

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 ส่วนงานทางธุรกิจของศูนย์การค้า มาบุญครอง.....	56
4.2 รายรับที่ได้จากการใช้พื้นที่เปลือกอาคารเป็นป้ายโฆษณา ของทางศูนย์การค้า มาบุญครอง เซ็นเตอร์ ได้รับจากการดำเนินงานเช่า ป้ายโฆษณาในระยะเวลา 1 ปี.....	57
4.3 ต้นทุนค่าโครงสร้างป้ายโฆษณาของศูนย์การค้า มาบุญครอง เซ็นเตอร์ ในการเตรียมพื้นที่เช่าป้ายโฆษณา.....	58
4.4 รายรับที่ได้จากการใช้พื้นที่เปลือกอาคารเป็นป้ายโฆษณาของ ทางศูนย์การค้า ประตูน้ำเซ็นเตอร์ ได้รับจากการดำเนินงานเช่าป้าย โฆษณาในระยะเวลา 1 ปี .....	63
4.5 ต้นทุนค่าโครงสร้างป้ายโฆษณาของทางศูนย์การค้า ประตูน้ำ เซ็นเตอร์ ในการเตรียมพื้นที่เช่าป้ายโฆษณา.....	63
4.6 รายรับที่ได้จากการใช้พื้นที่เปลือกอาคารเป็นป้ายโฆษณาของทาง ศูนย์การค้า เดอะ แพลททินั่มได้รับจากการดำเนินงานเช่าป้าย โฆษณาในระยะเวลา 1 ปี.....	68
4.7 ต้นทุนค่าโครงสร้างป้ายโฆษณาของศูนย์การค้า เดอะ แพลททินั่ม ในการเตรียมพื้นที่เช่าป้ายโฆษณา.....	69
4.8 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็น เกี่ยวกับอัตราส่วนที่เหมาะสมของการใช้พื้นที่เปลือกอาคาร ศูนย์การค้า มาบุญครอง เซ็นเตอร์ เป็นป้ายโฆษณา.....	70
4.9 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็น เกี่ยวกับอัตราส่วนที่เหมาะสมของการใช้พื้นที่เปลือกอาคาร ศูนย์การค้า ประตูน้ำ เซ็นเตอร์ เป็นป้ายโฆษณา.....	71
4.10 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็น เกี่ยวกับอัตราส่วนที่เหมาะสมการ ใช้พื้นที่เปลือกอาคาร ศูนย์การค้า เดอะ แพลททินั่ม เป็นป้ายโฆษณา.....	72

4.11	เปรียบเทียบความเหมาะสมของการใช้พื้นที่เปลือกอาคารศูนย์การค้า เป็นป้ายโฆษณา.....	73
5.1	รายละเอียดเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์พื้นที่เปลือกอาคาร ศูนย์การค้าตามกรณีศึกษา ในระยะเวลา 1 ปี.....	82
5.2	รายละเอียดเปรียบเทียบหลังการปรับปรุงการใช้ประโยชน์พื้นที่เปลือก อาคารศูนย์การค้าตามกรณีศึกษา ในระยะเวลา 1 ปี.....	83
5.3	รายรับที่เพิ่มขึ้นจากการปรับปรุงเปลือกอาคารของศูนย์การค้า มาบุญครอง เซ็นเตอร์ ให้เป็นป้ายโฆษณา ในอัตราส่วน ร้อยละ 36 – 70 (45) .....	84
5.4	รายรับที่เพิ่มขึ้นจากการปรับปรุงเปลือกอาคารของศูนย์การค้า ประตูน้ำ เซ็นเตอร์ ให้เป็นป้ายโฆษณา ในอัตราส่วน ร้อยละ 36 – 70 (45) .....	84
5.5	รายรับที่เพิ่มขึ้นจากการปรับปรุงเปลือกอาคารของศูนย์การค้า เดอะ แพลททินัม ให้เป็นป้ายโฆษณา ในอัตราส่วน ร้อยละ 36 – 70 (45) .....	85
5.6	รายรับที่เพิ่มขึ้นจากการปรับปรุงเปลือกอาคารของศูนย์การค้า เดอะ แพลททินัม ให้เป็นป้ายโฆษณา ในอัตราส่วน ร้อยละ 71 – 100 (80).....	85
5.7	รายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการใช้ประโยชน์พื้นที่เปลือกอาคาร ศูนย์การค้าตามกรณีศึกษา เป็นป้ายโฆษณา.....	86
5.8	รายได้ที่เพิ่มขึ้นหลังการปรับปรุงการใช้พื้นที่เปลือกอาคารศูนย์การค้า ตามกรณีศึกษา เป็นป้ายโฆษณาในอัตราส่วนที่เหมาะสม.....	87
5.9	รายได้ที่เพิ่มขึ้นหลังการปรับปรุงการใช้พื้นที่เปลือกอาคารศูนย์การค้า ตามกรณีศึกษา เป็นป้ายโฆษณาในอัตราส่วนที่เหมาะสม และเปลี่ยนรูปแบบของสื่อโฆษณาบนเปลือกอาคารของอาคาร ศูนย์การค้าตามกรณีศึกษา.....	88