

การวิจัยตลาด (Market Survey)

การสำรวจความเป็นไปได้ของ “โครงการคอมมูนิตี้ มอลล์ วัชรพล กรุงเทพมหานคร” ปี 2555

ผลการวิจัย การสำรวจตลาดความคิดเห็นของประชาชน ในพื้นที่ ถนนวัชรพล จำนวน 500 คน พบว่า ประชากรที่ทำการศึกษาคือเพศชาย ร้อยละ 42 หญิง ร้อยละ 58 มีรายได้เดือนละ ประมาณ มากกว่า 60,000 บาท ร้อยละ 40.0 รองลงมาเป็นกลุ่มผู้มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท และส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 41-50 ปี ร้อยละ 33.8 นอกจากนี้ยังพบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงาน ลูกจ้างบริษัทเอกชน ร้อยละ 51.8 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และปริญญาโท ร้อยละ 44.5

1. พฤติกรรมการใช้บริการ คอมมูนิตี้มอลล์/ห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ตของประชาชนทั่วไป

- จากการสำรวจ พบว่า คนในชุมชนมีการใช้บริการคอมมูนิตี้มอลล์/ห้างสรรพสินค้า คอมมูนิตี้มอลล์/ห้างสรรพสินค้า ครั้งสุดท้าย ในช่วงเดือนตุลาคม ร้อยละ 61.0 โดย กลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่า 50,000 บาท มีการใช้บริการคอมมูนิตี้มอลล์/ห้างสรรพสินค้าล่าสุด ในช่วงเดือนกันยายน
- ในการไปใช้บริการคอมมูนิตี้มอลล์/ห้างสรรพสินค้ามักจะไปใช้บริการกับสามี/ภรรยา/คนรัก ร้อยละ 79.6 รองลงมาไปใช้บริการกับ เพื่อน ร้อยละ 11.0 และใช้บริการกับบิดา/มารดา ร้อยละ 6.8 ตามลำดับ
- ในการไปใช้บริการคอมมูนิตี้มอลล์/ห้างสรรพสินค้าแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่ ใช้บริการ นาน 2-3 ชั่วโมง ร้อยละ 66.2 รองลงมาใช้บริการเป็นระยะเวลาสั้น 1- 2 ชั่วโมง และ ใช้ระยะเวลา 3-4 ชั่วโมง
- วันและช่วงเวลาที่มักจะเข้าใช้บริการคอมมูนิตี้มอลล์/ห้างสรรพสินค้าบ่อยที่สุด พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ มักใช้บริการวันเสาร์ มากถึงร้อยละ 41.2 และใช้บริการช่วงเวลา 15.00 -17.00 ร้อยละ 27.2
- ความถี่ในการใช้บริการห้างสรรพสินค้า พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการห้างสรรพสินค้า 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ รองลงมา ใช้บริการ มากกว่า 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 29.0 และใช้บริการ 2 สัปดาห์ต่อครั้ง ร้อยละ 22.0 ตามลำดับ
- ส่วนความถี่ในการใช้บริการคอมมูนิตี้มอลล์ ส่วนใหญ่ใช้บริการ มากกว่า 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็น ร้อยละ 41.8 รองลงมาใช้บริการคอมมูนิตี้มอลล์ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 23.2 และใช้บริการคอมมูนิตี้มอลล์ 2 สัปดาห์ต่อครั้ง ร้อยละ 18.0 ตามลำดับ
- ในการไปใช้บริการห้างสรรพสินค้า/คอมมูนิตี้ มอลล์ แต่ละครั้ง ส่วนใหญ่จะใช้บริการประเภท



ประเภท ของใช้ในครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 64.4 รองลงมาใช้บริการประเภทอาหาร(ซูเปอร์) ร้อยละ

59.6 ดังนั้นคน ส่วนใหญ่จึงมักใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 85.6 รองลงมาใช้บริการ

ธนาคาร ร้อยละ 40.0 และอันดับสาม เป็นการใช้บริการร้านอาหารฟาส์ฟู้ด/ฝรั่ง ร้อยละ 21.0

- ประเภทของบริการต่างๆในห้างสรรพสินค้า/คอมมูนิตี้ มอลล์ ที่ประชาชนต้องการให้มี พบว่า ประชากรส่วนใหญ่ต้องการให้มีบริการด้านซูเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 76.6 รองลงมาต้องการให้มีบริการธนาคาร ร้อยละ 51.8 และอันดับสาม ต้องการให้มีบริการร้านอาหารฟาส์ฟู้ด/ฝรั่ง ร้อยละ 18.8 ตามลำดับ
- ผลิตภัณฑ์และบริการ แต่ละประเภทในห้างสรรพสินค้า/คอมมูนิตี้ มอลล์ ที่ประชาชนมักจะนึกถึงเป็นลำดับแรก พบว่า ประชากรส่วนใหญ่ที่ใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 85.5 นึกถึง Tesco Lotus รองลงมานึกถึง Big C ร้อยละ 57.0 และร้อยละ 49.0 นึกถึง Top Market ตามลำดับ
- ผลิตภัณฑ์และบริการ แต่ละประเภทในห้างสรรพสินค้า/คอมมูนิตี้ มอลล์ ที่ประชาชนใช้มากเป็นลำดับสอง พบว่า ประชากรส่วนใหญ่มักใช้ บริการธนาคาร โดย ร้อยละ 64.7 นึกถึงธนาคาร กสิกรไทย รองลงมานึกถึง ธนาคารไทยพาณิชย์ ร้อยละ 64.6 และนึกถึงธนาคารกรุงเทพ ร้อยละ 47.1 ตามลำดับ
- ผลิตภัณฑ์และบริการ แต่ละประเภทในห้างสรรพสินค้า/คอมมูนิตี้ มอลล์ ที่ประชาชนใช้มากเป็นลำดับสาม พบว่า ประชากรส่วนใหญ่มักใช้บริการร้านอาหารฟาส์ฟู้ด/ฝรั่ง/Restaurant

2. ความคิดเห็นที่มีต่อคอมมูนิตี้มอลล์ของประชาชนทั่วไป

- คอมมูนิตี้ มอลล์ ที่ประชาชนในพื้นที่ที่ชื่นชอบมากที่สุดอันดับ 1 คือ Tesco Lotus คิดเป็นร้อยละ 43.8 ส่วนคอมมูนิตี้มอลล์ที่ชื่นชอบเป็นอันดับสอง ส่วนใหญ่กล่าวว่าชื่นชอบ Big C คิดเป็นร้อยละ 37.2 รองลงมา ได้แก่ The mall ร้อยละ 31.8 และ Fashion Island ร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

3. การยอมรับต่อคอมมูนิตี้ มอลล์/ซูเปอร์มาร์เก็ต ที่ใช้บริการในปัจจุบันและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ

เมื่อสอบถามว่า คอมมูนิตี้ มอลล์/ซูเปอร์มาร์เก็ต ที่ประชาชนใช้บริการในปัจจุบันมีปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ่อยครั้งในแต่ละสัปดาห์



- จากการสำรวจ พบว่า ประชากรส่วนใหญ่คิดว่า ความหลากหลายของสินค้าและบริการที่ครบวงจร เป็นปัจจัยที่สำคัญอันดับแรก ร้อยละ 76.2 และรองลงมาคิดว่า สถานที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน ร้อยละ 57.8 และ อันดับสาม คิดว่า มีสิ่งแวดล้อมดี สวยงาม สะอาด ร้อยละ 50.2

4. การยอมรับต่อ คอมมูนิตี้ออลล์ แห่งใหม่และความพึงพอใจที่มีต่อองค์ประกอบด้านต่าง ๆ

เมื่อสอบถามว่าหาก คอมมูนิตี้ออลล์ แห่งใหม่มีสินค้าและบริการ ต่อไปนี้ ท่านคิดว่าท่านจะซื้อ/หรือ จะมาใช้บริการหรือไม่ พบว่า

- ในส่วนของ Super Market คิดว่าจะมาใช้บริการ Top ร้อยละ 99.4 และจะใช้บริการ Maxvalue ร้อยละ 98.2 และจะใช้บริการ Food land ร้อยละ 97.8
- ด้านธนาคาร ส่วนใหญ่จะใช้บริการธนาคารกสิกรไทยและไทยพาณิชย์ ร้อยละ 98.2 รองลงมาใช้ บริการ ธนาคารกรุงเทพ ร้อยละ 97.8 และใช้บริการธนาคาร กรุงไทยร้อยละ 97.2 ตามลำดับ

และเมื่อสอบถามว่าหาก คอมมูนิตี้ออลล์ มีสินค้าและบริการ ต่อไปนี้ ท่านคิดว่าท่านจะซื้อ/หรือจะใช้ บริการหรือไม่ พบว่า

- ส่วนบริการ Book Store ร้อยละ 98.6 คิดว่าจะมาใช้บริการ Se-Ed ร้อยละ 98.4 คิดว่าจะมาใช้บริการ ร้านหนังสือนายอินทร์และร้อยละ 96.4 คิดว่าจะมาใช้บริการร้านดอกหญ้า
- ส่วนบริการด้าน IT & Gadget ร้อยละ 98.6 คิดว่าจะมาใช้บริการ Samsung shop ร้อยละ 96.6 คิดว่าจะมาใช้บริการ Nokia shop และร้อยละ 92.0 คิดว่าจะมาใช้บริการ Big Camera ตามลำดับ
- ในส่วน Pay Points Service คิดว่าจะมาใช้บริการ Dtac ร้อยละ 97.8 และจะใช้บริการ Telewiz ร้อยละ 97.6 และจะใช้บริการ True Shop ร้อยละ 96.6
- บริการด้าน Hair Salon / Nail ส่วนใหญ่จะใช้บริการ Cut&Curl ร้อยละ 68.4 รองลงมาใช้ บริการ 2-Be-1 Hair Salon ร้อยละ 64.6 และใช้บริการ Nail Club ร้อยละ 64.0 ตามลำดับ
- ในส่วนของการบริการด้าน Drugstore คิดว่าจะมาใช้บริการ boots ร้อยละ 97.4 และจะใช้บริการ Watson ร้อยละ 97.2
- ส่วนบริการด้าน Beauty Center ส่วนใหญ่จะใช้บริการ วูมิคักดี คลินิก ร้อยละ 73.4 รองลงมา ใช้บริการ นิติพล คลินิก ร้อยละ 72.4 และใช้บริการ Slim up center ร้อยละ 69.0 ตามลำดับ



- ในส่วนของบริการด้าน Restaurant (QSR) คิดว่าจะมาใช้บริการ Mc Donald's ร้อยละ 100 และจะมาใช้บริการ KFC ร้อยละ 99.4 และจะมาใช้บริการ Chester's Grill ร้อยละ 98.8
- ส่วนบริการด้าน Restaurant (จีน) ส่วนใหญ่ใช้จะมาใช้บริการ Mr.Meng ร้อยละ 94.0 รองลงมาใช้ บริการ แคนตันเฮ้าส์ ร้อยละ 93.4 และใช้บริการ Hong min ร้อยละ 91.6
- ในส่วนของบริการด้าน Restaurant (ญี่ปุ่น) คิดว่าจะมาใช้บริการ Fuji Restaurant ร้อยละ 99.4 และจะมาใช้บริการ Yayoi ร้อยละ 95.6 และจะมาใช้บริการ Peper Lunch ร้อยละ 94.4
- ส่วนบริการด้าน Restaurant (ครอบครัว/ชาบู) ส่วนใหญ่ใช้จะมาใช้บริการ MK Suki ร้อยละ 97.0 รองลงมาใช้บริการ Shabushi ร้อยละ 96.8 และใช้บริการ จุ่มแซ่บฮัท ร้อยละ 96.6
- ในส่วนของบริการด้าน Restaurant (ปิ้งย่าง) คิดว่าจะมาใช้บริการ BBQ Plaza ร้อยละ 96.4 และ จะมาใช้บริการ Sukishi ร้อยละ 9.63 และจะมาใช้บริการ Seoul Grill ร้อยละ 92.4
- ส่วนบริการด้าน Restaurant (ไทย) ส่วนใหญ่ใช้จะมาใช้บริการ ร้านก๋วยเตี๋ยวไก่แม่ศรีเรือน ร้อยละ 96.8 รองลงมาใช้บริการ ร้านยำแซ่บ และร้าน S&P ร้อยละ 96.6 และใช้บริการ ร้านสวัสดีปังกอก ร้อยละ 95.6 ตามลำดับ
- ในส่วนของบริการด้าน Restaurant (Steak) คิดว่าจะมาใช้บริการ Sizzler ร้อยละ 97.4 และจะ มาใช้บริการ Jeffer Steak ร้อยละ 94.8 และจะมาใช้บริการ ชานตาเฟ สเต็ก ร้อยละ 93.2
- ส่วนบริการด้าน Casual Dining ส่วนใหญ่ใช้จะมาใช้บริการ House of Beers (HOB) ร้อยละ 64.6 รองลงมาใช้บริการ Wine Connection ร้อยละ 55.2 และใช้บริการ Wine Society ร้อยละ 54.8 ตามลำดับ
- ในส่วนของ Coffee Café คิดว่าจะมาใช้บริการ Café Amazon ร้อยละ 96.0 และจะมาใช้บริการ Starbucks Coffee ร้อยละ 95.8 และจะมาใช้บริการ Black Canyon ร้อยละ 95.6
- ด้าน Ice Cream ส่วนใหญ่ใช้จะมาใช้บริการ Swenzen's ร้อยละ 99.2 รองลงมาใช้บริการ Dairy Queen ร้อยละ 97.8 และใช้บริการ Umm! Milk ร้อยละ 93.0
- ในส่วนของบริการ เบเกอรี่และเครื่องดื่ม คิดว่าจะมาใช้บริการ Dunkin Donut และ Mister Donut ร้อยละ 98.2 และจะมาใช้บริการ Yamazaki ร้อยละ 96.8 และคิดว่าจะมาใช้บริการ Auntie Ann ร้อยละ 96.0 ตามลำดับ
- ด้าน Education (คณิตศาสตร์) ส่วนใหญ่ใช้จะมาใช้บริการ King Math ร้อยละ 86.2 รองลงมาใช้ บริการ Kumon ร้อยละ 86.0 และใช้บริการ Sakamoto ร้อยละ 82.2

- ในส่วนของบริการ Education (เสริมทักษะสำหรับเด็ก) คิดว่าจะมาใช้บริการ IQ, Kid Planner ร้อยละ 76.2 และร้อยละ 75.2 จะมาใช้บริการ Gymboree และ Babies Genius
- ด้าน Education (ART) ส่วนใหญ่จะใช้บริการ ARTino ร้อยละ 73.2 รองลงมาใช้บริการ kolor me & Katoon ร้อยละ 72.8
- ในส่วนของบริการด้าน Education (ดนตรี/เต้นรำ) ส่วนใหญ่จะใช้บริการ Yamaha/สยามกลการ ร้อยละ 76.6 รองลงมาใช้บริการ KPN ร้อยละ 73.6 และใช้บริการ อาวี Dance Center ร้อยละ 72.6

5. ความต้องการจำเป็น(Needs Assessment) และประเมินการยอมรับ (Acceptance) ต่อคุณภาพบริการด้านต่างๆที่พึงมี

- “ตลาดคนเดิน” ที่มักจะไปใช้บริการ พบว่า คนในชุมชนส่วนใหญ่จะเดินตลาดนัดคนเดิน ร้อยละ 51.4 ที่ชื่นชอบเพราะมีสินค้าหลากหลายและครบวงจร มีสัตว์เลี้ยง ดอกไม้ ต้นไม้ ที่มีราคาถูก มีสินค้าทั้งมือหนึ่งและมือสองจำหน่าย และมีเครื่องอุปโภคและเครื่องใช้ไฟฟ้าจำหน่ายและมีความหลากหลายของสินค้า ส่วนร้อยละ 22.0 ชอบเดินตลาดนัดประจำวัน เนื่องจากมีสินค้าอุปโภคและเครื่องใช้ในครัวเรือน และเครื่องใช้ไฟฟ้าจำหน่าย และร้อยละ 6.40 ชื่นชอบตลาดนัดปัฐวิกรณ์ เนื่องจากมีสินค้ามือสองคุณภาพดี จัดจำหน่ายมีทั้งปลีกและส่ง ในราคาที่ถูกและดี
- ประเภทสินค้าที่ควรจะจำหน่ายใน “ตลาดคนเดิน” พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ กล่าวว่า ควรจำหน่ายสินค้าประเภทสินค้าอุปโภคและเครื่องใช้ในครัวเรือน ร้อยละ 26.4 และรองลงมาคิดว่าควรจำหน่ายสินค้าประเภท สินค้าแบรนด์เนม เช่นกระเป๋า เสื้อผ้า รองเท้าและเครื่องประดับ ทั้งมือหนึ่งและมือสอง ร้อยละ 18.6 และสินค้าอุปโภคและของใช้ไฟฟ้า ร้อยละ 18.2 ตามลำดับ
- หากจะทำให้ศูนย์การค้านี้เป็น “ศูนย์การค้าในฝัน” ที่ทำให้ประชาชนอยากมาใช้บริการ..ส่วนใหญ่คิดว่า จำเป็นต้องมีลักษณะเป็นศูนย์การค้าที่มีสินค้าคุณภาพดี ราคาเหมาะสมจำหน่าย ร้อยละ 39.2 และสินค้ามีความหลากหลายและครบวงจร ร้อยละ 23.6 มีการจัดภูมิทัศน์ที่สวยงาม สิ่งแวดล้อมดีสวยงาม และสะอาด ร้อยละ 21.8 ตามลำดับ

6. ข้อเสนอแนะอื่นๆที่จะช่วยสนับสนุนให้ ศูนย์การค้านี้ เป็นที่ยอมรับของคนในชุมชน และสามารถยืนหยัดคู่กับชุมชนได้ในระยะยาว



- จากการสำรวจ พบว่า คนในชุมชนส่วนใหญ่กล่าวข้อเสนอนี้ ในเรื่องของการลงมติความคิดเห็นรวมทั้ง ข้อเสนอแนะในการสร้างและผลที่จะเกิดขึ้นหลังจากการก่อสร้าง เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหา ร้อยละ 29.0 และมีมาตรการป้องกันผลกระทบด้านต่างๆ ที่จะมีผลต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การจราจร การลักขโมย ร้อยละ 14.6 และร้อยละ 10 กล่าวว่าไม่สร้างความเดือดร้อนให้กับชุมชน