

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันธุรกิจศูนย์การค้าในจังหวัดเชียงใหม่ มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่มีการปรับกลยุทธ์การแข่งขันในลักษณะใกล้เคียงกับศูนย์การค้ามากขึ้น ตัวอย่างเช่น ธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ เทสโก้โลตัส บิ๊กซี ต่างก็จัดให้มีพื้นที่เช่าในลักษณะเช่นเดียวกันศูนย์การค้าผู้ลงทุนจากต่างประเทศเองก็สนใจเข้ามาลงทุนในจังหวัดเชียงใหม่ เช่นศูนย์การค้า Promenada จากประเทศเนเธอร์แลนด์ ได้ทำการเตรียมเปิดศูนย์การค้าแห่งแรกในประเทศไทย บริเวณสี่แยกคอนจันข้างบิ๊กซี ศูนย์ค้าปลีกขนาดใหญ่จากประเทศจีนเตรียมเปิดตัวโครงการ WIYU บริเวณริมถนนชูปเปอร์ไฮเวย์ข้างห้างคาร์ฟูร์ กลุ่มธุรกิจในประเทศในเครือของเบียร์ช้างเองก็เตรียมเปิดตัวศูนย์การค้าในจังหวัดเชียงใหม่เช่นเดียวกัน กลุ่มเซ็นทรัลเองก็เตรียมเปิดศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล เพื่อรับมือกับการแข่งขันในอนาคตด้วยเช่นกัน ทำให้แนวโน้มธุรกิจประเภทศูนย์การค้าในจังหวัดเชียงใหม่อีก 2-3 ปีข้างหน้า จะมีการแข่งขันรุนแรงมากขึ้น(อ้างอิงจากบทสัมภาษณ์คุณณรงค์ทองประเสริฐ ประธานหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่, 11 กุมภาพันธ์ 2554)

ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่แอร์พอร์ต เป็นศูนย์การค้าที่ใหญ่ที่สุดในภาคเหนือ ตั้งอยู่บริเวณใกล้กับสนามบินจังหวัดเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยพายัพอิสรเทิร์น มีพื้นที่ใช้สอยกว่า 260,000 ตารางเมตรบนเนื้อที่กว่า 45 ไร่ ประกอบด้วยพื้นที่ให้เช่า 88,168 ตารางเมตร พื้นที่ส่วนกลาง 37,172 ตารางเมตร และพื้นที่จอดรถ 117,070 ตารางเมตร ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซามีบริการครบครันหลากหลายด้วยร้านค้าประเภทต่างๆ ที่เปิดให้บริการกว่า 565 ร้านค้าและมีการจัดกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ ที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่อง ทำให้ในแต่ละวันมีผู้ให้ความสนใจเข้ามาใช้บริการกว่า 40,000 คน มีปริมาณรถยนต์เข้ามาใช้บริการกว่า 10,000 คันต่อวัน และรถจักรยานยนต์กว่า 5,000 คันต่อวัน (บมจ.เซ็นทรัลพัฒนา, 2550:วารสารประจำเดือน)

บริษัท เซ็นทรัลพัฒนาเชียงใหม่ จำกัด ได้ทำการเปิดให้บริการศูนย์การค้าฯ ตั้งแต่ปี 2539 ด้วยการซื้อกิจการต่อจากห้างสรรพสินค้าต้นตราภัณฑ์ ในช่วงแรกการให้บริการยังมีร้านค้าผู้เช่าจำนวนน้อยรายเนื่องจากพื้นที่ใช้สอยยังมีไม่มาก แต่ต่อมาทางบริษัทได้ทำการเพิ่มทุนและขยายพื้นที่ศูนย์การค้าจนสามารถเพิ่มพื้นที่ใช้สอยและเพิ่มจำนวนร้านค้าอีกกว่าเท่าตัว ประกอบด้วยห้างสรรพสินค้าโรบินสัน(Robinson Department Store) ที่มียอดขายเป็นอันดับ 1 ของประเทศ โรงภาพยนตร์เมเจอร์ (Major Cineplex) สถานที่ออกกำลังกายแคลิฟอร์เนีย (California Fitness Center)

พื้นที่จำหน่ายสินค้าพื้นเมือง ศูนย์อาหาร อาคารจัดกิจกรรมเอนกประสงค์ (Multi Purpose Hall) และลานกิจกรรมกลางแจ้งบนพื้นที่กว่า 20,000 ตารางเมตร ทำให้ศูนย์การค้าฯ ได้รับความสนใจจากนักธุรกิจที่สนใจเข้ามาเช่าพื้นที่ศูนย์การค้าฯ เพื่อจำหน่ายสินค้าต่างๆ ที่หลากหลาย ประกอบด้วยร้านค้าประเภท Brand name ร้านค้าประเภท Local ได้แก่ ร้านค้าประเภทขายอาหาร เสื้อผ้ายี่ห้อดัง (Brand name) สินค้าด้านเทคโนโลยีไอที และโทรศัพท์มือถือ (IT & Mobile Shops) สินค้าแฟชั่นวัยรุ่น ร้านจำหน่ายเครื่องประดับ สถานบริการเสริมความงาม สถานบันเทิงคาราโอเกะและนวดแผนโบราณ นอกจากนี้ยังมีเคาท์เตอร์บริการสายการบินนกแอร์ บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ และธนาคารพาณิชย์ รวมทั้งสถาบันการเงินต่างๆ ที่เข้ามาเช่าพื้นที่เปิดให้บริการภายในศูนย์การค้าฯ ซึ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างครบครัน ทำให้ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดใกล้เคียง รวมทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ เข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ผู้ประกอบการเช่าพื้นที่ศูนย์การค้าฯ ให้ความสนใจเข้าร่วมธุรกิจเช่าพื้นที่กับศูนย์การค้าฯ เป็นจำนวนมาก (บมจ.เซ็นทรัลพัฒนา, 2552:วารสารประจำเดือน , บจก.เซ็นทรัลพัฒนาเชียงใหม่, 2553:TQA Application Report)

ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่แอร์พอร์ต ถึงแม้ว่าปัจจุบันจะเป็นผู้นำตลาดในเชียงใหม่ แต่ในอนาคตอาจจะได้รับผลกระทบจากคู่แข่งรายใหม่ จึงต้องมีการปรับตัวเพื่อใช้กลยุทธ์การตลาดมาแข่งขัน เพื่อรักษาลูกค้าทั้งในส่วนผู้เช่าพื้นที่ และลูกค้าที่เข้ามาจับจ่ายใช้สอยภายในศูนย์การค้า ดังนั้น ศูนย์การค้าจึงต้องมีการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าพื้นที่ เพื่อนำมาวิเคราะห์และใช้ประโยชน์ในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างความยั่งยืนในการทำธุรกิจท่ามกลางภาวะการแข่งขันของธุรกิจที่มากขึ้นในอนาคต (บมจ.เซ็นทรัลพัฒนา, 2554:วารสารประจำเดือน)

แม้จะมีผู้สนใจเข้ามาเช่าพื้นที่ศูนย์การค้าฯอย่างต่อเนื่องก็ตาม แต่อัตราการหมุนเวียนของผู้เช่าก็มีอย่างต่อเนื่องเช่นกัน เมื่อดูจากสถิติการย้ายออกหรือเช่าใหม่ของร้านค้าต่างๆ ในปี 2551 ซึ่งมีจำนวนเฉลี่ย 10% และในปี 2552 ซึ่งมีจำนวนเฉลี่ย 13% รวมทั้งจากการรวบรวมข้อคิดเห็นและข้อร้องเรียนต่างๆ จากกล่องรับความคิดเห็น (I-Box) ที่รวบรวมตั้งแต่ปี 2548 พบว่าร้านค้าผู้เช่ามีข้อร้องเรียนด้านต่าง ๆ เช่นการให้บริการของพนักงานศูนย์การค้า ความไม่สะดวกของพื้นที่จอดรถ เป็นต้น ซึ่งทางบริษัทเซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) ได้ตระหนักถึงการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าร้านค้าผู้เช่า และมีความพยายามแก้ไขปัญหามาเพื่อเพิ่มพึงพอใจของลูกค้าให้มากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับพันธกิจของบริษัทฯ ที่ว่า “บริษัทเซ็นทรัลพัฒนา จำกัด(มหาชน) มุ่งสร้างการเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน เพื่อความพึงพอใจสูงสุดต่อผู้ถือหุ้น คู่ค้า พนักงาน ลูกค้า และสังคม” (บมจ.เซ็นทรัลพัฒนา, 2553:วารสารประจำเดือน)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้ศึกษา จึงสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของร้านค้าผู้เช่าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่แอร์พอร์ต เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการเช่าพื้นที่แก่ผู้เช่าต่างๆ ให้เกิดความพึงพอใจและร่วมธุรกิจกับศูนย์การค้าในระยะยาว และเกิดความยั่งยืนในการทำธุรกิจ อีกทั้งจะนำผลที่ได้จากการศึกษาเสนอต่อผู้บริหารของศูนย์การค้า และเจ้าหน้าที่ในแผนกที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปปรับใช้ในแผนกลยุทธ์ด้านการตลาด การบริหารจัดการและการบริการแก่ร้านค้าผู้เช่าโดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ สร้างความพึงพอใจให้กับร้านค้าผู้เช่า, ลดอัตราการย้ายออกของร้านค้าผู้เช่า สร้างรายได้จากการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับภาวะการแข่งขันของธุรกิจในภาพรวม

#### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้เช่าพื้นที่ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่แอร์พอร์ต
2. เพื่อศึกษาถึงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อผู้เช่าของศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่แอร์พอร์ต

#### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้เช่าพื้นที่ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่แอร์พอร์ต
2. สามารถนำปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อผู้เช่าของศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่แอร์พอร์ต เพื่อไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้เช่าพื้นที่ภายในศูนย์การค้า

#### นิยามศัพท์

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ความรู้สึกของผู้เช่าพื้นที่ที่มีต่อศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่แอร์พอร์ต จังหวัดเชียงใหม่ เมื่อได้รับการตอบสนองต่อความต้องการด้านต่างๆ โดยวัดค่าความพึงพอใจเป็น 5 ระดับจากพึงพอใจมากที่สุด ไปถึงพึงพอใจน้อยที่สุด

**ผู้เช่าพื้นที่** หมายถึง กลุ่มลูกค้า อาจเป็นเจ้าของหรือผู้บริหารร้านค้าที่มีอำนาจในการตัดสินใจ ในการเช่าพื้นที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่แอร์พอร์ต จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อดำเนินธุรกิจ

ร้านค้า หมายถึง พื้นที่เช่าสำหรับประกอบธุรกิจประเภทต่าง ๆ ภายในศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่แอร์พอร์ต เช่น ธุรกิจขายสินค้าอุปโภคบริโภค ธุรกิจให้บริการ สถาบันการเงิน สถานบันเทิง เป็นต้น ทั้งในส่วนพื้นที่เช่าที่เป็นห้องมิดชิด และพื้นที่เช่าบริเวณพื้นที่ส่วนกลาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved