงมาคือ 18.00-20.00 ร้อยละ 25.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้า มากที่สุด 2 ลำดับแรกคือ 20.00-22.00 ร้อยละ 31.1 รองลงมาคือ 12.00-15.00 ร้อยละ 26.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้า มากที่สุด 2 ลำดับแรกคือ 12.00-15.00 น. ร้อยละ 29.5 รองลงมาคือ 15.00-18.00 ร้อยละ 20.5

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสมาเชียงใหม่จะมาใช้บริการ ที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่อีก จำแนกตามอาชีพ

โอกาสมา เชียงใหม่จะมา ใช้บริการที่ โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ อีก	อาชีพ										รวม n=280	
	นักเรียน/ นักศึกษา		รับราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		ธุรกิจส่วนตัว		พนักงาน บริษัทเอกชน			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มา	114	99.1	28	100.0	30	93.8	56	91.8	42	95.5	270	96.4
ไม่มา	1	0.9	0	0.0	2	6.3	5	8.2	2	4.5	10	3.6
รวม	115	100.0	28	100.0	32	100.0	61	100.0	44	100.0	280	100.0

จากตารางที่ 55 พบว่า โอกาสมาเชียงใหม่จะมาใช้บริการที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่อีก ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ จะมาใช้บริการที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่อีก ร้อยละ 99.1, 100.0, 93.8, 91.8 และ 95.5

## ภาคผนวก ก หนังสืออนุญาต

หนังสือยินยอมให้ข้อมูลเพื่อการศึกษา และเผยแพร่ผลการศึกษา

เขียนที่ .....

วันที่ 1 เมษายน 2560

โดยหนังสือฉบับนี้ ข้าพเจ้า นาย/นาง/นางสาว ..... (ผู้มีอำนาจลงนาม)  
 บริษัท ..... จำกัด ..... ตั้งอยู่เลขที่ ..... ถนน.....  
 ตำบล..... อำเภอ..... จังหวัด..... ขอทำหนังสือฉบับนี้เพื่อเป็นหลักฐานแสดงว่าข้าพเจ้าได้  
 รับทราบและยินยอมให้ นาย/นาง/นางสาว .....  
 รหัสนักศึกษา ..... สังกัด .....  
 ผู้ทำการค้นคว้าแบบอิสระวิทยานิพนธ์ เรื่อง .....  
 เข้ามาศึกษาและเก็บข้อมูล ณ หน่วยงานของข้าพเจ้าตามคำชี้แจงของผู้ศึกษา และอนุญาตให้นำผลการศึกษามาเผยแพร่  
 ผู้สาธารณะได้

ทั้งนี้หากผู้ศึกษาได้กระทำภายในขอบเขตอำนาจของหนังสือยินยอมฉบับนี้ให้มีผลสมบูรณ์และ  
 ขอบเขตกฎหมายทุกประการและหากมีผลกระทบหรือเกิดความเสียหายขึ้นจะไม่มีการเรียกร้องแต่อย่างใด  
 เพื่อเป็นหลักฐานแห่งความยินยอมนี้ ข้าพเจ้าได้ลงลายมือชื่อและประทับตรา (ถ้ามี) ไว้ดัง  
 หน้าพยาน

ลงชื่อ .....  
 (ผู้มีอำนาจลงนาม)  
 ประทับตราองค์กร

ลงชื่อ .....  
 (ผู้ศึกษา)

ลงชื่อ .....  
 (พยาน)

ลงชื่อ .....  
 (พยาน)

**ประวัติผู้เขียน**

ชื่อ

นางสาววิภารัตน์ ไชคอบกิจกุล

วัน เดือน ปี เกิด

25 มกราคม 2513

ประวัติการศึกษา

สำเร็จการศึกษา ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจสาขาวิชาการตลาด  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ปีการศึกษา 2535

ประสบการณ์ทำงาน

ปี 2538-2544 ผู้จัดการสาขา บริษัท แม็คโครออฟฟิศเซ็นเตอร์ จำกัด

ปี 2544-ปัจจุบัน ผู้จัดการสาขา บริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved