บทนำ

ในปัจจุบันวิถีการดำเนินชีวิตของคนได้เน้นความสะดวกรวดเร็วทันสมัยมากขึ้นและขนาดของครอบครัวที่เปลี่ยนมาเป็นขนาดเล็ก จึงทำให้พฤติกรรมการบริโภคเปลี่ยนแปลงไป นิยมซื้ออสินค้าที่ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่แทนการซื้ออสินค้าจากร้านค้าปลีกใกลบ้าน เนื่องจากร้านค้าปลีกใกล้บ้านไม่สามารถตอบสนองความต้องการในเรื่องของการซื้อสินค้าได้(สุนีย์ วงษ์กิติโสภณ, 2545 อ้างถึงในประภาพร ระวาดชู, 2552)

ดังนั้น ศูนย์การค้า ที่ถือเป็นแหล่งรวบรวมสินคาหลายชนิดรวมไว้ในที่เดียวกันแบบครบวงจร (One stop service) จึงได้เข้ามาตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

จากเหตุผลดังกล่าวข้างตน ผู้ศึกษาสนใจศึกษาเก็บข้อมูล ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพล่าซ่า ลำปาง เพื่อทราบธุรกิจต่างๆ ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพล่าซ่า ลำปาง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเก็บข้อมูลในการประกอบธุรกิจในพื้นที่ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพล่าซ่า ลำปาง

2. เพื่อรายงานการวิเคราะห์ผลการสำรวจการประกอบธุรกิจ

ในพื้นที่ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพล่าซ่า ลำปาง

สมมติฐาน

การเก็บข้อมูลในพื้นที่ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพล่าซ่า ลำปาง เหมาะที่จะประกอบธุรกิจร้านอาหารและแฟชั่น

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้บริโภค

2.ทฤษฎีเกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจ

3.ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับศูนย์การค้าเซ็นทรัลพล่าซ่า ลำปาง

วิธีดำเนินการ

1.ลงพื้นที่เก็บข้อมูล

2. รวบรามข้อมูล

3.วิเคราะห์ผลการศึกษา

4. เครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์

- แบบสำรวจธุรกิจ

- โปรแกรม Excel

ผลการศึกษา

จากการศึกษา สามารถแบ่งประเภทธุรกิจร้านค้าได้16 ประเภท รวม 130ร้านค้าได้ดังนี้

DINING 23 ร้าน, FASHIONS 16 ร้าน

BEAUTY 5 ร้าน, JEWELRY 2 ร้าน

BAGS 3 ร้าน, SPORTS1 ร้าน

MARKET 1 ร้าน, BANKING 9 ร้าน

ประกันชีวิต 2 ร้าน ,PHONE 9 ร้าน

Book 3 ร้าน , SPORTS1 ร้าน

MARKET 1 ร้าน, ของใช้3 ร้าน

SHOES 2 ร้าน , ร้านทอง 1 ร้าน

เครื่องเล่น 1 ร้าน ,โรงภาพยน์ 1 ร้าน

OPTICIANS 2 ร้าน, GIFT 2 ร้าน

แม่และเด็ก 1 ร้าน , CAMERA 3 ร้าน

ELECTRONIC 4 ร้าน, WATTCHES 1 ร้าน

HEALTH 3 ร้าน และ HAIRDRESSING 3 ร้าน