

| | |
|------------------------------------|--|
| ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ | ความพึงพอใจของผู้เช่าพื้นที่ต่อส่วนประสมการตลาด บริการของศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่แอร์พอร์ต |
| ผู้เขียน | นายเกียรติพงษ์ มูลโพธิ์ |
| ปริญญา | บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) |
| อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ | รองศาสตราจารย์ ดร. พัชรา ตันติประภา |

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความสำคัญและความพึงพอใจของผู้เช่าพื้นที่ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่แอร์พอร์ต โดยใช้ แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เช่าพื้นที่ ซึ่งได้แก่เจ้าของหรือผู้บริหารร้านค้าที่มีอำนาจในการตัดสินใจเช่าพื้นที่ทั้งหมดภายในศูนย์การค้าฯ จำนวน 470 ราย โดยข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประเภทธุรกิจคือ ร้านค้าประเภทเสื้อผ้าและเครื่องประดับแฟชั่นวัยรุ่น (โซนจิ้งจันเอ็กซ์) ตำแหน่งที่ตั้งของร้านค้าเช่าอยู่ชั้น G ลักษณะกิจการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ เจ้าของคนเดียว ขนาดพื้นที่ที่เช่าคือ น้อยกว่า 20 ตารางเมตร ระยะเวลาที่ทำสัญญาเช่าของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ มากกว่า 1 ปี – 3 ปี ระยะเวลาที่เริ่มทำธุรกิจกับศูนย์การค้าจนถึงปัจจุบันคือ มากกว่า 1 ปี – 5 ปี ลักษณะการตัดสินใจเมื่อต้องการทำสัญญาเช่ากับศูนย์การค้า คือ เลือกเอง ราคาเช่าที่จ่ายรายเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามคือ 10,000 – 40,000 บาท จำนวนร้านค้าภายในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่แอร์พอร์ต คือ มีร้านค้าเดียว จำนวนสาขาของร้านค้าของภายในศูนย์การค้าเซ็นทรัลฯ เชียงใหม่ และเซ็นทรัลฯ ทุกสาขาในเครือทั้งหมด คือ มีสาขาเดียว

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดต่อปัจจัยย่อย ในแต่ละปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ศูนย์การค้าฯ มีระบบรักษา

ความปลอดภัยที่ดี ปัจจัยด้านราคา คือ การคิดราคาค่าเช่าคิดแบบเหมาจ่ายต่อห้อง ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ การเดินทางมาศูนย์ฯ เข้า-ออก ได้สะดวกสบาย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการโฆษณาศูนย์ฯ ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่ครอบคลุมและสม่ำเสมอ ปัจจัยด้านบุคลากร คือ บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ เชื่อถือได้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ คือ มีบริการรับแจ้งซ่อมที่รวดเร็ว จากช่างอาคารงานระบบ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ คือ ศูนย์การค้าฯ มีการปรับอุณหภูมิ ความเย็นที่พอเหมาะ

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดต่อปัจจัยย่อยในแต่ละปัจจัยของส่วนประสมการตลาดบริการดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความเหมาะสมของเวลาเปิดศูนย์ฯ ปัจจัยด้านราคา คือ มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ ศูนย์การค้าฯ ตั้งอยู่บนทำเลที่เหมาะสมต่อผู้เข้าในการทำธุรกิจ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการโฆษณาศูนย์ฯ ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่ครอบคลุมและสม่ำเสมอ ปัจจัยด้านบุคลากร คือ บุคลากรให้บริการของศูนย์ฯ มีจำนวนเพียงพอ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ คือ มีการวางบิลให้ผู้เช่าตามกำหนด ตัวเลขถูกต้อง และชัดเจน และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ คือ ศูนย์การค้าฯ มีการปรับอุณหภูมิ ความเย็นที่พอเหมาะ

Independent Study Title Tenant Satisfaction Towards Services Marketing Mix of Central Plaza Chiang Mai Airport

Author Mr. Kiattipong Moonpo

Degree Master of Business Administration (Marketing)

Independent Study Advisor Associate Professor Dr. Patchara Tantiprabha

ABSTRACT

This independent study aimed at studying the importance and satisfaction of tenants towards service marketing mix factors of Central Plaza Chiang Mai Airport. In this study, questionnaires were used to collect data from 470 tenants: shop owners or administrators who had authority to make decision. The data were analyzed by using descriptive statistics, consisting of frequency, percentage and mean.

The findings presented that most of business that those tenants had operated was in a category of clothing and accessories for teenagers (at Junction X Zone). Their shops were located on G-floor with less than 20 square meters each and were categorized in the single-owner type of business. The majority made the contract of rent for the period of more than 1 to 3 years; the total period that they had been running businesses with the department store was more than 1 – 5 years. Power in making decision to sign in the contract with the department store belonged to the tenants themselves. Monthly cost of rent that they had to pay to the department store was 10,000 – 40,000 baht. They owned only one shop at the Central Plaza Chiang Mai Airport and it was the only one branch that they opened at all department stores under Central Plaza brand.

The results revealed that those tenants paid the highest importance to the sub-factor of each service marketing mix factor as follows. In product factor, the highest importance was given to good security system. In price factor, the highest importance was given to lump sum payment for area rental. In place factor, the highest importance was given to convenient

transportation to the department store, including convenient entrance and exit gates. In promotion factor, the highest importance was given to regularity and coverage in releasing advertisements of the department store via media. In people factor, the highest importance was given to honesty and reliability of staff of the department stores. In service process factor, the highest importance was given to readiness of technicians and prompt repairing services. In physical evidence factor, the highest importance was given to appropriate temperature adjustment inside the building.

The results also showed that those tenants had highest satisfaction to the sub-factor of each service marketing mix factor as follows. In product factor, the highest satisfaction was given to working hours of the department store. In price factor, the highest satisfaction was given to acceptance of various payment methods. In place factor, the highest satisfaction was given to good location for business tenants. In promotion factor, the highest satisfaction was given to regularity and coverage in releasing advertisements of the department store via media. In people factor, the highest satisfaction was given to sufficient number of staff to serve customers. In service process factor, the highest satisfaction was given to punctuality in issuing bills with accurate and clear figures. In physical evident factor, the highest satisfaction was given to appropriate temperature adjustment inside the building.