

ภาคผนวก ท
ผลการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค เกี่ยวกับโครงการ
The Companion

ตารางที่ ท-1
แสดงพฤติกรรมการใช้บริการไลฟ์สไตล์ช้อปปิ้งเซ็นเตอร์
แยกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

Group Statistics

	Gender	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Lifestyle_Experience	Male	169	1.33	.472	.036
	Female	271	1.37	.484	.029
Lifestyle_Frequency	Male	113	3.07	3.563	.335
	Female	169	3.43	3.890	.299
Time_To_Lifestyle	Male	113	5.11	1.819	.171
	Female	170	4.79	1.713	.131
Lifestlye_with	Male	113	2.80	.965	.091
	Female	170	2.75	.911	.070
Lifestyle_Expense	Male	113	1312.83	1231.520	115.852
	Female	170	1235.88	864.525	66.306

ตารางที่ ท-2
แสดงพฤติกรรมการใช้บริการไลฟ์สไตล์ช้อปปิ้งเซ็นเตอร์
แยกตามช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

Descriptives

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Lifestyle Experience	26	1.35	.485	.095	1.15	1.54	1	2
18-21	87	1.40	.493	.053	1.30	1.51	1	2
22-25	210	1.34	.475	.032	1.20	1.40	1	2
26-30	68	1.31	.465	.056	1.20	1.42	1	2
31-35	41	1.41	.502	.078	1.28	1.60	1	2
more than 35	440	1.36	.400	.023	1.31	1.40	1	2
Total	17	2.76	2.306	.559	1.50	3.95	1	10
Lifestyle Frequency	52	3.46	3.821	.530	2.40	4.53	1	20
18-21	143	3.41	4.138	.346	2.72	4.09	1	25
22-25	47	3.14	3.588	.525	2.08	4.20	0	20
26-30	23	2.84	2.150	.448	1.91	3.77	0	10
31-35	282	3.29	3.700	.224	2.85	3.73	0	25
more than 35	17	4.41	1.121	.272	3.84	4.99	3	8
Total	52	4.67	1.630	.226	4.22	5.13	2	10
Time_To_Lifestyle	144	5.08	1.744	.145	4.80	5.37	1	10
18-21	47	4.83	1.833	.267	4.29	5.37	2	10
22-25	23	5.00	2.296	.479	4.01	5.99	2	10
26-30	283	4.92	1.760	.105	4.71	5.12	1	10
31-35	17	2.94	.877	.201	2.57	3.37	1	4
more than 35	52	2.92	.947	.131	2.88	3.19	1	4
Total	144	2.79	.907	.076	2.64	2.94	1	4
Lifestyle with	47	2.51	.997	.145	2.22	2.80	1	4
18-21	23	2.65	.935	.195	2.25	3.06	1	4
22-25	283	2.77	.931	.055	2.68	2.88	1	4
26-30	17	917.65	542.258	131.517	638.84	1198.45	200	2000
31-35	52	1278.65	1422.555	187.273	862.80	1674.09	200	10000
more than 35	144	1315.28	970.064	80.830	1155.48	1475.07	200	5000
Total	47	1152.13	668.788	97.653	945.76	1348.49	150	3000
Lifestyle_Expense	23	1428.09	1165.885	243.104	921.92	1930.25	100	5000
18-21	283	1256.61	1025.520	60.951	1146.61	1386.60	100	10000

ตารางที่ ๓-3
แสดงพฤติกรรมการใช้บริการไลฟ์สไตล์ข้อบ่งชี้ตนเอง

แยกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

Descriptives										
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum		
					Lower Bound	Upper Bound				
Lifestyle_Expense										
Student	84	1.37	.485	.063	1.26	1.47	1	2		
Government_Officer	11	1.09	.302	.091	.09	1.29	1	2		
Private_Sector	276	1.37	.405	.029	1.32	1.43	1	2		
Government_Own	18	1.88	.506	.140	1.08	1.69	1	2		
Private_Business	54	1.31	.469	.064	1.19	1.44	1	2		
Others	2	1.00	.000	.000	1.00	1.00	1	1		
Total	440	1.36	.480	.023	1.31	1.40	1	2		
Lifestyle_Frequency										
Student	53	4.00	3.913	.637	2.92	5.08	1	20		
Government_Officer	10	2.25	1.477	.467	1.19	3.31	1	4		
Private_Sector	172	3.17	3.554	.271	2.63	3.70	0	22		
Government_Own	8	1.75	1.035	.366	.88	2.62	1	4		
Private_Business	37	3.60	5.072	.834	1.81	5.19	1	25		
Others	2	2.00	.000	.000	2.00	2.00	2	2		
Total	282	3.29	3.760	.224	2.85	3.73	0	25		
Time_To_Lifestyle										
Student	53	4.90	1.737	.239	4.50	5.46	1	10		
Government_Officer	10	4.00	1.033	.327	4.09	5.51	2	6		
Private_Sector	173	4.84	1.704	.136	4.67	5.11	2	10		
Government_Own	0	5.75	2.252	.786	5.07	7.63	3	10		
Private_Business	37	4.97	1.676	.276	4.41	5.53	2	10		
Others	2	6.00	2.121	1.500	-12.06	26.96	5	8		
Total	283	4.92	1.760	.105	4.71	5.12	1	10		
Lifestyle_with										
Student	53	3.02	.866	.119	2.78	3.26	1	4		
Government_Officer	10	2.60	1.360	.427	1.63	3.57	1	4		
Private_Sector	173	2.63	.965	.073	2.49	2.77	1	4		
Government_Own	8	3.88	.744	.263	2.71	4.00	2	4		
Private_Business	37	2.92	.595	.090	2.72	3.12	1	4		
Others	2	3.00	.707	.500	2.85	3.15	3	4		
Total	283	2.77	.901	.055	2.65	2.90	1	4		
Lifestyle_Expense										
Student	53	1349.06	1408.084	200.283	947.16	1790.96	200	10000		
Government_Officer	10	1720.00	1008.629	318.967	908.47	2441.53	500	9000		
Private_Sector	173	1139.60	783.000	59.530	1022.09	1257.10	150	4000		
Government_Own	8	1137.60	772.636	273.168	491.66	1783.44	500	3000		
Private_Business	37	1606.11	1270.407	202.291	1197.04	2016.07	100	5000		
Others	2	2000.00	1414.214	1000.000	-10706.20	14706.20	1000	3000		
Total	283	1266.61	1025.520	60.961	1146.61	1386.60	100	10000		

ตารางที่ ท-4

แสดงพฤติกรรมการใช้บริการไลฟ์สไตล์ช้อปปิ้งออนไลน์

แยกตามช่วงรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean			Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound	Mean		
Lifestyle_Expense	Less Than 10,000	23	1.43	.507	.105	1.22	1.65	1	2	
	10,001 - 30,000	193	1.38	.486	.035	1.31	1.45	1	2	
	30,001 - 50,000	170	1.07	.403	.036	1.29	1.44	1	2	
	More Than 50,000	46	1.20	.401	.059	1.08	1.31	1	2	
	Total	440	1.06	.400	.023	1.01	1.40	1	2	
Lifestyle_Frequency	Less Than 10,000	13	2.58	2.409	.693	1.07	4.09	1	10	
	10,001 - 30,000	119	3.24	3.525	.323	2.60	3.88	1	22	
	30,001 - 50,000	113	3.30	4.120	.388	2.63	4.16	1	25	
	More Than 50,000	37	3.95	3.807	.626	2.09	4.63	0	20	
	Total	282	3.20	3.760	.224	2.65	3.73	0	25	
Time_To_Lifestyle	Less Than 10,000	13	4.92	1.382	.383	4.09	5.76	3	8	
	10,001 - 30,000	120	4.60	1.620	.140	4.33	4.92	1	10	
	30,001 - 50,000	113	5.05	1.802	.170	4.72	5.39	2	10	
	More Than 50,000	37	5.45	2.049	.337	4.78	6.14	3	10	
	Total	283	4.92	1.750	.105	4.71	5.12	1	10	
Lifestyle_with	Less Than 10,000	13	3.00	.707	.196	2.57	3.43	2	4	
	10,001 - 30,000	120	2.70	.909	.083	2.62	2.95	1	4	
	30,001 - 50,000	113	2.70	.916	.080	2.56	2.91	1	4	
	More Than 50,000	37	2.73	1.071	.175	2.37	3.09	1	4	
	Total	283	2.77	.931	.055	2.66	2.88	1	4	
Lifestyle_Expense	Less Than 10,000	13	1145.15	603.757	222.022	650.45	1631.05	200	3000	
	10,001 - 30,000	120	1198.33	797.262	72.780	1054.22	1342.44	200	5000	
	30,001 - 50,000	113	1319.91	1295.415	121.957	1078.27	1661.55	100	10000	
	More Than 50,000	37	1367.57	807.665	132.820	1098.18	1636.96	100	3000	
	Total	283	1266.61	1025.520	60.961	1146.61	1336.60	100	10000	

ตารางที่ ท-5

แสดงพฤติกรรมการใช้บริการไลฟ์สไตล์ข้อปึงเซ็นเตอร์

แยกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

Descriptives

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Lifestyle_Experience	217	1.47	.500	.034	1.40	1.53	1	2
Single1	103	1.22	.418	.031	1.16	1.29	1	2
Single2	40	1.30	.490	.070	1.22	1.53	1	2
Married	440	1.36	.480	.023	1.31	1.40	1	2
Total	116	3.20	4.059	.370	2.53	4.03	0	22
Lifestyle_Frequency	141	3.47	3.753	.316	2.05	4.10	1	25
Single1	25	2.29	1.680	.336	1.60	2.99	0	7
Single2	282	3.29	3.760	.224	2.85	3.73	0	25
Married	116	4.94	1.885	.175	4.59	5.29	2	10
Total	142	4.92	1.613	.135	4.65	5.18	1	10
Time_To_Lifestyle	25	4.84	2.014	.403	4.01	5.67	2	10
Single1	283	4.92	1.760	.105	4.71	5.12	1	10
Single2	116	2.44	1.137	.106	2.23	2.65	1	4
Married	142	3.00	.583	.049	2.90	3.10	1	4
Total	25	2.96	1.060	.212	2.52	3.40	1	4
Lifestyle_expense	283	2.77	.931	.055	2.66	2.88	1	4
Single1	116	1133.19	917.628	85.200	964.43	1301.95	150	5000
Single2	142	1411.27	1140.057	95.671	1222.13	1600.40	100	10000
Married	25	1054.00	558.837	131.757	792.05	1335.95	300	2500
Total	283	1296.01	1025.520	60.951	1145.01	1395.00	100	10000

ตารางที่ ๗-6
แสดงพฤติกรรมการใช้บริการไลฟ์สไตล์ช้อปปิ้งออนไลน์
แยกตามระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม

Descriptives									
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum	
					Lower Bound	Upper Bound			
Lifestyle_Expense									
Primary	1	2.00	.548	.245	.72	2.08	2	2	
High_School	5	1.40	.577	.209	.50	2.42	1	2	
Technique	1	2.00	.007	.020	1.33	1.41	1	2	
College	4	1.50	.446	.141	1.19	1.85	1	2	
Degree	311	1.30	.400	.020	1.31	1.40	1	2	
Above_Degree	118	1.27	.251	.145	-2.92	9.58	1	6	
Total	440	1.36	.333	.000	1.00	1.00	1	1	
Lifestyle_Frequency									
Primary	0								
High_School	3	3.33	3.040	2.86	2.34	3.80	0	20	
Technique	0								
College	2	1.00	.333	.224	2.85	3.73	0	20	
Degree	101	3.41	1.667	.105	3.90	6.77	5	6	
Above_Degree	86	3.07	1.815	.131	5.00	5.00	5	5	
Total	282	3.29	1.750	.107	4.63	5.14	1	10	
Time_To_Lifestyle									
Primary	0								
High_School	3	5.33	1.667	.333	3.90	6.77	5	6	
Technique	0								
College	2	5.00	1.000	.000	5.00	5.00	5	5	
Degree	102	4.89	1.815	.131	4.63	5.14	1	10	
Above_Degree	66	4.96	1.667	.162	4.62	5.34	2	10	
Total	283	4.92	1.750	.105	4.71	5.12	1	10	
Lifestyle_With									
Primary	0								
High_School	3	3.67	.677	.333	2.28	5.10	3	4	
Technique	0								
College	2	2.00	1.414	1.000	10.71	14.71	1	3	
Degree	102	2.02	.092	.064	2.70	2.95	1	4	
Above_Degree	86	2.63	.995	.107	2.41	2.84	1	4	
Total	283	2.77	.931	.055	2.56	2.88	1	4	
Lifestyle_Expense									
Primary	0								
High_School	3	900.00	964.365	556.776	-1495.62	3295.62	200	2000	
Technique	0								
College	2	1000.00	707.107	500.000	5353.10	7853.10	500	1500	
Degree	192	1311.96	1103.763	79.558	1154.66	1469.10	200	10000	
Above_Degree	66	1104.30	040.107	80.581	1004.10	1364.42	100	4000	
Total	203	1265.61	1025.520	60.951	1146.61	1306.60	100	10000	

ตารางที่ ๗-7

แสดงปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเลือก
ใช้บริการไลฟ์สไตล์ช้อปปิ้งเซ็นเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
ที่เคยไปใช้บริการไลฟ์สไตล์ช้อปปิ้งเซ็นเตอร์

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Desire_StuffMix	1.80	.755	410
Desire_FaorShop	1.88	.813	412
Desire_DistanceHome	1.69	.910	405
Desire_DistanceWork	2.47	1.225	407
Desire_DistanceSchool	3.36	1.495	400
Desire_PromoteEvent	2.86	1.194	403
Desire_MemberCard	2.76	1.254	405
Desire_Discount	2.33	1.192	406
Actility_eating	1.42	.696	277
Actility_Cloth	2.34	.719	187
Actility_Fresh	2.17	.799	229
Actility_Salon	2.71	.636	122
Actility_Relax	1.95	.769	240
Actility_Others	2.00	.922	41

ตารางที่ ๗-8

แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้เลี้ยงสุนัข
แยกตามระดับความสนใจในโครงการ

Group Statistics

Location_interesting	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Have_Dog >= 4	64	1.38	.488	.061
< 4	295	1.35	.479	.028

ตารางที่ ๗-9

แสดงความแตกต่างระหว่างกลุ่มต่อความสนใจในโครงการ
ระหว่างผู้เลี้ยงสุนัขและไม่เลี้ยงสุนัข

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances	F	Sig.	t	df	t-test for Equality of Means				
						t (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference Lower Upper		
Have_	Equal variances assumed	.414	.520	.339	357	.735	.022	.066	-.108	.153
	Equal variances not assumed			.335	1.188	.738	.022	.067	.111	.156

แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
ที่เป็นผู้ที่อาศัยหรือศึกษาอยู่ในพื้นที่การค้าหลัก
แยกตามระดับความสนใจในโครงการ

Group Statistics

Location_interesting		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Home_Location	>= 4	64	1.42	.686	.086
	< 4	295	1.57	.715	.042

แสดงความแตกต่างระหว่างกลุ่มต่อความสนใจในโครงการ
ระหว่างผู้ที่อาศัยหรือศึกษาอยู่ในพื้นที่การค้าหลัก
และผู้ที่อยู่นอกพื้นที่การค้าหลัก

Independent Samples Test

	Levene's test for equality of variance		t test for equality of means				
	F	Sig.	t	df	2-tailed Sig.	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference
Home_Lx Equal var assumed	1.869	.172	1.543	357	.124	-.151	-.343 .041
Home_Lx Equal var not assumed			1.685	308.1	.116	-.151	-.340 .036

ตารางที่ ท-12

แสดงจำนวนผู้ที่สนใจและไม่สนใจโครงการ
แยกตามผู้ตอบแบบสอบถามที่เลี้ยงสุนัขและไม่เลี้ยงสุนัข
และผู้ที่อาศัยหรือศึกษาอยู่ในพื้นที่การค้าหลัก
และผู้ที่อยู่นอกพื้นที่การค้าหลัก

Home_Location * Go_to_place * Have_Dog Crosstabulation

Count			Go to place		Total
			Interest_in_ Place	Not_interest_ in_place	
Yes	Home_Location	Primary	117	27	144
		Secondary	58	10	68
		Thirdtiry	45	3	48
	Total		220	40	260
No	Home_Location	Primary	71	17	88
		Secondary	52	3	55
		Thirdtiry	33	4	37
	Total		156	24	180

ตารางที่ ท-13

แสดงความเป็นอิสระของผู้ตอบแบบสอบถาม
ระหว่างกลุ่มที่เลี้ยงสุนัขและไม่เลี้ยงสุนัข

Chi-Square Tests

Have_Dog		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Yes	Pearson Chi-Square	4.354 ^a	2	.113
	Likelihood Ratio	5.032	2	.081
	Linear-by-Linear Association	4.165	1	.041
	N of Valid Cases	260		
No	Pearson Chi-Square	5.886 ^b	2	.053
	Likelihood Ratio	6.348	2	.042
	Linear-by-Linear Association	2.992	1	.084
	N of Valid Cases	180		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7.38.

b. 1 cells (16.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4.93.

ตารางที่ ท-14
แสดงจำนวนผู้ที่สนใจและไม่สนใจโครงการ
แยกตามผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัย
หรือศึกษาอยู่ในพื้นที่การค้าหลัก
และผู้ที่อยู่นอกพื้นที่การค้าหลัก

Home_Location * Go_to_place Crosstabulation

Count

		Go_to_place		Total
		Interest_in_ Place	Not_interest_ in_place	
Home_Location	Primary	188	44	232
	Secondary	110	13	123
	Thirdtiry	78	7	85
Total		376	64	440

ตารางที่ ท-15
แสดงความเป็นอิสระของผู้ตอบแบบสอบถาม
ระหว่างกลุ่มที่อาศัยหรือศึกษาอยู่ในพื้นที่การค้าหลัก
และผู้ที่อยู่นอกพื้นที่การค้าหลัก

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7.934 ^a	2	.019
Likelihood Ratio	8.234	2	.016
Linear-by-Linear Association	7.309	1	.007
N of Valid Cases	440		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 12.36.

ตารางที่ ท-16
แสดงจำนวนผู้ที่สนใจและไม่สนใจโครงการ
แยกตามผู้ตอบแบบสอบถามที่เลี้ยงสุนัข
และไม่เลี้ยงสุนัข

Have_Dog * Go_to_place Crosstabulation

Count		Go_to_place		Total
		Interest_in_ Place	Not_interest_ in_place	
Have_Dog	Yes	220	40	260
	No	156	24	180
Total		376	64	440

ตารางที่ ท-17
แสดงความเป็นอิสระของผู้ตอบแบบสอบถาม
ระหว่างกลุ่มที่เลี้ยงสุนัขและไม่เลี้ยงสุนัข

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	.360 ^b	1	.548		
Continuity Correction ^a	.214	1	.644		
Likelihood Ratio	.363	1	.547		
Fisher's Exact Test				.585	.324
Linear-by-Linear Association	.359	1	.549		
N of Valid Cases	440				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 26.18.