

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

การแจกแบบสอบถามต่อผู้ใช้บริการภายในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซาลาดพร้าวได้ทำในวันธรรมดา และวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และนำมาวิเคราะห์ เป็นค่าเฉลี่ยของแต่ละวัน

วัตถุประสงค์ในการทำแบบสอบถามครั้งนี้ เพื่อสามารถที่จะทราบถึงจำนวนประชากร จำแนกตามเพศ อายุผู้ใช้บริการภายในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า รายได้ของลูกค้า สถานภาพ การสมรส อาชีพ ที่พักอาศัยของลูกค้าในแขวงต่าง ๆ ในเขตบางเขน และข้อมูลอื่น ๆ ที่จำเป็น ต่อการศึกษา ทางด้านเศรษฐกิจสังคมของผู้ใช้บริการของศูนย์การค้าแห่งนี้ ในด้านการวิเคราะห์ ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ได้กระทำดังนี้คือ

ก. วิเคราะห์โดยใช้คอมพิวเตอร์ และคอมพิวเตอร์โปรแกรมที่ใช้คือ SPSS ของศูนย์บริการคอมพิวเตอร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยจำแนกข้อมูลต่าง ๆ ออกเป็นตาราง โดยจัดทำเป็นจำนวนเปอร์เซ็นต์ และค่าเปอร์เซ็นต์สะสม เป็นตัวแสดงความสัมพันธ์ กับจำนวนตัวอย่างที่สำรวจทั้งหมด

ข. การแสดงความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลต่าง ๆ โดยวิธีตาราง (One-Way Cross Classifications) โดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS ซึ่งแสดงถึงค่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล ๒ ชนิด ที่ต้องการทราบความสัมพันธ์ โดยแสดงเป็นจำนวนเปอร์เซ็นต์ ของตัวอย่างที่ทำการสำรวจทั้งหมด

แบบสอบถาม ซึ่งใช้สอบถามลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในบริเวณศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซาลาดพร้าว ในวันที่ ๑๕ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๒๗, วันที่ ๑๗ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๒๗ และวันที่ ๑๘ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๒๗ ตั้งแต่เวลา ๐๘.๐๐ - ๑๘.๐๐ น. เป็นเวลา ๓ วัน โดยวิธีการแจกแบบสอบถามให้ลูกค้าผู้เข้ามาใช้บริการในศูนย์การค้าแห่งนี้เป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ จากแบบสอบถามทั้งหมด ๖๐๐ ชุด แต่ได้รับคืนมาเพียง ๕๖๖ ชุด หรือประมาณ ๙๔.๓% ซึ่งสรุปผลต่าง ๆ แสดงได้ดังนี้คือ

๑. จำนวนลูกค้าจำแนกตามเพศ ซึ่งเข้ามาใช้บริการในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา

ตารางที่ ๘.๑

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ชาย	๓๒๐	๕๖.๕	๕๖.๕
หญิง	๒๔๖	๔๓.๕	๑๐๐.๐
รวม	๕๖๖	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐

๒. อายุของผู้เข้ามาใช้บริการในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา

ตารางที่ ๘.๒

ช่วงอายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
< ๒๐	๑๔๒	๒๕.๑	๒๕.๑
๒๑ - ๒๕	๑๙๘	๓๕.๐	๖๐.๑
๒๖ - ๓๐	๑๑๐	๑๙.๔	๗๙.๕
๓๑ - ๓๕	๕๑	๙.๐	๘๘.๕
๓๖ - ๔๐	๓๕	๖.๒	๙๔.๗
๔๑ - ๔๕	๑๒	๒.๑	๙๖.๘
๔๖ - ๕๐	๑๐	๑.๘	๙๘.๖
๕๑ - ๕๕	๕	๐.๙	๙๙.๕
๕๖ - ๖๐	๓	๐.๕	๑๐๐.๐
รวม	๕๖๖	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐

เพศ จากการศึกษาลูกค้าจำแนกตามเพศซึ่งมาใช้บริการในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา พบว่าเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง คือ ประกอบด้วยเพศชายร้อยละ ๕๖.๕ และเพศหญิงร้อยละ ๔๓.๕ (ดูตารางที่ ๘.๑)

อายุ สำหรับอายุของผู้เข้ามาใช้บริการในศูนย์การค้านี้พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง ๒๑-๒๕ ปี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ ๓๕.๐ รองลงมาได้แก่ผู้มีอายุ ๒๐ ปี คิดเป็นร้อยละ ๒๕.๑ และกลุ่มถัดมาได้แก่ผู้มีอายุ ๒๖-๓๐ ปี คิดเป็นร้อยละ ๑๙.๔ กล่าวโดยสรุปลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซานั้นพบว่ามีอายุต่ำกว่า ๓๐ ปีลงมา (ดูตารางที่ ๘.๒ และ ๘.๒๖)

๓. รายได้ของผู้ใช้บริการในศูนย์การค้าเซนต์ทรัลพลาซา

ตารางที่ ๘.๓

รายได้(บาท/เดือน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
< ๒,๐๐๐	๒๕๙	๔๕.๘	๔๕.๘
๒,๐๐๑ - ๔,๐๐๐	๑๕๓	๒๗.๐	๗๒.๘
๔,๐๐๑ - ๖,๐๐๐	๙๔	๑๖.๖	๘๙.๔
๖,๐๐๑ - ๑๐,๐๐๐	๔๕	๘.๐	๙๗.๓
๑๐,๐๐๑ - ๑๕,๐๐๐	๑๑	๑.๙	๙๙.๓
๑๕,๐๐๑ - ๒๐,๐๐๐	๒	๐.๔	๙๙.๖
> ๒๐,๐๐๐	๒	๐.๓	๑๐๐.๐
รวม	๕๖๖	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐

๔. สถานภาพการสมรสของผู้ใช้บริการในศูนย์การค้าเซนต์ทรัลพลาซา

ตารางที่ ๘.๔

สถานภาพสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
โสด	๓๙๕	๖๙.๘	๖๙.๘
สมรส	๑๕๔	๒๗.๒	๙๗.๐
หม้าย	๑๑	๑.๙	๙๘.๙
หย่า	๖	๑.๑	๑๐๐.๐
รวม	๕๖๖	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐

รายได้ รายได้ของลูกค้าที่มาใช้บริการในศูนย์การค้านี้ มีรายได้ส่วนใหญ่ต่ำกว่า ๒,๐๐๐ บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ ๔๕.๘ รองลงมาได้แก่ กลุ่มผู้มีรายได้ ๒,๑๐๐ - ๔,๐๐๐ บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ ๒๗.๐ และอันดับถัดมาได้แก่กลุ่มผู้มีรายได้ ๔,๐๐๑-๖,๐๐๐ บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ ๑๖.๖ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลการแบ่งกลุ่มรายได้จากการเคหะแห่งชาติแล้วพบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เป็นผู้มียาได้ปานกลาง ซึ่งมีรายได้ต่ำกว่า ๖,๐๐๐ บาทลงมา (ดูตารางที่ ๘.๓) จากตารางที่ ๘.๒๗ เมื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุและรายได้ของผู้ใช้บริการในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซานั้นพบว่า ส่วนใหญ่ผู้มีรายได้มากกว่า ๒,๐๐๐ บาท นั้นเป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง ๒๐-๒๕ ปี

สถานภาพสมรส จากตารางที่ ๘.๔ เมื่อศึกษาถึงสถานภาพสมรสของผู้ใช้บริการ
ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่านั้นพบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้อยละ ๖๔.๘ เป็นคนโสด ร้อยละ
๒๗.๒ เป็นผู้สมรสแล้ว และเมื่อพิจารณาจากตาราง (Contingency Table) (ตารางที่
๘.๒๘) ปรากฏว่าส่วนใหญ่ลูกค้าที่มาใช้บริการซึ่งเป็นคนโสดนั้นมีอายุ ๒๐-๒๕ ปี สำหรับลูกค้า
ที่สมรสนั้น มีอายุระหว่าง ๒๖-๓๕ ปี

๕. ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา

ตารางที่ ๘.๕

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ประถม	๑๔	๓.๔	๓.๔
มัธยม	๑๐๘	๑๔.๑	๒๒.๕
อาชีวะ	๑๗๖	๓๑.๐	๕๓.๕
ปริญญา	๒๖๓	๔๖.๕	๑๐๐.๐
รวม	๕๖๑	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐

๖. อาชีพของผู้มาใช้บริการในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา

ตารางที่ ๘.๖

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ธุรกิจส่วนตัว	๔๖	๘.๑	๘.๑
รับจ้าง	๑๐๒	๑๘.๐	๒๖.๑
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	๑๓๑	๒๓.๑	๔๙.๒
กำลังศึกษา	๒๔๒	๔๓.๘	๙๓.๐
ค้าขาย	๑๗	๓.๐	๙๖.๐
อื่น ๆ	๒๓	๔.๐	๑๐๐.๐
รวม	๕๖๑	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐

ระดับการศึกษา ลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญา ๔๖.๕% รองลงมาได้แก่ ผู้มีความรู้ชั้นอาชีวะ ๓๑.๐% และมีธยม ๑๔.๑% ตามลำดับ ดูตารางที่ ๘.๕

อาชีพ อาชีพของผู้ใช้บริการในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่อยู่ในระหว่างกำลังศึกษา คิดเป็นร้อยละ ๔๒.๘ รองลงมาได้แก่ ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ ๒๓.๑ (ดูตารางที่ ๘.๖) จากตาราง Contingency Table ที่ ๘.๓๑ เมื่อพิจารณาถึงอาชีพและรายได้ของผู้ใช้บริการในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซาพบว่า ลูกค้าที่กำลังศึกษาโดยมีรายได้ต่ำกว่า ๒,๐๐๐ บาท นั้นมีจำนวนมากที่สุด อันดับถัดมาได้แก่ จำนวนกลุ่มข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจซึ่งมีรายได้ระหว่าง ๒,๐๐๑-๔,๐๐๐ บาท

๗. ที่พักอาศัยของลูกค้าในแขวงต่าง ๆ ของเขตบางเขนซึ่งเข้ามาใช้บริการในศูนย์การค้า
เขนทรัลพลาซา

ตารางที่ ๘.๗

เขตบางเขน/แขวง	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ลาดยาว	๗๖	๑๓.๔	๑๓.๔
อนุสาวรีย์	๒๑	๓.๗	๑๗.๑
ทุ่งสองห้อง	๑๖	๒.๘	๑๙.๙
สีกัน	๖	๑.๑	๒๑.๐
ตลาดบางเขน	๒๕	๔.๔	๒๕.๔
คลองถนน	๒๖	๔.๖	๓๐.๐
ท่าแร่	๕	๐.๙	๓๐.๙
สายไหม	๗	๑.๒	๓๒.๑
พักในเขตอื่น ๆ	๓๘๔	๖๗.๙	๑๐๐.๐
รวม	๕๖๖	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐

เมื่อศึกษาถึงที่พักอาศัยของลูกค้าในแขวงต่าง ๆ ของเขตบางเขนที่เข้ามาใช้บริการในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา (จากตารางที่ ๘.๗) ปรากฏว่าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่พักในแขวงลาดยาวซึ่งเป็นที่ตั้งของศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา นับว่าสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการในศูนย์การค้ามาก โดยคิดเป็นร้อยละ ๑๓.๔ อันดับถัดมาได้แก่ ลูกค้าจากแขวงคลองถนน คิดเป็นร้อยละ ๔.๖ และ แขวงตลาดบางเขน คิดเป็นร้อยละ ๔.๔ ทั้ง ๒ แขวง ที่กล่าวมานี้ตั้งอยู่บนถนนพหลโยธินซึ่งเป็นถนนที่มีขนาดทางวิ่งถึง ๖ ช่องทางซึ่งเป็นสิ่งส่งเสริมให้ที่ดินซึ่งเคยเป็นทุ่งนาในเขตบางเขนได้พัฒนาขึ้นเป็นย่านชุมชนแบบกระจายเต็มพื้นที่ หรือที่รู้จักกันดีในปัจจุบันก็คือ โครงการหมู่บ้านจัดสรรและศูนย์การค้าต่าง ๆ ^๑

^๑ ดร.วงศ์ชัย เจริญสวรรค์, "ปัญหาการจราจรบริเวณทางแยกและความ เป็นมา กระทั่งจำเป็นต้องมีโครงการก่อสร้างทางแยกต่างระดับ (Interchange) ลาดพร้าว," วารสารทางหลวง, ปีที่ ๑๔ ฉบับที่ ๒, กุมภาพันธ์ ๒๕๒๕, หน้า ๑๕

๘. การใช้บริการของลูกค้าที่พักอาศัยในเขตบางเขนตามย่านการค้าต่าง ๆ ก่อนสร้างศูนย์การค้า
 ศาลาเฉลิมพระเกียรติ

ตารางที่ ๘.๘

ย่านการค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ลาดพร้าว	๓๔	๑๓.๕	๑๓.๕
สะพานใหม่	๒๗	๑๑.๓	๒๔.๘
สะพานควาย	๘๔	๓๖.๕	๖๑.๓
สามแยกเกษตร	๓๖	๑๔.๘	๗๖.๑
โชคชัย	๗	๒.๕	๗๘.๖
รวม	๒๔๘	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐

๙. เวลาที่ลูกค้าเดินทางจากบ้านมายังศูนย์การค้าศาลาเฉลิมพระเกียรติ

ตารางที่ ๘.๙

ระยะเวลาการเดินทาง (นาที)	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
๑-๓๐	๓๔๘	๗๐.๐	๗๐.๐
๓๑-๖๐	๑๑๕	๒๓.๑	๙๓.๑
๖๑-๙๐	๑๕	๓.๐	๙๖.๑
๙๑-๑๒๐	๑๑	๒.๒	๙๘.๓
> ๑๒๐	๘	๑.๗	๑๐๐.๐
รวม	๕๙๗	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐

การใช้บริการของลูกค้าที่พักอาศัยในเขตบางเขนตามย่านการค้าต่าง ๆ ก่อนสร้างศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา จากตารางที่ ๘.๘ พบว่า ก่อนการสร้างศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา ส่วนใหญ่ลูกค้าใช้บริการที่ย่านการค้าสะพานควาย คิดเป็นร้อยละ ๓๖.๕ รองลงมาได้แก่สามแยกเกษตร คิดเป็นร้อยละ ๑๔.๘ และอันดับถัดมา คือ ลูกค้าใช้บริการที่ย่านการค้าลาดพร้าว ร้อยละ ๑๓.๘

ระยะเวลาการเดินทางของลูกค้าจากบ้านมายังศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา พบว่า ร้อยละ ๗๐.๐ ใช้เวลาในการเดินทาง ๑-๓๐ นาที ซึ่งเป็นข้อสันนิษฐานว่าเป็นลูกค้าที่พักอาศัย อยู่ในละแวกใกล้ ๆ กับเขตบางเขน (ตารางที่ ๘.๗) ลูกค้ากลุ่มถัดมาได้แก่ผู้ที่ใช้เวลาในการเดินทาง ๓๑-๖๐ นาที ซึ่งมีอยู่ร้อยละ ๒๓.๑ (ตารางที่ ๘.๘) ความสัมพันธ์ของรายได้และศูนย์การค้านิยมไปใช้บริการก่อนการสร้างศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา โดยพิจารณาจากตารางที่ ๘.๓๓ พบว่ากลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ต่ำกว่า ๒,๐๐๐ บาท นิยมไปศูนย์การค้าราคาต่ำมากที่สุด รองลงมาได้แก่บางลำพู

๑๐. ระยะทางจากที่ทำงานของลูกค้าผู้ใช้บริการถึงศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา

ตารางที่ ๘.๑๐

ระยะทาง (กม.)	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
๑ - ๕	๔๓	๒๕.๓	๒๕.๓
๖ - ๑๐	๔๘	๒๘.๒	๕๓.๕
๑๑ - ๑๕	๒๙	๑๗.๑	๗๐.๖
๑๖ - ๒๐	๒๖	๑๕.๓	๘๕.๙
๒๑ - ๒๕	๔	๒.๔	๘๘.๓
๒๖ - ๓๐	๖	๓.๕	๙๑.๘
> ๓๐	๑๔	๘.๒	๑๐๐.๐
รวม	๑๗๐	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐

๑๑. ระยะเวลาในการเดินทางของลูกค้าจากที่ทำงานถึงศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา

ตารางที่ ๘.๑๑

ระยะทาง (นาที)	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
๑ - ๓๐	๑๑๓	๕๘.๖	๕๘.๖
๓๑ - ๖๐	๖๑	๓๑.๖	๙๐.๒
๖๑ - ๙๐	๘	๔.๑	๙๔.๓
๙๑ - ๑๒๐	๓	๑.๖	๙๕.๙
> ๑๒๐	๘	๔.๑	๑๐๐.๐
รวม	๑๙๓	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐

จากตารางที่ ๘.๑๐ ระยะทางจากที่ทำงานของลูกค้าผู้ใช้บริการถึงศูนย์การค้า
เซ็นทรัลพลาซาพบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง ๖-๑๐ กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ ๒๘.๒ รองลงมา
ระยะทาง ๑-๕ กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ ๒๕.๓ สรุปแล้วระยะทางจากที่ทำงานห่างจาก
ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา ๑-๑๐ กิโลเมตร ซึ่งสอดคล้องกับตารางที่ ๘.๗

ส่วนระยะเวลาในการเดินทางของลูกค้าจากที่ทำงานถึงศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซาพบว่า ใช้เวลา ๑-๓๐ นาทีคิดเป็นร้อยละ ๕๕.๖ กลุ่มถัดมาได้แก่ลูกค้าที่ใช้เวลาในการเดินทาง ๓๑-๖๐ นาที คิดเป็นร้อยละ ๓๑.๖ แสดงว่าลูกค้าที่มาใช้บริการในศูนย์การค้านี้เป็นผู้ที่มีที่ทำงานอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซานั้นเอง (ตารางที่ ๘.๑๑)

๑๒. ช่วงเวลาที่ลูกค้ามาใช้บริการในศูนย์การค้าเซนต์ทรัลพลาซา

ตารางที่ ๘.๑๒

ช่วงเวลา (นาฬิกา)	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
๘.๐๐	๑	๐.๒	๐.๒
๘.๐๐	๔๕	๑๐.๑	๑๐.๓
๑๐.๐๐	๑๐๗	๒๔.๐	๓๔.๒
๑๑.๐๐	๕๖	๑๒.๖	๔๖.๘
๑๒.๐๐	๑๒๘	๒๘.๘	๗๕.๗
๑๓.๐๐	๓๗	๘.๓	๘๔.๐
๑๔.๐๐	๒๑	๔.๗	๘๘.๗
๑๕.๐๐	๑๙	๔.๓	๙๓.๐
๑๖.๐๐	๑๒	๒.๗	๙๕.๗
๑๗.๐๐	๑๒	๒.๗	๙๘.๔
๑๘.๐๐	๕	๑.๑	๙๙.๕
๑๙.๐๐	๒	๐.๕	๑๐๐.๐
รวม	๔๔๕	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐

ช่วงเวลาที่ลูกค้าไปใช้บริการในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา จากตารางที่ ๘.๑๒ ส่วนใหญ่ลูกค้ามาใช้บริการในช่วงเวลา ๑๒.๐๐ น. คิดเป็นร้อยละ ๒๘.๘ รองลงมาได้แก่ ช่วงเวลา ๑๐.๐๐ น. ซึ่งเป็นเวลาที่ใกล้เปิดศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซาในแต่ละวัน

๑๓. ช่วงเวลาที่ลูกค้าเดินทางออกจากศูนย์การค้าเซนต์ร็อล์ฟลาซาภายหลังจากการใช้บริการแล้ว

ตารางที่ ๘.๑๓

ช่วงเวลา (นาฬิกา)	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
๑๐.๐๐	๑	๐.๒	๐.๒
๑๑.๐๐	๖	๑.๔	๑.๖
๑๒.๐๐	๖๓	๑๔.๒	๑๕.๘
๑๓.๐๐	๓๔	๗.๗	๒๓.๕
๑๔.๐๐	๑๐๖	๒๔.๐	๔๗.๕
๑๕.๐๐	๗๗	๑๗.๔	๖๔.๙
๑๖.๐๐	๖๐	๑๓.๖	๗๘.๕
๑๗.๐๐	๒๘	๖.๓	๘๔.๘
๑๘.๐๐	๓๗	๘.๘	๙๓.๖
๑๙.๐๐	๑๕	๓.๘	๙๗.๖
๒๐.๐๐	๑๐	๒.๓	๙๙.๙
๒๑.๐๐	๕	๑.๑	๑๐๐.๐
รวม	๔๔๒	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐

ช่วงเวลาที่ลูกค้าเดินทางออกจากศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าภายหลังจากการใช้บริการ
แล้วคือ เวลา ๑๔.๐๐ น. คิดเป็นร้อยละ ๒๔.๐ รองลงมาได้แก่ช่วงเวลา ๑๕.๐๐ น. คิด
เป็นร้อยละ ๑๗.๔ สรุปได้ว่าลูกค้าจะใช้เวลาอยู่ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ประมาณคนละ
๒-๓ ชั่วโมง (ตารางที่ ๘.๑๓)

๑๔. วัตถุประสงค์ของลูกค้ำ ที่เข้ามาใช้บริการในศูนย์การค้าเซนต์รัลพลาซา

ตารางที่ ๘.๑๔

เหตุผล	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
เดินเล่น	๑๔๗	๒๖.๑	๒๖.๑
ซื้อสินค้า	๔๑๘	๗๓.๙	๑๐๐.๐
รวม	๕๖๕	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐

๑๕. ประเภทของสินค้าและกิจกรรมที่ลูกค้ำมาใช้บริการในศูนย์การค้าเซนต์รัลพลาซา

ตารางที่ ๘.๑๕

ประเภทสินค้า กิจกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
อาหาร	๒๙	๕.๑	๕.๑
ของใช้	๔๐๘	๗๗.๒	๘๒.๓
มาเดินเล่น	๑๒๘	๑๗.๗	๑๐๐.๐
รวม	๕๖๖	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐

วัตถุประสงค์ที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา ร้อยละ ๗๓.๙
เป็นลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้า และร้อยละ ๒๖.๑ เป็นลูกค้าที่เข้าไปเดินเล่น (ดูตารางที่ ๘.๑๔)

ประเภทสินค้า และกิจกรรมที่ลูกค้ามาใช้บริการในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา
จากตารางที่ ๘.๑๕ พบว่าส่วนใหญ่ลูกค้ามาซื้อของใช้คิดเป็นร้อยละ ๗๗.๒ และมาเดินเล่น
ร้อยละ ๑๗.๗)

๑๗. เขตหรืออำเภอที่พิกอาศัยของลูกค้าผู้มาใช้บริการในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา

ตารางที่ ๘.๑๗

เขต/อำเภอ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
พญาไท	๓๘	๖.๗	๖.๗
ดุสิต	๔๙	๘.๗	๑๕.๔
บางกะปิ	๑๐๘	๑๙.๑	๓๔.๕
ห้วยขวาง	๓๘	๖.๗	๔๑.๒
บางกรวย	๔	๐.๗	๔๑.๙
เมืองนนท์	๕๐	๘.๘	๕๐.๗
บางเขน	๑๕	๒.๗	๕๓.๔
อื่น ๆ	๑๒๔	๒๑.๙	๑๐๐.๐
รวม	๔๒๖	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐

๑๘. ความถี่ของลูกค้าซึ่งมาใช้บริการในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา

ตารางที่ ๘.๑๘

จำนวนครั้ง/เดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
เดือนละ ๑ ครั้ง	๑๒๙	๒๒.๙	๒๒.๙
เดือนละมากกว่า ๑ ครั้ง	๔๓๕	๗๗.๑	๑๐๐.๐
รวม	๕๖๔	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐

จากการศึกษาเขต/อำเภอที่พักอาศัยของลูกค้าผู้มาใช้บริการในศูนย์การค้าเซ็นทรัล-
พลาซา พบว่า จากการศึกษาที่พักอาศัยของลูกค้าในพื้นที่ของเขตพญาไท ดุสิต บางกะปิ ทั่ว-
ขวาง บางกรวย เมืองนนท์ บางเขน และอื่น ๆ ซึ่งเป็นพื้นที่ในรัศมีประมาณ ๘ กิโลเมตร ห่าง
จากศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา พบว่าส่วนใหญ่ลูกค้าที่มาใช้บริการในศูนย์การค้านี้เป็นผู้ที่พักอาศัย
ในเขตบางเขน คิดเป็นร้อยละ ๒๗.๔ ซึ่งก็สอดคล้องกับตารางที่ ๘.๗ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นลูกค้าจาก
แขวงลาดยาว โดยคิดเป็นร้อยละ ๑๓.๔ ถัดมาได้แก่กลุ่มลูกค้าที่พักอาศัยในเขตบางกะปิ คิดเป็น
ร้อยละ ๑๔.๑ นอกนั้นเป็นลูกค้าที่มาจากพื้นที่อื่น ๆ นอกเหนือจาก ๗ เขต/อำเภอที่ได้ระบุมา
แล้วข้างต้น (ดูตารางที่ ๘.๑๗)

ความถี่ของลูกค้าซึ่งมาใช้บริการในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า จากการศึกษพบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้ามาใช้บริการเดือนละมากกว่า ๑ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ ๗๗.๑ และที่มาใช้บริการเดือนละ ๑ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ ๒๒.๙ (ดูตารางที่ ๘.๑๘)

๑๙. ลักษณะการเดินทางของลูกค้าไปยังศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา

ตารางที่ ๘.๑๙

ลักษณะการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
เดินทางจากบ้านไปยัง ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลา ซา	๕๑๐	๙๐.๑	๙๐.๑
เดินทางจากที่ทำงาน ไปยังศูนย์การค้าเซน- ทรัลพลาซา	๕๖	๙.๙	๑๐๐.๐
รวม	๕๖๖	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐

๒๐. ลักษณะวันซึ่งลูกค้าเดินทางมายังศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา

ตารางที่ ๘.๒๐

วัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
วันธรรมดา	๑๖๕	๒๙.๙	๒๙.๙
วันหยุด	๓๙๗	๗๐.๑	๑๐๐.๐
รวม	๕๖๒	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐

ลักษณะการเดินทางของลูกค้าไปยังศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา จากตารางที่ ๘.๑๔ พบว่าส่วนใหญ่ลูกค้าเดินทางจากบ้านไปยังศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซาคิดเป็นร้อยละ ๙๐.๑ รองลงมาได้แก่ลูกค้าที่เดินทางจากที่ทำงานไปยังศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา คิดเป็นร้อยละ ๙.๙ (ตารางที่ ๘.๑๔)

เมื่อพิจารณาถึงลักษณะวันซึ่งลูกค้าเดินทางมายังศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา พบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้านิยมใช้บริการของศูนย์การค้าในวันหยุด คิดเป็นร้อยละ ๗๐.๑ ส่วนวันธรรมดา มาใช้บริการคิดเป็นร้อยละ ๒๙.๙ (ดู )

๒๑. พาหนะที่ลูกค้าใช้ในการเดินทาง (Mode of Transportation) มายังศูนย์การค้า
 เซนทรัลพลาซา

ตารางที่ ๘.๒๑

พาหนะที่ใช้	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
รถยนต์ส่วนตัว	๑๖๐	๒๘.๓	๒๘.๓
รถรับจ้าง	๗	๑.๒	๒๙.๕
รถประจำทาง	๓๘๐	๖๗.๑	๙๖.๖
จักรยานยนต์	๑๑	๑.๙	๙๘.๖
จักรยาน	๑	๐.๒	๙๘.๘
อื่น ๆ	๗	๑.๓	๑๐๐.๐
รวม	๕๖๖	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐

๒๒. แสดงระยะทางจากบ้านพักของลูกค้าถึงศูนย์การค้าเซนทรัลพลาซา

ตารางที่ ๘.๒๒

ระยะทาง (กม.)	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
๑-๕	๑๒๘	๒๙.๐	๒๙.๐
๖-๑๐	๑๕๒	๓๔.๕	๖๓.๕
๑๑-๑๕	๕๗	๑๒.๙	๗๖.๔
๑๖-๒๐	๕๗	๑๒.๙	๘๙.๓
๒๑-๒๕	๖	๑.๔	๙๐.๗
๒๖-๓๐	๑๗	๓.๙	๙๔.๖
> ๓๐ กม.	๒๕	๕.๔	๑๐๐.๐
รวม	๔๔๑	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐

พาหนะที่ลูกค้าใช้ในการเดินทาง (Mode of Transportation) มายังศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา จากตารางที่ ๘.๒๑ พบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้านิยมใช้บริการรถประจำทาง คิดเป็นร้อยละ ๖๗.๑ ซึ่งเป็นบริการขนส่งสาธารณะ (Public Transport) รองลงมาเป็นรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ ๒๘.๓ จากการตรวจสอบในภาคสนามพบว่า รถเมล์ที่ผ่านศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซานั้นมีทั้งหมด ๑๗ สาย ได้แก่สาย ๓๙ ๕๙ ๑๑๒ ๒๖ ๑๒๙ ๒๔ ๖๓ ๓๔ ปอ.๙ ๑๐๔ ๒๘ ปอ.๑๓ ๘๙ ปอ.๑๒๖ ๑๒๙ ๑๐๗ ปอ.๑๒

จากการค้ามาถึงระยะทางจากบ้านพัก ของลูกค้าถึงศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา พบว่า ลูกค้าซึ่งมีบ้านพักอาศัยอยู่ในระหว่างทาง ๖-๑๐ กิโลเมตร จากศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา มีจำนวนร้อยละ ๓๔.๕ มาใช้บริการในศูนย์การค้านี้มากที่สุด กลุ่มถัดมาได้แก่ลูกค้าที่พักอาศัยในระยะทาง ๑-๕ กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ ๒๙.๐ (ดูตารางที่ ๘.๒๒)

๒๓. ศูนย์การค้าต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานครซึ่งลูกค้านิยมไปใช้บริการก่อนการสร้างศูนย์การค้า
เขตหลักสี่

ตารางที่ ๘.๒๓

ย่านการค้า/ศูนย์การค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
สยามสแคว์	๑๑๒	๑๙.๘	๑๙.๘
เพลินจิต	๑๘	๓.๒	๒๓.๐
วังบูรพา	๑๖	๒.๘	๒๕.๘
ราชดำริ	๑๖๕	๒๙.๒	๕๕.๐
อินทรา	๒๘	๕.๑	๖๐.๑
บางลำภู	๘๐	๑๔.๖	๗๔.๗
สีลม	๑๒	๒.๒	๗๖.๙
สยาม	๑๕	๒.๗	๗๙.๖
อื่น ๆ	๑๒๐	๒๑.๖	๑๐๐.๐
รวม	๕๖๖	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐

เมื่อศึกษาถึงศูนย์การค้าต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานครซึ่งลูกค้านิยมไปใช้บริการก่อนการสร้างศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา จากตารางที่ ๘.๒๓ พบว่า ลูกค้านิยมไปใช้บริการในศูนย์การค้าราชดำริ คิดเป็นร้อยละ ๒๙.๒ อันดับถัดมาได้แก่ศูนย์การค้าอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ ๒๑.๒ นิยมไปศูนย์การค้าสยามสแคว์คิดเป็นร้อยละ ๑๙.๘ ภายหลังจากการสร้างศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซานั้น พบว่า ลูกค้านิยมไปศูนย์การค้าอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ ๕๓.๓ ราชดำริคิดเป็นร้อยละ ๑๘.๐ และสยามสแคว์คิดเป็นร้อยละ ๓.๙ (ดูตารางที่ ๘.๒๔) เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลการใช้บริการในศูนย์การค้าต่าง ๆ ก่อนหลัง การสร้างศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซานั้น (เปรียบเทียบจากตารางที่ ๘.๒๓, ๘.๒๔) พบว่า ลูกค้านิยมไปศูนย์การค้าอื่น ๆ เพิ่มมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ ๓๒.๑ ลูกค้าในศูนย์การค้าราชดำริลดลง คิดเป็นร้อยละ ๑๑.๒ และสยามสแคว์ลูกค้าลดลงคิดเป็นร้อยละ ๑๕.๙

๒๔. ภายหลังจากการมีศูนย์การค้า เซนทรัลพลาซาแล้วนั้น ลูกค้าได้นิยมไปศูนย์การค้าต่าง ๆ

ตารางที่ ๘.๒๔

ศูนย์การค้า/ย่านการค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
สยามสแคว์	๒๒	๓.๙	๓.๙
เพลินจิตต์	๙	๑.๖	๕.๕
วังบูรพา	๔	๐.๗	๖.๒
ราชดำริ	๑๐๒	๑๘.๐	๒๔.๒
อินทรา	๑๙	๓.๔	๒๗.๖
บางลำภู	๗๕	๑๓.๓	๔๐.๙
สีลม	๗	๑.๒	๔๒.๑
สยาม	๒๖	๔.๖	๔๖.๗
อื่น ๆ	๓๐๒	๕๓.๓	๑๐๐.๐
รวม	๕๖๖	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐

๒๕. ความคิดเห็นที่ดีจากลูกค้าผู้ใช้บริการในศูนย์การค้าเซนต์ริฟลาซา

ตารางที่ ๘.๒๕

ความคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
มีการคมนาคมสะดวก	๘๘	๑๕.๕	๑๕.๕
อยู่ใกล้แหล่งชุมชน	๑๘	๓.๒	๑๘.๗
เป็นศูนย์การค้าขนาดใหญ่	๗๒	๑๒.๗	๓๑.๔
มีสินค้าให้เลือกมากและทันสมัย	๑๖๓	๒๘.๘	๖๐.๒
เป็นที่ท่องเที่ยวและพักผ่อน	๔๖	๘.๒	๖๘.๔
มีที่จอดรถสะดวก	๑๐	๑.๘	๗๐.๒
เป็นสถานที่กว้างขวางทันสมัย	๘๔	๑๕.๘	๘๕.๐
มีลานสเก็ตต์	๓	๐.๕	๘๕.๕
ไม่แสดงความคิดเห็น	๘๗	๑๕.๕	๑๐๐.๐
รวม	๕๖๖	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐

ความคิดเห็นที่ดีจากลูกค้าผู้ใช้บริการในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา จากตารางที่ ๘.๒๕ พบว่า เหตุผลที่ลูกค้ามาใช้บริการในศูนย์การค้านี้ก็เพราะ มีสินค้าให้เลือกมากและทันสมัย คิดเป็นร้อยละ ๒๘.๘ มีการคมนาคมสะดวก คิดเป็นร้อยละ ๑๕.๕ เป็นสถานที่กว้างขวาง คิดเป็นร้อยละ ๑๔.๘

๒๖. ความคิดเห็นที่ไม่ดีจากลูกค้าที่ใช้บริการในศูนย์การค้าเซนต์ทรัลพลาซา

ตารางที่ ๘.๒

ข้อคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ตั้งอยู่ไกลเกินไป	๒๘	๔.๕	๔.๕
สินค้าราคาแพงกว่า ที่อื่น	๕๐	๘.๘	๘.๘
เป็นแหล่งมั่วสุมของ เด็กวัยรุ่น	๓๙	๖.๕	๒๐.๖
มีร้านค้ามากเกินไป	๒	๐.๔	๒๑.๐
ขาดแคลนห้องน้ำ	๗	๑.๒	๒๒.๒
ไม่แสดงความคิดเห็น	๔๓๕	๗๖.๕	๑๐๐.๐
รวม	๕๖๖	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐

ความคิดเห็นที่ไม่ดีจากลูกค้าที่ใช้บริการในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซาจากตารางที่
๘.๒๖ พบว่า ไม่แสดงความคิดเห็นร้อยละ ๗๖.๔ สินค้าราคาแพงกว่าที่อื่น คิดเป็นร้อยละ ๘.๘
เป็นแหล่งมั่วสุมของเด็กวัยรุ่น คิดเป็นร้อยละ ๖.๔

การแสดงความสัมพันธ์ของค่าต่าง ๆ โดยตาราง (One-way cross-classification) โดยแสดงจำนวนกับเปอร์เซ็นต์

๑. ความสัมพันธ์ระหว่างอายุและจำแนกตามเพศของผู้ใช้บริการในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา

ตารางที่ ๘.๒๖.๑

เพศ/อายุ	๒๐ ปี	๒๑-๒๕ ปี	๒๖-๓๐ ปี	๓๑-๓๕ ปี	๓๖-๔๐ ปี	๔๑-๔๕ ปี	๔๖-๕๐ ปี	๕๑-๕๕ ปี	๕๖-๖๐ ปี	Row Total
ชาย	๘๑	๑๑๑	๕๙	๓๒	๒๒	๗	๔	๓	๑	๓๒๐ ๕๖.๕
หญิง	๖๑	๘๗	๕๑	๑๙	๑๓	๕	๖	๒	๒	๒๔๖ ๔๓.๕
Column Total	๑๔๒	๑๙๘	๑๑๐	๕๑	๓๕	๑๒	๑๐	๕	๓	๕๖๖ ๑๐๐.๐

๒. ความสัมพันธ์ระหว่างอายุและรายได้ของผู้ใช้บริการในศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา

ตารางที่ ๘.๒๗

รายได้/อายุ (ปี)	๒๐	๒๑-๒๕	๒๖-๓๐	๓๑-๓๕	๓๖-๔๐	๔๑-๔๕	๔๖-๕๐	๕๑-๕๕	๕๖-๖๐	Row Total
< ๒๐๐๐	๑๒๕	๑๒๖	๗	-	-	-	-	-	๑	๒๕๙ ๔๕.๘
๒๐๐๑-๔๐๐๐	๑๔	๕๗	๕๔	๑๒	๑๐	๒	๒	๒	-	๑๕๓ ๒๗.๐
๔๐๐๑-๖๐๐๐	๒	๑๑	๓๗	๒๕	๙	๓	๔	๑	๒	๙๔ ๑๖.๖
๖๐๐๑-๑๐๐๐๐	๑	๒	๙	๑๐	๑๖	๔	๑	๒	-	๔๕ ๘.๐
๑๐๐๐๑-๑๕๐๐๐	-	๒	๑	๔	-	๒	๒	-	-	๑๑ ๑.๙
๑๕๐๐๑-๒๐๐๐๐	-	-	-	-	-	๑	๑	-	-	๒ ๐.๔
> ๒๐๐๐๐	-	-	๒	-	-	-	-	-	-	๒ ๐.๔
Column Total	๑๔๒ ๒๕.๑	๑๙๘ ๓๕.๐	๑๑๐ ๑๙.๔	๕๑ ๙.๐	๓๕ ๖.๒	๑๒ ๒.๑	๑๐ ๑.๘	๕ ๐.๙	๓ ๐.๕	๕๖๖ ๑๐๐.๐

๓. แสดงอายุและสถานภาพสมรสของผู้ใช้บริการในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา

ตารางที่ ๘.๒๘

สถานภาพสมรส /อายุ (ปี)	๒๐ ปี	๒๑-๒๕	๒๖-๓๐	๓๑-๓๕	๓๖-๔๐	๔๑-๔๕	๔๖-๕๐	๕๑-๕๕	๕๖-๖๐
โสด	๑๓๘	๑๘๕	๕๔	๑๒	๕	-	๑	-	-
สมรส	๓	๑๑	๕๒	๓๖	๒๔	๑๒	๙	๔	๓
หม้าย	๑	๒	๔	-	๓	-	-	๑	-
หย่า	-	-	-	๓	๓	-	-	-	-
Column	๑๔๒	๑๙๘	๑๑๐	๕๑	๓๕	๑๒	๑๐	๕	๓
Total	๒๕.๑	๓๕.๐	๑๙.๔	๙.๐	๖.๒	๒.๑	๑.๘	๐.๙	๐.๕

๔. แสดงอายุ และการศึกษาของผู้ใช้บริการในศูนย์การค้าเซนต์รพลาซา

ตารางที่ ๘.๒๙

การศึกษา/อายุ (ปี)	๒๐ ปี	๒๑-๒๕	๒๖-๓๐	๓๑-๓๕	๓๖-๔๐	๔๑-๔๕	๔๖-๕๐	๕๑-๕๕	๕๖-๖๐	Row Total
ประถม	๓	๕	๖	๒	๑	๑	-	-	๑	๑๘ ๑.๔
มัธยม	๔๒	๒๔	๑๔	๙	๙	๒	๔	๓	๑	๑๐๘ ๑๙.๑
อาชีวะ	๖๒	๖๐	๒๘	๑๔	๑๔	-	๑	๑	๑	๑๗๖ ๓๑.๑
ปริญญา	๓๕	๑๐๙	๖๐	๒๖	๒๖	๙	๕	๑	-	๒๖๑ ๔๖.๑
สูงกว่าปริญญาตรี	-	-	๒	-	-	-	-	-	-	๒ ๐.๔
Column Total	๑๔๒ ๒๕.๑	๑๙๘ ๓๕.๐	๑๑๐ ๑๙.๔	๕๑ ๙.๐	๓๕ ๖.๒	๑๒ ๒.๑	๑๐ ๑.๘	๕ ๐.๙	๓ ๐.๕	๕๖๖ ๑๐๐.๐

๕. แสดงพาหนะ (Mode of Transportatibon) และอาชีพของผู้ใช้บริการในศูนย์การค้าเซนต์รัลพลาซ่า

ตารางที่ ๕.๓๐

อาชีพ/ยานพาหนะที่ใช้	รถส่วนตัว	รถรับจ้าง	รถประจำทาง	จักรยานยนต์	จักรยาน	อื่น ๆ	Row Total
ธุรกิจส่วนตัว	๒๑	๓	๒๑	๑	-	-	๔๖ ๘.๑
รับจ้าง	๓๒	๑	๖๓	๔	-	๒	๑๐๒ ๑๘.๑
ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	๖๐	๑	๖๖	๒	๑	๑	๑๓๑ ๒๓.๒
กำลังศึกษา	๓๔	๒	๒๐๐	๔	-	๒	๒๔๒ ๔๒.๘
ค้าขาย	๔	-	๑๓	-	-	-	๑๗ ๓.๐
อื่น ๆ	๕	-	๑๖	-	-	๒	๒๓ ๔.๘
Column Total	๑๕๐ ๒๘.๓	๗ ๑.๒	๓๗๔ ๖๗.๑	๑๑ ๑.๙	๑ ๐.๒	๗ ๑.๒	๕๖๕ ๑๐๐.๐

จากตาราง Contingency Table ที่ ๘.๓๐ พบว่า ผู้ใช้บริการของรถประจำทาง
ซึ่งกำลังศึกษาอยู่มีจำนวนมากที่สุด และข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ใช้รถยนต์ส่วนตัว
เดินทางมายังศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา

๖. ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และอาชีพของผู้ใช้บริการในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา

ตารางที่ ๘.๓๑

อาชีพ/รายได้ (บาท)	๒๐๐๐	๒๐๐๑-๔๐๐๐	๔๐๐๑-๖๐๐๐	๖๐๐๑-๑๐๐๐๐	๑๐๐๐๑-๑๕๐๐๐	๑๕๐๐๑-๒๐๐๐๐	๒๐๐๐๐	Row Total
ธุรกิจส่วนตัว	๑๐	๑๐	๑๓	๑๐	๒	-	๑	๔๖ ๘.๑
รับจ้าง	๓๐	๔๐	๒๑	๘	๓	-	-	๑๐๒ ๑๘.๑
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	๕	๕๒	๔๒	๒๖	๔	๒	-	๑๓๑ ๒๓.๒
กำลังศึกษา	๒๐๕	๓๒	๕	-	-	-	-	๒๔๒ ๔๒.๘
ค้าขาย	-	๘	๘	-	๑	-	๑	๑๗ ๓.๐
อื่น ๆ	๙	๑๐	๖	๑	๑	-	-	๒๗ ๔.๘
Column Total	๒๙๙ ๔๕.๘	๑๕๒ ๒๖.๕	๙๕ ๑๖.๖	๔๕ ๘.๐	๑๑ ๑.๙	๒ ๐.๔	๒ ๐.๔	๕๖๕ ๑๐๐.๐

๗. รายได้และที่พักรของผู้ใช้บริการในศูนย์การค้าเซนต์ริลพลาซ่า

ตารางที่ ๘.๓๒

เขตที่พักอาศัย รายได้/เดือน	๒๐๐๐	๒๐๐๑-๔๐๐๐	๔๐๐๑-๖๐๐๐	๖๐๐๑-๑๐๐๐๐	๑๐๐๐๑-๑๕๐๐๐	๑๕๐๐๑-๒๐๐๐๐	๒๐๐๐๐	Row Total
พญาไท	๑๘	๑๐	๕	๒	๒	-	-	๓๘ ๖.๗
ดุสิต	๒๖	๙	๑๓	๑	-	-	-	๔๙ ๘.๗
บางกะปิ	๔๖	๓๔	๑๕	๑๑	๑	-	๑	๑๐๘ ๑๙.๑
ห้วยขวาง	๑๖	๔	๑๓	๔	-	-	๑	๓๘ ๖.๗
บางกรวย	๓	-	-	๑	-	-	-	๔ ๐.๗
เมืองนนท์	๒๖	๑๒	๖	๔	๑	-	-	๕๐ ๘.๘
บางเขน	๗๕	๔๖	๒๓	๙	๑	๑	-	๑๕๕ ๒๗.๔
อื่น ๆ	๔๘	๓๘	๑๘	๑๑	๖	๑	-	๑๒๔ ๒๑.๙
Column Total	๒๕๙ ๔๕.๘	๑๕๓ ๒๗.๐	๙๔ ๑๖.๖	๔๕ ๘.๐	๑๑ ๑.๙	๒ ๐.๔	๒ ๐.๔	๕๖๖ ๑๐๐.๐

จากตาราง Contingency Table ที่ ๘.๓๒ พบว่าลูกค้าที่พำนักในเขตบางเขน ซึ่งมีรายได้ต่ำกว่า ๒,๐๐๐ บาท นั้นมีจำนวนมากที่สุด และรองลงมาได้แก่ ผู้ที่พำนักในเขต บางเขนเช่นกันซึ่งมีรายได้ ๒,๐๐๑-๔,๐๐๐ บาท

๘. ความสัมพันธ์ของรายได้และศูนย์การค้าที่ถูกค่านิยมไปใช้บริการก่อนการสร้างศูนย์การค้าเซทรัลพลาซา

ตารางที่ ๘.๓๓

ย่านการค้า รายได้/เดือน	สยามสแคว์	เพลินจิตต์	วังบูรพา	ราชดำริ	อินทรา	บางลำภู	สีลม	สยาม	อื่น	Row Total
< ๒๐๐๐	๑๖	๓	๑	๕๔	๑๑	๓๑	๒	๑๘	๑๒๒	๒๕๘ ๔๕.๗
๒๐๐๑-๔๐๐๐	๒	๒	๒	๒๐	๖	๒๐	๑	๖	๙๔	๑๕๓ ๒๗.๑
๔๐๐๑-๖๐๐๐	๓	๒	๑	๒๑	๑	๑๓	๔	๑	๔๘	๙๔ ๑๖.๖
๖๐๐๑-๑๐๐๐๐	๑	๑	-	๕	๑	๙	-	๑	๒๗	๔๕ ๘.๐
๑๐๐๐๑-๑๕๐๐๐	-	๑	-	๑	๑	๑	-	-	๓	๑๑ ๑.๙
๑๕๐๐๑-๒๐๐๐๐	-	-	-	๑	-	๑	-	-	-	๒ ๐.๔
> ๒๐๐๐๐	-	-	-	-	-	-	-	-	๒	๒ ๐.๔
Column Total	๒๒ ๓.๙	๙ ๑.๖	๔ ๐.๗	๑๐๒ ๑๘.๑	๑๙ ๓.๔	๗๕ ๑๓.๓	๗ ๑.๒	๒๖ ๔.๖	๓๐๑ ๕๓.๓	๕๖๕ ๑๐๐.๐

๕. ตารางแสดงเขตที่พักอาศัย และศูนย์การค้าต่าง ๆ ที่ลูกค้าไปใช้บริการ

ตารางที่ ๘.๓๔

เขตที่พักอาศัย ย่านการค้า	พญาไท	ดุสิต	บางกะปิ	ห้วยขวาง	บางกรวย	เมืองนนท์	บางเขน	อื่น ๆ	Row Total
สยามสแคว์	-	๓	๖	๑	-	๓	๕	๔	๒๒ ๓.๕
เพลินจิตต์	๑	-	๒	-	-	๒	๑	๓	๙ ๑.๖
วังบูรพา	-	-	๒	-	-	-	๒	-	๔ ๐.๗
ราชดำริ	๙	๗	๓๕	๑๒	-	๓	๑๗	๑๙	๑๐๒ ๑๘.๑
บางลำภู	๓	๘	๑๑	๖	๑	๑๐	๑๙	๑๗	๗๕ ๑๓.๓
อินทรา	๑	๒	๓	๑	-	๑	๘	๓	๑๙ ๓.๔
สีลม	-	๒	๑	-	-	-	๒	๒	๗ ๑.๒
สยาม	๔	๑	๓	๓	-	๔	๖	๕	๒๖ ๔.๖
อื่น ๆ	๒๐	๒๖	๔๕	๑๕	๓	๒๗	๙๔	๗๑	๓๐๑ ๕๓.๓
Column Total	๓๘ ๖.๗	๕๙ ๘.๗	๑๐๘ ๑๙.๑	๓๘ ๖.๗	๔ ๐.๗	๕๐ ๘.๘	๑๕๔ ๒๗.๓	๑๒๓ ๒๑.๘	๕๖๕ ๑๐๐.๐

จากตาราง Contingency Table ที่ ๘.๓๔ แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างเขตที่
พักอาศัย และศูนย์การค้าต่าง ๆ ที่ลูกค้าไปใช้บริการ พบว่า ปัจจุบันนี้ลูกค้าจากบางกะปินิยม
ไปศูนย์การค้าอื่น ๆ มากที่สุด ซึ่งกรณีนี้อาจเป็นศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาชาลาดพร้าวก็ได้ รอง
ลงมาได้แก่ลูกค้าที่พักอาศัยในเขตบางกะปินิยมไปศูนย์การค้าราชดำริมาก

๑๐. ช่วงเวลาและวันซึ่งลูกค้ามาใช้บริการในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา

ตารางที่ ๘.๓๕

เวลาที่ลูกค้า ใช้บริการ (น)	๘.๐๐	๙.๐๐	๑๐.๐๐	๑๑.๐๐	๑๒.๐๐	๑๓.๐๐	๑๔.๐๐	๑๕.๐๐	๑๖.๐๐	๑๗.๐๐	๑๘.๐๐	๑๙.๐๐	ไม่ตอบ	Row Total
วันที่ลูกค้ามา เซ็นทรัลพลาซา														
วันธรรมดา	๑	๓	๑๒	๙	๓๕	๕	๑๒	๑๐	๘	๘	๓	๑	๖๒	๑๖๙ ๒๙.๕
วันหยุด	-	๔๒	๙๕	๔๗	๙๓	๓๒	๙	๙	๔	๔	๒	๑	๕๙	๓๙๗ ๗๐.๑
Column Total	๑ ๐.๒	๔๕ ๘.๐	๑๐๗ ๑๘.๙	๕๖ ๙.๙	๑๒๘ ๒๒.๖	๓๗ ๖.๕	๒๑ ๓.๗	๑๙ ๓.๔	๑๒ ๒.๑	๑๒ ๒.๑	๕ ๐.๙	๒ ๐.๔	๑๒๑ ๒๑๑.๕	๕๖๖ ๑๐๐.๐

จาก Contingency Table ที่ ๘.๓๕ พบว่า ช่วงเวลาที่ลูกค้ามาใช้บริการใน ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซาในวันหยุดเวลา ๑๐ นาฬิกา มีจำนวนมากที่สุด ^๗ ถ้ามาได้แก่ผู้มาใช้ บริการในศูนย์การค้าเวลา ๑๒.๐๐ นาฬิกา



๑๑. ที่พักอาศัยและระยะทางจากบ้านถึงศูนย์การค้า เขตเทศบาลของลูกค้าซึ่งมาใช้บริการ

ตารางที่ ๘.๓๖

ระยะทาง (กม.)	๑-๕	๖-๑๐	๑๑-๑๕	๑๖-๒๐	๒๑-๒๕	๒๖-๓๐	๓๐	Row Total
เขต-อำเภอซึ่งลูกค้าพักอาศัย								
พญาไท	๑๔	๑๓	๔	๑	-	-	-	๓๑ ๗.๐
ดุสิต	๕	๒๖	๖	๑	-	๑	๑	๔๐ ๙.๑
บางกะปิ	๑๘	๔๓	๑๒	๑๐	๑	๓	-	๘๗ ๑๙.๗
ห้วยขวาง	๑๗	๗	๕	๒	-	-	-	๓๑ ๗.๐
บางกรวย	-	๑	๑	-	๑	-	-	๓ ๐.๗
เมืองนนท์	๓	๑๓	๑๑	๗	๑	-	-	๓๕ ๗.๙
บางเขน	๖๔	๔๓	๘	๑๓	๒	๒	-	๑๓๒ ๒๙.๙
อื่น ๆ	๗	๖	๑๐	๒๔	๑	๑๑	๒๓	๘๒ ๑๘.๖
Column Total	๑๒๘ ๒๙.๐	๑๕๒ ๓๔.๕	๕๗ ๑๒.๙	๕๗ ๑๒.๙	๖ ๑.๔	๑๗ ๓.๙	๒๔ ๕.๔	๔๔๑ ๑๐๐.๐

เมื่อพิจารณาถึงที่พักอาศัย และระยะทางจากบ้านถึงศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซาของ
ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการนั้น หากพิจารณาจาก Contingency Table ที่ ๘.๓๖ พบว่าลูกค้า
ที่พักอาศัยอยู่ในเขตบางเขน โดยมีระยะทางห่างจากศูนย์การค้าเซ็นทรัล ๑-๕ กิโลเมตร มี
จำนวนมากที่สุด กลุ่มถัดมาได้แก่ลูกค้าที่พักอาศัยในเขตบางกะปิ และบางเขน ซึ่งบ้านพักห่าง
จากศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซาเป็นระยะ ๖-๑๐ กิโลเมตร

แสดงเขตที่พิกอาศัย และความถี่ในการมาศูนย์การค้าเซนต์ริลพลาซา

ตารางที่ ๘.๓๗

จำนวนที่มา ครั้ง/เดือน	พญาไท	ดุสิต	บางกะปิ	ห้วยขวาง	บางกรวย	เมืองนนท์	บางเขน	อื่น ๆ	Row Total
๑	๑๐	๗	๑๗	๑๑	๒	๘	๒๐	๔๕	๑๒๙ ๒๒.๘
๒	๘	๑๖	๓๖	๖	๑	๑๗	๔๑	๒๖	๑๕๑ ๒๖.๗
๓	๔	๙	๑๗	๙	๑	๗	๑๖	๗	๗๐ ๑๒.๔
๔	๕	๑๑	๑๓	๔		๗	๓๒	๑๐	๘๒ ๑๔.๕
๕	๕	๓	๘	๑		๓	๙	๙	๘๘ ๖.๗
๖	๑	๑	๒	๒		๑	๗	๒	๑๖ ๒.๘
๗			๑			๑	๑	๒	๕ ๐.๙
๘			๒			๑	๔	๓	๑๐ ๑.๘
๑๐	๓	๑	๗	๒		๔	๑๑	๓	๘๑ ๕.๕
๑๒				๑					๑ ๐.๒
๑๔			๑						๑ ๐.๒
๑๕	๑			๑			๓	๒	๗ ๑.๒
๑๖							๑		๑ ๐.๒
๒๐	๑	๑	๒	๑			๖		๑๑ ๑.๙

ตารางที่ ๘.๓๗ (ต่อ)

จำนวนที่มา ครั้ง/เดือน	พญาไท	ดุสิต	บางกะปิ	ห้วยขวาง	บางกรวย	เมืองนนท์	บางเขน	อื่น ๆ	Row Total
๒๑							๑		๑ ๐.๒
๒๓			๑				๑		๒ ๐.๔
๒๔								๑	๑ ๐.๒
๒๕							๑		๑ ๐.๒
๒๙						๑			๑ ๐.๒
๓๐			๑				๑	๓	๕ ๐.๙
ไม่ระบุ								๑	๑ ๐.๒
Column	๓๘	๔๙	๑๐๘	๓๘	๔	๕๐	๑๕๕	๑๒๒	๕๖๕
Total	๖.๗	๘.๗	๑๙.๑	๖.๗	๐.๗	๘.๘	๒๗.๔	๒๑.๖	๑๐๐.๐

จากตาราง Contingency Table ที่ ๔.๓๗ พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการในศูนย์
การค้ำนี้ส่วนใหญ่มาใช้บริการเดือนละมากกว่า ๑ ครั้งนั้น เป็นผู้มาจากเขตบางเขนมากที่สุด
รองลงมาได้แก่ผู้ที่มาจากเขตบางกะปิ และเป็นผู้ที่มาจากที่อื่น ๆ ตามลำดับ

การศึกษาเกี่ยวกับที่ตั้งร้านค้าบนถนนสายต่าง ๆ รอบ ๆ ศูนย์การค้าเซนต์ วัลพลาซา

ตารางที่ ๘.๓๘

ร้านค้าบนถนน สายต่าง ๆ	จำนวนร้านค้า	ร้อยละ	Valid Percent	ร้อยละสะสม
ถนนพหลโยธิน	๔๒	๗๗.๓	๗๗.๓	๗๗.๓
ถนนงามวงศ์วาน	๗	๕.๙	๕.๙	๘๓.๒
อื่น ๆ	๒๐	๑๖.๘	๑๖.๘	๑๐๐.๐
รวม	๑๑๙	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐

ปีที่ร้านค้านั้น ๆ เริ่มเปิดดำเนินการ

ตารางที่ ๘.๓๙

ปี พ.ศ.	จำนวน	ร้อยละ	Valid Percent	ร้อยละสะสม
๒๕๑๙	๖	๕.๐	๕.๐	๕.๐
๒๕๒๐	๒	๑.๗	๑.๗	๖.๗
๒๕๒๒	๑๗	๑๔.๓	๑๔.๓	๒๑.๐
๒๕๒๖	๙	๗.๖	๗.๖	๒๘.๖
๒๕๒๗	๒๒	๑๘.๕	๑๘.๕	๔๗.๑

จากตารางที่ ๘.๓๘ พบว่า จำนวนร้านค้าตั้งอยู่บนถนนพหลโยธินมีมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ ๗๗.๓ ทั้งนี้เพราะถนนพหลโยธินเป็นถนนที่มีมาช้านาน และเป็นถนน ๑ ใน ๓ สาย คือ ถนนวิภาวดีรังสิต พหลโยธินและถนนลาดพร้าว-บางกะปิ ซึ่งตัดกันที่ทางแยกลาดพร้าว ซึ่งเปรียบเสมือนประตูเข้าออก ทางด้านเหนือของกรุงเทพมหานคร^๑

^๑ ดร.วงศ์ชัย เจริญสวรรค์, วารสารทางหลวง, ปีที่ ๑๙ ฉบับที่ ๑, มกราคม ๒๕๒๕, หน้า ๕๕

บริเวณที่ตั้งร้านค้านั้น (จากแผนที่แสดงการใช้ที่ดิน ๖.๗) ส่วนใหญ่อยู่ในแขวง
ลาดยาวของเขตบางเขนซึ่งมีความเป็นเมือง (Urbanization) สูง เมื่อศึกษาถึงปีที่ร้านค้า
นั้น ๆ เปิดดำเนินการพบว่าส่วนใหญ่เปิดดำเนินการในปี พ.ศ. ๒๕๒๗ คิดเป็นร้อยละ ๑๘.๕
ซึ่งเป็นปีที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าได้เปิดดำเนินการแล้วและในปี พ.ศ. ๒๕๒๒ ซึ่งยังไม่มี
ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่านั้น มีจำนวนร้านค้าเพียง ๑๔.๓% จึงมีข้อสรุปว่า การเพิ่มจำนวน
ร้านค้านั้นเป็นสาเหตุจากศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เป็น Magnet หากเป็นดังนี้แล้วศูนย์การ
ค้าเซ็นทรัลพลาซาก็มีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินในบริเวณนี้ด้วย (ดูตารางที่ ๘.๓๔)

ชนิดของร้านค้าซึ่งตั้งอยู่รอบ ๆ ศูนย์การค้าเซนต์ทรัลพลาซา

ตารางที่ ๘.๔๐

ชนิดของร้านค้า	จำนวน	ร้อยละ	Valid percent	ร้อยละสะสม
ร้านขายทอง	๕	๔.๒	๔.๒	๔.๒
ร้านเสริมสวย	๑	๐.๘	๐.๘	๕.๐
ร้านเฟอร์นิเจอร์	๒	๑.๗	๑.๗	๖.๗
ร้านขายของชำ	๑๖	๑๓.๔	๑๓.๔	๒๐.๒
เครื่องเหล็ก	๑	๐.๘	๐.๘	๒๑.๐
ร้านขายขนม	๗	๕.๘	๕.๘	๒๖.๘
อื่น ๆ	๘๗	๗๓.๑	๗๓.๑	๑๐๐.๐
รวม	๑๑๙	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐

แสดงเหตุผลที่ร้านค้าต่าง ๆ รอบ ๆ ศูนย์การค้าเซนต์ทรัลพลาซา มาตั้งอยู่ในบริเวณนี้

ตารางที่ ๘.๔๑

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ	Valid percent	ร้อยละสะสม
เพราะการคมนาคมสะดวก	๗๐	๕๘.๘	๕๘.๘	๕๘.๘
เพราะอยู่ใกล้ศูนย์การค้าเซนต์ทรัลพลาซา	๒	๑.๗	๑.๗	๖๐.๕
ที่ดินในบริเวณนี้ราคาถูก	๒๐	๑๖.๘	๑๖.๘	๗๗.๓
เพราะมีสภาพแวดล้อมที่ดี	๒๒	๑๘.๕	๑๘.๕	๙๕.๘
เพราะให้ผลตอบแทนคุ้มค่า	๕	๔.๒	๔.๒	๑๐๐.๐
รวม	๑๑๙	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐

เมื่อศึกษาจากชนิดของร้านค้าที่ตั้งอยู่รอบ ๆ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซาจากตาราง
ที่ ๘.๔๐ พบว่า ส่วนใหญ่ เป็นร้านขายของชำ ซึ่งมีอยู่ร้อยละ ๑๓.๔ และที่เป็นร้านค้าอื่น ๆ
ไม่สามารถระบุชนิดได้ มีอยู่ร้อยละ ๗๓.๑

เหตุผลที่ร้านค้าต่าง ๆ มาตั้งอยู่รอบ ๆ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่านั้น จากตารางที่ ๘.๔๑ พบว่า เป็นเพราะการคมนาคมสะดวก ซึ่งคิดเป็นร้อยละ ๕๘.๘ มีสภาพแวดล้อมที่ดี คิดเป็นร้อยละ ๑๘.๕ ทั้งนี้เป็นเพราะถนนสายพหลโยธิน ซึ่งประกอบด้วยถนน ๖ ทางวิ่ง นั้นเป็นถนนที่มีมาช้านาน และเป็นถนนเอนกประสงค์สำหรับรถผ่าน (Through Traffic) รถท้องถิ่น (Local Traffic) และทำหน้าที่เป็นทั้งถนนประธาน (Major) ถนนรองประธาน (Secondary) ลงไปจนถึงเป็นที่รวมและแยกรถ (Collector and Distributor) ในตัวเสร็จ^๑ ทำให้บริเวณนี้มีลักษณะการเข้าถึงที่สะดวกอย่างมาก (high accessibility) นอกจากนั้นบริเวณนี้ยังตั้งอยู่ใกล้สวนจตุจักรซึ่งเป็น "ปอดของเมือง" ทางด้านเหนือของกรุงเทพมหานคร มีสภาพแวดล้อมที่ร่มรื่น จึงเป็นปัจจัยประการหนึ่งที่ทำให้เกิด แรงดึงดูดแก่ผู้ลงทุนที่ต้องการที่ดินในบริเวณนี้ ไว้เพื่อทำการค้าขาย

^๑ ดร.วงษ์ชัย เจริญสวรรค์, Ibid. หน้า ๕๓

แสดงสภาพที่ดินก่อนการเป็นร้านค้าในสภาพปัจจุบัน

ตารางที่ ๘.๔๒

ลักษณะที่ดิน	ความถี่	ร้อยละ	Valid percent	ร้อยละสะสม
ที่ดินว่างเปล่า	๓	๒.๕	๒.๕	๒.๕
ที่ดินชนิดอื่น ๆ	๑๑๖	๙๗.๕	๙๗.๕	๑๐๐.๐
รวม	๑๑๙	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐	๑๐๐.๐

จากตารางที่ ๘.๔๒ ซึ่งทำการศึกษาถึงสภาพที่ดินก่อนการเป็นร้านค้า ในสภาพปัจจุบัน
นี้ พบว่า เป็นที่ดินชนิดอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ ๘๗.๕ นอกจากนั้น เป็นที่ดินว่างเปล่า ร้อยละ ๒.๕