

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้เช่าพื้นที่ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ ศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่แอร์พอร์ต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความสำคัญและความพึงพอใจของผู้เช่าพื้นที่ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่แอร์พอร์ต โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เช่าพื้นที่ ซึ่งได้แก่เจ้าของหรือผู้บริหารร้านค้าที่มีอำนาจในการตัดสินใจเช่าพื้นที่ทั้งหมดภายในศูนย์การค้า จำนวน 470 ราย โดยข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถ สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และ ข้อเสนอแนะได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประเภทธุรกิจคือ ร้านค้าประเภท เสื้อผ้าและเครื่องประดับแฟชั่นวัยรุ่น (โซนจิ้งจอกเอ็กซ์) ร้อยละ 23.6 ตำแหน่งที่ตั้งของร้านค้าเช่า อยู่ชั้น G ร้อยละ 34.5 ลักษณะกิจการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ เจ้าของคนเดียว ร้อยละ 47.5 ขนาดพื้นที่ที่เช่าคือ น้อยกว่า 20 ตารางเมตร ร้อยละ 35.3 ระยะเวลาที่ทำสัญญาเช่าของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ มากกว่า 1 ปี – 3 ปี ร้อยละ 31.5 ระยะเวลาที่เริ่มทำธุรกิจกับ ศูนย์การค้าจนถึงปัจจุบันคือ มากกว่า 1 ปี – 5 ปี ร้อยละ 40.6 ลักษณะการตัดสินใจเมื่อต้องการทำ สัญญาเช่ากับศูนย์การค้า คือ เลือกลง ร้อยละ 48.5 ราคาเช่าที่จ่ายรายเดือนของผู้ตอบ แบบสอบถามคือ 10,000 – 40,000 บาท ร้อยละ 40.9 จำนวนร้านค้าภายในศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า เชียงใหม่แอร์พอร์ต คือ มีร้านค้าเดียว ร้อยละ 81.0 จำนวนสาขาของร้านค้าภายใน ศูนย์การค้าเซ็นทรัลฯ เชียงใหม่ และเซ็นทรัลฯ ทุกสาขาในเครือทั้งหมด คือ มีสาขาเดียว ร้อยละ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสม
การตลาดบริการของศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่แอร์พอร์ต

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทั้งหมดอยู่ในระดับมาก โดยพบว่าปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ ศูนย์การค้าฯ มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี รองลงมาศูนย์การค้าฯ มีห้องน้ำให้บริการอย่างเพียงพอ และศูนย์การค้าฯ มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทั้งหมดอยู่ในระดับมาก โดยพบว่าปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ ความเหมาะสมของเวลาปิด ศูนย์ฯ รองลงมาคือ ศูนย์การค้าฯ มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี และศูนย์การค้าฯ มีห้องน้ำให้บริการอย่างเพียงพอ

ปัจจัยด้านราคา

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทั้งหมดในระดับมาก โดยพบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ การคิดราคาค่าเช่าคิดแบบเหมาจ่ายต่อห้อง รองลงมา อัตราเงินประกันการเช่าล่วงหน้า และการคิดราคาค่าเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทั้งหมดในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง การคิดราคาค่าเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับมาก โดยพบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด คือ มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ รองลงมาคือ อัตราเงินประกันการเช่าล่วงหน้า และอัตราค่าเช่าเมื่อเทียบกับรายได้ของกิจการ มีความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับศูนย์การค้าอื่น

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง การจรรยาบรรณไม่ติดขัด มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยพบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ การเดินทางมาศูนย์ฯ เข้า-ออก ได้สะดวกสบาย รองลงมาศูนย์การค้าฯ ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน และมีระบบขนส่งมวลชนภายนอก โดยรอบศูนย์ฯ ที่หลากหลาย

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ทั้งหมดในระดับมาก โดยพบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด คือ ศูนย์การค้าฯ ตั้งอยู่บนทำเลที่เหมาะสมต่อการทำธุรกิจ รองลงมาคือ การจรรยาบรรณไม่ติดขัด และการเดินทางมาศูนย์ฯ เข้า-ออก ได้สะดวกสบาย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ทั้งหมดในระดับมาก โดยพบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ มีการโฆษณาศูนย์ฯ ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่ครอบคลุมและสม่ำเสมอ รองลงมาคือ มีการให้ส่วนลดผู้เช่าพื้นที่เมื่อประสบปัญหาทางด้านธุรกิจ และมีการจัดเหตุการณ์พิเศษ (Event) ต่าง ๆ ที่ดึงดูดลูกค้า

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เกือบทั้งหมดในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง มีการให้ส่วนลดผู้เช่าพื้นที่เมื่อประสบปัญหาทางด้านธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยพบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด คือ มีการโฆษณาศูนย์ฯ ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่ครอบคลุมและสม่ำเสมอ รองลงมาคือ มีการจัดเหตุการณ์พิเศษ (Event) ต่าง ๆ ที่ดึงดูดลูกค้า และมีการตีป้ายโฆษณาศูนย์ฯ ครอบคลุมตามการจัดจำหน่ายต่างๆ ภายนอกศูนย์ฯ อย่างสม่ำเสมอ

ปัจจัยด้านบุคลากร

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรทั้งหมดในระดับมาก โดยพบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดคือบุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ เชื่อถือได้ รองลงมาคือ บุคลากรของศูนย์ฯ มีมนุษยสัมพันธ์ และอัธยาศัยดี และบุคลากรของศูนย์ฯ มีการให้บริการอย่างเท่าเทียม และบุคลากรของศูนย์ฯ ตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาได้รวดเร็ว เท่ากัน

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรทั้งหมดในระดับมาก โดยพบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดคือบุคลากรให้บริการของศูนย์ฯ มีจำนวนเพียงพอ รองลงมาคือ บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ เชื่อถือได้ และบุคลากรของศูนย์ฯ ตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาได้รวดเร็ว

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการทั้งหมดในระดับมาก โดยพบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดคือมีบริการรับแจ้งซ่อมที่รวดเร็ว จากช่างอาคารงานระบบ รองลงมาคือ มีการให้บริการ ณ จุดรับส่งสินค้า ที่สะดวกรวดเร็ว และมีระบบรับแจ้งปัญหาที่รวดเร็ว จากงานรักษาความปลอดภัยของศูนย์การค้าฯ

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการทั้งหมดในระดับมาก โดยพบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดคือ มีการวางบิลให้ผู้เช่าตามกำหนด ตัวเลขถูกต้อง และชัดเจน รองลงมาคือ มีบริการรับแจ้งซ่อมที่รวดเร็ว จากช่างอาคารงานระบบ และมีการรับชำระเงินและออกใบเสร็จถูกต้องและรวดเร็ว และมีการให้บริการ ณ จุดรับส่งสินค้า ที่สะดวกรวดเร็ว เท่ากัน

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ให้บริการทั้งหมดในระดับมาก โดยพบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ถูกตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดคือศูนย์การค้าฯ มีการปรับอุณหภูมิ ความเย็นที่พอเหมาะ รองลงมาคือ ความเพียงพอของแสงสว่างภายในศูนย์ และบริเวณทางเดิน และศูนย์การค้าฯ มีการตกแต่งภายนอกที่สวยงามร่มรื่น

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ เกือบทั้งหมดในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง ศูนย์การค้าฯ มีเส้นทางและจุดรับส่งสินค้าที่สะดวกมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยพบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ถูกตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด คือศูนย์การค้าฯ มีการปรับอุณหภูมิ ความเย็นที่พอเหมาะ รองลงมาคือ มีร้านค้าแบรนด์เนม ที่ทันสมัย และมีชื่อเสียง และความเพียงพอของแสงสว่างภายในศูนย์ และบริเวณทางเดิน เท่ากัน และป้ายบอกทางภายในศูนย์การค้า มีความชัดเจน

ตารางที่ 38 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดในแต่ละด้าน โดยสรุป

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด
ด้านผลิตภัณฑ์	ความเหมาะสมของเวลาปิด ศูนย์ฯ
ด้านราคา	การคิดราคาค่าเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร
ด้านการจัดจำหน่าย	ศูนย์การค้าฯ ตั้งอยู่บนทำเลที่เหมาะสมต่อผู้เช่าในการทำธุรกิจ
ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีการจัดเหตุการณ์พิเศษ (Event) ต่าง ๆ ที่ดึงดูดลูกค้า
ด้านบุคลากร	บุคลากรให้บริการของศูนย์ฯ มีจำนวนเพียงพอ
ด้านกระบวนการให้บริการ	มีการวางบิลให้ผู้เช่าตามกำหนด ตัวเลขถูกต้อง และชัดเจน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ศูนย์การค้าฯ มีการปรับอุณหภูมิ ความเย็นที่พอเหมาะ

จากตารางที่ 38 เป็นการแสดงปัจจัยย่อยในแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด โดยมีรายละเอียดดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือความเหมาะสมของเวลาปิด ศูนย์ฯ ปัจจัยด้านราคา พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือการคิดราคาค่าเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่าปัจจัยย่อยที่มี

ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ศูนย์การค้าฯ ตั้งอยู่บนทำเลที่เหมาะสมต่อผู้เช่าในการทำธุรกิจ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการจัดเหตุการณ์พิเศษ (Event) ต่าง ๆ ที่ดึงดูดลูกค้า ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บุคลากรให้บริการของศูนย์ฯ มีจำนวนเพียงพอ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการวางบิลให้ผู้เช่าตามกำหนด ตัวเลขถูกต้อง และชัดเจน และ ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ศูนย์การค้าฯ มีการปรับอุณหภูมิ ความเย็นที่พอเหมาะ

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้เช่าพื้นที่ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของศูนย์การค้า เช่น ทริลพลาซ่า เชียงใหม่แอร์พอร์ต โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) หรือ 7P's ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ และแนวคิดการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้วยเทคนิค IPA (Importance-Performance Analysis: IPA) สามารถทำได้โดยการนำค่าระดับความสำคัญและความพึงพอใจมาเปรียบเทียบกัน ในแต่ละคุณสมบัติที่ตกอยู่ใน Quadrants ใดๆ จะสามารถอธิบายความหมายได้ 4 ลักษณะดังต่อไปนี้

Quadrants A (Concentrate Here) คือ คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อลูกค้าและไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ (คะแนนความสำคัญสูง แต่คะแนนความพึงพอใจต่ำ)

Quadrants B (Keep Up The Good Work) คือ คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อลูกค้าและได้รับการตอบสนองเป็นอย่างดี (คะแนนความสำคัญ และคะแนนความพึงพอใจสูง)

Quadrants C (Low Priority) คือ ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีคุณภาพต่ำในคุณลักษณะที่ไม่มีความสำคัญต่อลูกค้ามากนัก ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงไปภายหลังได้ (คะแนนความสำคัญ และคะแนนความพึงพอใจต่ำ)

Quadrants D (Possible Over Skill) คือ สินค้าหรือบริการที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญเกินความจำเป็นในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญไม่มากนัก (คะแนนความสำคัญต่ำ และคะแนนความพึงพอใจสูง)

ตารางที่ 39 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่แอร์พอร์ต

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับความสำคัญ (X)	ปัจจัยหลัก	ระดับความพึงพอใจ (Y)	IPA Quadrants	ส่วนต่าง (X)-(Y)
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
1	การจราจรไม่ติดขัด	4.55	การจัดจำหน่าย	4.17	B	0.38
2	ศูนย์การค้าฯ มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี	4.51	ผลิตภัณฑ์	4.29	B	0.22
3	ศูนย์การค้าฯ มีห้องน้ำให้บริการอย่างเพียงพอ	4.47	ผลิตภัณฑ์	4.27	B	0.20
4	การเดินทางมาศูนย์ฯ เข้า-ออก ได้สะดวกสบาย	4.40	การจัดจำหน่าย	4.09	B	0.31
5	มีการโฆษณาศูนย์ฯ ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่ครอบคลุมและสม่ำเสมอ	4.40	ส่งเสริมการตลาด	4.18	B	0.22
6	ศูนย์การค้าฯ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	4.40	ผลิตภัณฑ์	4.13	B	0.27
7	ศูนย์การค้าฯ ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน	4.39	การจัดจำหน่าย	3.99	A	0.40
8	มีการให้ส่วนลดผู้เช่าพื้นที่เมื่อประสบปัญหาทางด้านธุรกิจ	4.38	ส่งเสริมการตลาด	3.39	A	0.99
9	มีจำนวนผู้มาใช้บริการภายในศูนย์ฯ มาก	4.36	ผลิตภัณฑ์	4.18	B	0.18
10	ประเภทร้านค้าอื่น ๆ ที่มีในศูนย์ฯ มีความหลากหลาย	4.35	ผลิตภัณฑ์	4.18	B	0.17
11	มีการจัดเหตุการณ์พิเศษ (Event) ต่าง ๆ ที่ดึงดูดลูกค้า	4.34	ส่งเสริมการตลาด	4.17	B	0.17
12	ความสะอาดของห้องน้ำ	4.33	ผลิตภัณฑ์	4.12	B	0.21

ตารางที่ 39 (ต่อ) แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับความสำคัญ (X)	ปัจจัยหลัก	ระดับความพึงพอใจ (Y)	IPA Quadrants	ส่วนต่าง (X)-(Y)
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
13	ความเหมาะสมของเวลาเปิดศูนย์ฯ	4.31	ผลิตภัณฑ์	4.40	B	-0.09
14	มีระบบขนส่งมวลชนภายนอก โดยรอบศูนย์ฯ ที่หลากหลาย	4.30	การจัดจำหน่าย	3.69	A	0.61
15	ศูนย์การค้าฯ มีขนาดใหญ่	4.29	ผลิตภัณฑ์	3.99	A	0.30
16	มีการตีป้ายโฆษณาศูนย์ฯ ครอบคลุมตามการจัดจำหน่ายต่างๆ ภายนอกศูนย์ฯ อย่างสม่ำเสมอ	4.29	ส่งเสริมการตลาด	4.09	B	0.20
17	ศูนย์การค้าฯ มีการปรับอุณหภูมิ ความเย็นที่พอเหมาะ	4.28	ลักษณะทางกายภาพ	4.03	B	0.25
18	มีพื้นที่จอดรถอย่างเพียงพอ	4.28	การจัดจำหน่าย	3.59	A	0.69
19	มีการจัดกิจกรรมการตลาด เช่น การลดราคา อย่างต่อเนื่อง	4.27	ส่งเสริมการตลาด	3.79	A	0.48
20	ความเหมาะสมของเวลาเปิดศูนย์ฯ	4.24	ผลิตภัณฑ์	4.23	B	0.01
21	ความใหม่ของศูนย์การค้าฯ	4.23	ผลิตภัณฑ์	4.00	B	0.23
22	ความเพียงพอของแสงสว่างภายในศูนย์ฯ และบริเวณทางเดิน	4.21	ลักษณะทางกายภาพ	3.94	A	0.27

ตารางที่ 39 (ต่อ) แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับความสำคัญ (X)	ปัจจัยหลัก	ระดับความพึงพอใจ (Y)	IPA Quadrants	ส่วนต่าง (X)-(Y)
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
23	มีการแจ้งกิจกรรมการตลาดให้ร้านค้าทราบอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ	4.20	ส่งเสริมการตลาด	3.94	A	0.26
24	มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ที่ให้ผู้เช่าอย่างเพียงพอ	4.20	ผลิตภัณฑ์	4.03	B	0.17
25	ศูนย์การค้าฯ ไม่มีการเรียกเก็บค่าที่จอดรถ	4.20	การจัดจำหน่าย	3.98	A	0.22
26	ศูนย์การค้าฯ มีการตกแต่งภายนอกที่สวยงามร่มรื่น	4.19	ลักษณะทางกายภาพ	3.65	A	0.54
27	มีบริการรับแจ้งซ่อมที่รวดเร็ว จากช่างอาคารงานระบบ	4.19	กระบวนการบริการ	3.82	A	0.37
28	มีจุดรับส่งสินค้าที่เพียงพอ	4.18	การจัดจำหน่าย	3.67	A	0.51
29	มีร้านค้าแบรนด์เนม ที่ทันสมัย และมีชื่อเสียง	4.18	ลักษณะทางกายภาพ	3.94	A	0.24
30	มีการให้บริการ ณ จุดรับส่งสินค้า ที่สะดวกรวดเร็ว	4.17	กระบวนการบริการ	3.80	A	0.37
31	มีการจัดแยกพื้นที่ (Zone) ของกลุ่มสินค้าไว้	4.16	ผลิตภัณฑ์	3.73	A	0.43

ตารางที่ 39 (ต่อ) แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับความสำคัญ (X)	ปัจจัยหลัก	ระดับความพึงพอใจ (Y)	IPA Quadrants	ส่วนต่าง (X)-(Y)
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
32	การคิดราคาค่าเช่าคิดแบบเหมาจ่ายต่อห้อง	4.16	ราคา	3.22	A	0.94
33	อัตราเงินประกันการเช่าล่วงหน้า	4.11	ราคา	3.26	A	0.85
34	บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ เชื่อถือได้	4.11	บุคลากร	3.84	A	0.27
35	ศูนย์การค้าฯ ตั้งอยู่บนทำเลที่เหมาะสมต่อผู้เช่าในการทำธุรกิจ	4.09	การจัดจำหน่าย	4.27	B	-0.16
36	การคิดราคาค่าเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร	4.09	ราคา	3.68	A	0.41
37	บุคลากรของศูนย์ฯ มีมนุษยสัมพันธ์ และอหิชาศยดี	4.07	บุคลากร	3.71	A	0.36
38	ศูนย์การค้าฯ มีลิฟท์ บันไดเลื่อน ที่เพียงพอ พร้อมให้บริการ	4.07	ลักษณะทางกายภาพ	3.91	A	0.16
39	อัตราค่าเช่าเมื่อเทียบกับรายได้ของกิจการ มีความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับศูนย์การค้าอื่น	4.06	ราคา	3.22	A	0.84
40	การจัดระบบการจราจรของรถภายในศูนย์การค้าฯ	4.05	ผลิตภัณฑ์	4.03	B	0.02
41	ภายในศูนย์ฯ มีบรรยากาศดี การตกแต่งทันสมัย	4.05	ลักษณะทางกายภาพ	3.82	A	0.23
42	ศูนย์การค้าฯ มีสภาพตัวอาคารสะอาด สวยงาม ไม่ทรุดโทรม	4.04	ลักษณะทางกายภาพ	3.74	A	0.30

ตารางที่ 39 (ต่อ) แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต

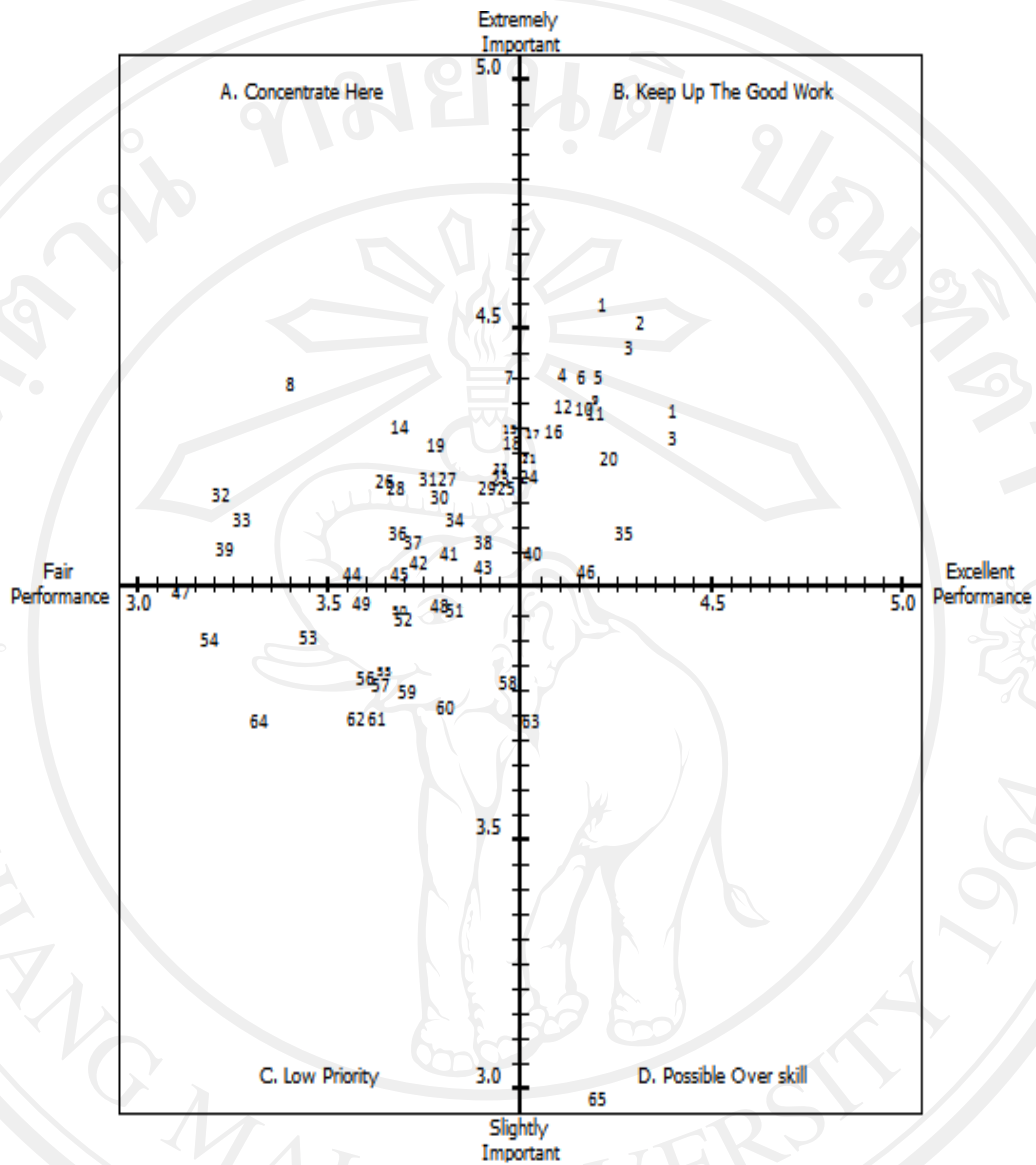
อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับความสำคัญ (X)	ปัจจัยหลัก	ระดับความพึงพอใจ (Y)	IPA Quadrants	ส่วนต่าง (X)-(Y)
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
43	ป้ายบอกทางภายในศูนย์การค้า มีความชัดเจน	4.02	ลักษณะทางกายภาพ	3.92	A	0.10
44	มีส่วนลดเมื่อมีการต่อสัญญาระยะยาว หรือขยายพื้นที่เช่า	4.01	ส่งเสริมการตลาด	3.56	A	0.45
45	ศูนย์การค้ามีส่วนร่วมสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน	4.00	ส่งเสริมการตลาด	3.69	A	0.31
46	ศูนย์การค้าฯ มีบริการรถรับ-ส่งภายในพื้นที่ จำนวนเพียงพอ	4.00	ผลิตภัณฑ์	4.16	B	-0.16
47	อัตราค่าเช่าเหมาะสมกับทำเลที่ตั้งภายในศูนย์การค้าฯ	3.98	ราคา	3.11	C	0.87
48	บุคลากรของศูนย์ฯ ตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาได้รวดเร็ว	3.97	บุคลากร	3.78	C	0.19
49	บุคลากรของศูนย์ฯ มีการให้บริการอย่างเท่าเทียม	3.97	บุคลากร	3.58	C	0.39
50	ป้ายชื่อศูนย์ฯ มีขนาดใหญ่เห็นได้ชัดเจนในระยะไกล	3.96	ลักษณะทางกายภาพ	3.69	C	0.27
51	พื้นที่เช่ามองเห็นได้ชัดเจนสะดวกค้นหา	3.96	ผลิตภัณฑ์	3.83	C	0.13
52	มีระบบรับแจ้งปัญหาที่รวดเร็ว จากงานรักษาความปลอดภัยของศูนย์การค้าฯ	3.94	กระบวนการบริการ	3.70	C	0.24

ตารางที่ 39 (ต่อ) แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับความสำคัญ (X)	ปัจจัยหลัก	ระดับความพึงพอใจ (Y)	IPA Quadrants	ส่วนต่าง (X)-(Y)
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
53	มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ	3.91	ราคา	3.45	C	0.46
54	อัตราค่าใช้จ่ายส่วนกลางที่เรียกเก็บ	3.90	ราคา	3.19	C	0.71
55	ศูนย์การค้าฯ จัดพื้นที่นั่งพักรอ หรือจุดนัดพบที่เพียงพอ	3.84	ลักษณะทางกายภาพ	3.64	C	0.20
56	บุคลากรของศูนย์ฯ มีความรู้สามารถแก้ไขปัญหาได้ถูกต้อง	3.83	บุคลากร	3.60	C	0.23
57	การติดต่อพนักงาน มีความสะดวก เข้าถึงง่าย	3.82	กระบวนการบริการ	3.62	C	0.20
58	บุคลากรให้บริการของศูนย์ฯ มีจำนวนเพียงพอ	3.81	บุคลากร	3.99	C	-0.18
59	ขั้นตอนการทำสัญญาเช่าสะดวก ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.78	กระบวนการบริการ	3.71	C	0.07
60	มีการรับชำระเงินและออกใบเสร็จถูกต้องและรวดเร็ว	3.76	กระบวนการบริการ	3.80	C	-0.04
61	มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์อย่างต่อเนื่อง	3.74	กระบวนการบริการ	3.63	C	0.11
62	การติดต่อผู้บริหาร มีความสะดวก เข้าถึงง่าย	3.74	กระบวนการบริการ	3.58	C	0.16

ตารางที่ 39 (ต่อ) แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับ ความสำคัญ (X)	ปัจจัยหลัก	ระดับ ความ พึงพอใจ (Y)	IPA Quadrants	ส่วน ต่าง (X)-(Y)
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
63	มีการวางบิลให้ผู้เช่าตามกำหนด ตัวเลขถูกต้อง และชัดเจน	3.74	กระบวนการบริการ	4.03	D	-0.29
64	ศูนย์การค้าฯ มีเส้นทางและจุดรับส่งสินค้าที่สะดวก	3.74	ลักษณะทางกายภาพ	3.32	C	0.42
65	สัดส่วนพื้นที่เช่ามีให้เลือกหลายขนาด	2.96	ผลิตภัณฑ์	4.20	D	-1.24



ภาพที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA โดยการเปรียบเทียบผลการให้ระดับความสำคัญและการประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าพื้นที่ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่แอร์พอร์ต

จากภาพที่ 2 เมื่อนำค่าระดับความสำคัญและค่าระดับความพึงพอใจของแต่ละปัจจัยย่อย มาวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA โดยเริ่มจากค่าน้อยที่สุดที่ระดับ 3.00 ไปจนถึงค่ามากที่สุดที่ระดับ 5.00 เพื่อประโยชน์ในการนำผลวิเคราะห์ไปปรับปรุงแต่ละปัจจัยย่อย ทำให้แบ่งคุณลักษณะออกเป็น Quadrants พบว่า ปัจจัยย่อยกระจายอยู่ใน Quadrant A B และ C ซึ่ง Quadrant B หมายถึง

ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ผู้เช่าพื้นที่ให้ความสำคัญมาก แต่ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษเพื่อปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากปัจจัยย่อยกลุ่มดังกล่าวมีความสำคัญต่อผู้เช่าพื้นที่แต่ยังไม่ได้รับการตอบสนองที่ดีเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจขึ้น ส่วนปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant C นั้น หมายถึงปัจจัยย่อยกลุ่มนี้มีความสำคัญต่อผู้เช่าพื้นที่ไม่มากนักและการตอบสนองยังไม่เพียงพอ แต่สามารถนำไปพิจารณาปรับปรุงแก้ไขในภายหลังได้ และจากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยย่อยส่วนน้อยที่อยู่ใน Quadrant D ที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินความจำเป็นในคุณลักษณะที่ผู้เช่าพื้นที่ไม่ได้ให้ความสำคัญมากนัก ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องการวางบิลตามกำหนด และปัจจัยย่อยเรื่องสัดส่วนพื้นที่เช่ามีให้เลือกหลายขนาด

จากการวิเคราะห์ข้อมูลและจำแนกตามส่วนประสมการตลาดบริการด้านต่างๆ สามารถอภิปรายผลดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากลำดับแรกคือ ความเหมาะสมของเวลาปิด ศูนย์ฯ ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า ปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant B หมายถึงปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองให้กับผู้เช่าพื้นที่ได้ดี ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องศูนย์การค้ามีขนาดใหญ่และการจัดแยกพื้นที่ (Zone) ของกลุ่มสินค้าไว้ ซึ่งอยู่ใน Quadrant A หมายถึงศูนย์การค้าควรมีนโยบายพัฒนาโครงการขยายพื้นที่ให้มีขนาดใหญ่ขึ้น ควรมีการปรับปรุงการจัดพื้นที่เช่าตามกลุ่มของสินค้าและบริการให้เป็นหมวดหมู่มากขึ้น Quadrant B ศูนย์ฯมีชื่อเสียง ความใหม่ สะอาด ห้องน้ำ ส่วนปัจจัยย่อยที่สามารถพิจารณาปรับปรุงในภายหลังได้คือ ปัจจัยย่อยเรื่องพื้นที่เช่ามองเห็นได้ชัดเจน และสะดวกต่อการค้นหา และปัจจัยย่อยที่ตอบสนองได้ดีอยู่แล้วเกินกว่าที่ผู้เช่าให้ความสำคัญคือปัจจัยย่อยเรื่องพื้นที่เช่ามีให้เลือกหลายขนาด

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก ลำดับแรกคือ การคิดราคาค่าเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า ปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant A หมายถึงปัจจัยย่อยด้านราคา ผู้ให้บริการยังตอบสนองต่อผู้เช่าพื้นที่ยังไม่ดีเพียงพอ เมื่อเปรียบเทียบกับความสำคัญที่ผู้เช่าพื้นที่คำนึงถึงแล้ว พบว่าปัจจัยย่อยที่ควรพิจารณาเร่งด่วนได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องการคิดราคาค่าเช่าคิดแบบเหมาจ่ายต่อห้อง อัตราเงินประกันการเช่าล่วงหน้า การคิดราคาค่าเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร อัตราค่าเช่าเมื่อเทียบกับรายได้ของกิจการ มีความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับศูนย์การค้าอื่น ซึ่งปัจจัยย่อยดังกล่าวนี้ควรพิจารณาเป็นกรณีพิเศษ ส่วนปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant C ถึงแม้ว่าผู้เช่าพื้นที่จะให้ความสำคัญไม่มากนัก แต่ในอนาคตอาจจะมากขึ้นและหากไม่พิจารณาแก้ไข อาจปรับขึ้นไปอยู่ใน

Quadrant A ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องอัตราค่าเช่าเหมาะสมกับทำเลที่ตั้งภายในศูนย์การค้าฯ มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ และอัตราค่าเช่าจ่ายส่วนกลางที่เรียกเก็บ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายในระดับมากลำดับแรก คือศูนย์การค้าฯ ตั้งอยู่บนทำเลที่เหมาะสมต่อผู้เช่าในการทำธุรกิจ ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า ปัจจัยย่อยส่วนที่อยู่ใน Quadrant A หมายถึงปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ให้บริการยังตอบสนองต่อผู้เช่าพื้นที่ยังไม่ดีเพียงพอ เมื่อเปรียบเทียบกับความสำคัญที่ผู้เช่าพื้นที่คำนึงถึงแล้ว พบว่าปัจจัยย่อยที่ควรพิจารณาเร่งด่วนได้แก่ มีที่จอดรถอย่างเพียงพอ มีระบบขนส่งมวลชนภายนอกโดยรอบศูนย์ฯ ที่หลากหลาย มีจุดรับส่งสินค้าที่เพียงพอ ไม่มีการเรียกเก็บค่าที่จอดรถ ศูนย์การค้าฯ ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ซึ่งศูนย์การค้าฯ ควรพิจารณาเรื่องความสะดวกหลากหลายในการเดินทางเข้ามาใช้บริการของลูกค้า ควรมีการเจรจากับทางขนส่งจังหวัดเชียงใหม่หรือเทศบาลนครเชียงใหม่เพื่อปรึกษาแนวทางเพิ่มระบบขนส่งมวลชนโดยรอบศูนย์ฯ รวมทั้งพัฒนาขยายพื้นที่จอดรถให้มากขึ้น ปรับปรุงจุดรับส่งสินค้าให้กว้างขวางรองรับการบริการให้เพียงพอมากขึ้น ส่วนปัจจัยที่อยู่ใน Quadrant B นั้น ได้แก่ การจรรยาไม่คิดขัด การเดินทางมาศูนย์ฯ เข้า-ออก ได้สะดวกสบาย ศูนย์การค้าฯ ตั้งอยู่บนทำเลที่เหมาะสมต่อผู้เช่าในการทำธุรกิจ ถึงแม้ว่าศูนย์การค้าฯ จะตอบสนองได้ดีเมื่อเปรียบเทียบกับความสำคัญแล้ว แต่หากไม่มีการปรับปรุงเลย ปัจจัยย่อยกลุ่มนี้อาจถอยกลับไปอยู่ใน Quadrant A ก็เป็นไปได้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมากลำดับแรกคือ มีการโฆษณาศูนย์ฯ ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่ครอบคลุมและสม่ำเสมอ ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า ปัจจัยย่อยส่วนที่อยู่ใน Quadrant A หมายถึงปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ให้บริการยังตอบสนองต่อผู้เช่าพื้นที่ยังไม่ดีเพียงพอ เมื่อเปรียบเทียบกับความสำคัญที่ผู้เช่าพื้นที่คำนึงถึงแล้ว พบว่าปัจจัยย่อยที่ควรพิจารณาเร่งด่วนได้แก่ มีการให้ส่วนลดผู้เช่าพื้นที่เมื่อประสบปัญหาทางด้านธุรกิจ มีการจัดกิจกรรมการตลาด เช่น การลดราคา อย่างต่อเนื่อง มีการแจ้งกิจกรรมการตลาดให้ร้านค้าทราบอย่างทั่วถึง มีส่วนลดเมื่อมีการต่อสัญญาระยะยาวหรือขยายพื้นที่เช่า ศูนย์การค้าฯ มีส่วนร่วมสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน ดังนั้นศูนย์การค้าฯ จึงควรพิจารณาปัจจัยย่อยต่าง ๆ กลุ่มนี้ โดยมุ่งเน้นการเข้าช่วยเหลือผู้เช่าพื้นที่ให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างราบรื่น รวมทั้งมีการจัดการส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าและยอดขายให้กับผู้เช่าพื้นที่อย่างสม่ำเสมอด้วย ส่วนปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant B ที่ศูนย์การค้าฯ ตอบสนองได้ดีอยู่แล้ว ได้แก่ มีการจัดเหตุการณ์พิเศษ (Event) ต่าง ๆ ที่ดึงดูดลูกค้า มีการคิดป้ายโฆษณาศูนย์ฯ ครอบคลุมตามการจัดจำหน่ายต่างๆ ภายนอกศูนย์ฯ อย่าง

สม่ำเสมอ ซึ่งควรพัฒนาปรับปรุงคุณภาพให้ได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาระดับความพึงพอใจของผู้เช่าพื้นที่

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรในระดับมาก ลำดับแรกคือบุคลากรให้บริการของศูนย์ฯ มีจำนวนเพียงพอ ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า ปัจจัยย่อยส่วนที่อยู่ใน Quadrant A หมายถึงปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่ผู้ให้บริการยังตอบสนองต่อผู้เช่าพื้นที่ยังไม่ดีเพียงพอ เมื่อเปรียบเทียบกับความสำคัญที่ผู้เช่าพื้นที่คำนึงถึงแล้ว พบว่าปัจจัยย่อยที่ควรพิจารณาเร่งด่วนได้แก่ มีมนุษย์สัมพันธ์และอัธยาศัยดี บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์เชื่อถือได้ ซึ่งศูนย์การค้าควรปรับปรุงคุณภาพบุคลากร โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย แม่บ้าน รวมทั้งเจ้าหน้าที่ที่มีหน้าที่บริการลูกค้าโดยตรง ให้มีการบริการที่มุ่งเน้นลูกค้าและมีความสุข ซื่อสัตย์ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับศูนย์การค้า ส่วนปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant C นั้นถึงแม้ว่าผู้เช่าพื้นที่จะให้ความสำคัญไม่มากนัก แต่ในอนาคตอาจจะมากขึ้นและหากไม่พิจารณาแก้ไข อาจปรับขึ้นไปอยู่ใน Quadrant A ได้แก่ บุคลากรของศูนย์ฯ ตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาได้รวดเร็ว มีการให้บริการอย่างเท่าเทียม มีความรู้สามารถแก้ไขปัญหาได้ถูกต้อง และบุคลากรให้บริการของศูนย์ฯ มีจำนวนเพียงพอ

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการในระดับมาก ลำดับแรกคือ มีการวางบิลให้ผู้เช่าตามกำหนดตัวเลขถูกต้อง และชัดเจน ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า ปัจจัยย่อยส่วนที่อยู่ใน Quadrant A หมายถึงปัจจัยย่อยด้านการให้บริการ ที่ผู้ให้บริการยังตอบสนองต่อผู้เช่าพื้นที่ยังไม่ดีเพียงพอ เมื่อเปรียบเทียบกับความสำคัญที่ผู้เช่าพื้นที่คำนึงถึงแล้ว พบว่าปัจจัยย่อยที่ควรพิจารณาเร่งด่วนได้แก่ การรับแจ้งซ่อมที่รวดเร็ว จากช่างอาคารงานระบบ การให้บริการ ณ จุดรับส่งสินค้าที่สะดวกรวดเร็ว ดังนั้นศูนย์การค้าควรมีการพัฒนาด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ควรกำหนดมาตรฐานเป็นข้อตกลงในการให้บริการ (Service Level Agreement) เพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้กับผู้เช่าพื้นที่ ส่วนปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant C นั้นถึงแม้ว่าผู้เช่าพื้นที่จะให้ความสำคัญไม่มากนัก แต่ในอนาคตอาจจะมากขึ้นและหากไม่พิจารณาแก้ไข อาจปรับขึ้นไปอยู่ใน Quadrant A ได้แก่ มีระบบรับแจ้งปัญหาที่รวดเร็ว จากงานรักษาความปลอดภัย การติดต่อพนักงานและผู้บริหารมีความสะดวกเข้าถึงง่าย ขั้นตอนการทำสัญญาเช่าสะดวก ไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีการรับชำระเงินและออกใบเสร็จถูกต้องและรวดเร็ว และมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์อย่างต่อเนื่อง และจากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant D ที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินความจำเป็นในคุณลักษณะที่ผู้เช่าพื้นที่ไม่ได้ให้ความสำคัญมากนัก ได้แก่ มีการวางบิลให้ผู้เช่าตามกำหนด ตัวเลขถูกต้อง และชัดเจน ซึ่งควรรักษามาตรฐานที่ดีไว้อย่างสม่ำเสมอ

ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมาก ลำดับแรก คือศูนย์การค้าฯ มีการปรับอุณหภูมิ ความเย็นที่พอเหมาะ ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า ปัจจัยย่อยส่วนที่อยู่ใน Quadrant A หมายถึงปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ให้บริการยังตอบสนองต่อผู้เช่าพื้นที่ยังไม่ดีเพียงพอ เมื่อเปรียบเทียบกับความสำคัญที่ผู้เช่าพื้นที่คำนึงถึงแล้ว พบว่าปัจจัยย่อยที่ควรพิจารณาเร่งด่วนได้แก่ การตกแต่งภายนอกที่สวยงามร่มรื่น มีสภาพตัวอาคารสะอาดสวยงามไม่ทรุดโทรม ความเพียงพอของแสงสว่างภายในศูนย์ และบริเวณทางเดิน มีร้านค้าแบรนด์เนมที่ทันสมัยและมีชื่อเสียง ภายในศูนย์ฯ มีบรรยากาศดีการตกแต่งทันสมัย มีลิฟท์บันไดเลื่อนที่เพียงพอพร้อมให้บริการ และมีป้ายบอกทางภายในศูนย์การค้าที่ชัดเจน ดังนั้นศูนย์การค้าฯ จึงควรพิจารณาปรับปรุงเร่งด่วน โดยมุ่งเน้นด้านสภาพของตัวศูนย์การค้าฯ ต้องมีการบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอ (Preventive Maintenance) รวมทั้งจัดหาร้านค้าที่มีชื่อเสียงเหมือนกับศูนย์การค้าฯ ชื่อดังกรุงเทพฯ มาเปิดให้บริการที่เชียงใหม่ รวมทั้งจัดทำป้ายบอกทางในศูนย์ฯ ที่ทันสมัยและสะดวกในการค้นหาร้านค้า เช่น ระบบค้นหาโดยใช้คอมพิวเตอร์ (Electronic Directory Board) เป็นต้น ส่วนปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant C นั้นถึงแม้ว่าผู้เช่าพื้นที่จะให้ความสำคัญไม่มากนัก แต่ในอนาคตอาจจะมากขึ้น และหากไม่พิจารณาแก้ไข อาจปรับขึ้นไปอยู่ใน Quadrant A ได้แก่ ป้ายชื่อศูนย์ฯ มีขนาดใหญ่เห็นได้ชัดเจนในระยะไกล จัดพื้นที่นั่งพักหรือจุดนัดพบที่เพียงพอ และมีเส้นทางและจุดรับส่งสินค้าที่สะดวก

ข้อค้นพบ

1. ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่ำกว่าปัจจัยอื่นๆ
2. ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่ำที่สุด 10 อันดับ

ตารางที่ 40 แสดงปัจจัย 10 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่ำสุด

พึงพอใจต่ำสุด 10 อันดับแรก	ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราค่าเช่าเหมาะสมกับทำเลที่ตั้งภายในศูนย์การค้าฯ	ราคา	3.11
อัตราค่าใช้จ่ายส่วนกลางที่เรียกเก็บ	ราคา	3.19
การคิดราคาเช่าคิดแบบเหมาจ่ายต่อห้อง	ราคา	3.22
อัตราค่าเช่าเมื่อเทียบกับรายได้ของกิจการ มีความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับศูนย์การค้าอื่น	ราคา	3.22

ตารางที่ 40 (ต่อ) แสดงปัจจัย 10 อันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่ำสุด

พึงพอใจต่ำสุด 10 อันดับแรก	ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราเงินประกันการเช่าล่วงหน้า	ราคา	3.26
ศูนย์การค้าฯ มีเส้นทางและจุดรับส่งสินค้าที่สะดวก	ลักษณะทางภาพ	3.32
มีการให้ส่วนลดผู้เช่าพื้นที่เมื่อประสบปัญหาทางด้านธุรกิจ	การส่งเสริมการตลาด	3.39
มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ	ราคา	3.45
มีส่วนลดเมื่อมีการต่อสัญญาระยะยาว หรือขยายพื้นที่เช่า	การส่งเสริมการตลาด	3.56
บุคลากรของศูนย์ฯ มีการให้บริการอย่างเท่าเทียม	บุคลากร	3.58
การติดต่อผู้บริหาร มีความสะดวก เข้าถึงง่าย	กระบวนการ	3.58

3. ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดในแต่ละปัจจัยได้แก่

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มีการจัดแยกพื้นที่ (Zone) ของกลุ่มสินค้าไว้พึงพอใจในระดับมาก

3.2 ด้านราคา ได้แก่ อัตราค่าเช่าเหมาะสมกับทำเลที่ตั้งภายในศูนย์การค้าฯ อัตราค่าใช้จ่ายส่วนกลางที่เรียกเก็บ การคิดราคาค่าเช่าคิดแบบเหมาจ่ายต่อห้อง อัตราค่าเช่าเมื่อเทียบกับรายได้ของกิจการ มีความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับศูนย์การค้าอื่น และมีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ พึงพอใจระดับปานกลาง

3.3 ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ มีพื้นที่จอดรถอย่างเพียงพอ พึงพอใจในระดับมาก

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการให้ส่วนลดผู้เช่าพื้นที่เมื่อประสบปัญหาทางด้านธุรกิจ พึงพอใจในระดับปานกลาง

3.5 ด้านบุคลากร ได้แก่ บุคลากรของศูนย์ฯ มีการให้บริการอย่างเท่าเทียม พึงพอใจในระดับมาก

3.6 ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ การติดต่อผู้บริหาร มีความสะดวก เข้าถึงง่าย พึงพอใจในระดับปานกลาง

3.7 ด้านลักษณะทางภาพ ได้แก่ ศูนย์การค้าฯ มีเส้นทางและจุดรับส่งสินค้าที่สะดวก พึงพอใจในระดับปานกลาง

4. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่ากลุ่มประเภทธุรกิจเสื้อผ้าเครื่องประดับ โชนจิ้งจันเอ็กซ์ กลุ่มไอที โทรศัพท์ กลุ่มธนาคารสถาบันการเงินและกลุ่มอื่นๆ และกลุ่มลักษณะกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านศูนย์การค้ามีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี และศูนย์การค้ามี

ห้องน้ำให้บริการอย่างเพียงพอ อยู่ในระดับมากที่สุด แต่มีความพึงพอใจในระดับมาก และปัจจัยย่อยในด้านประเภทร้านค้าอื่นๆที่มีในศูนย์ฯ มีความหลากหลาย กลุ่มธนาคารสถาบันการเงิน ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด แต่มีความพึงพอใจในระดับมาก และกลุ่มลักษณะกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยในเรื่อง มีจำนวนผู้มาใช้บริการภายในศูนย์ฯ มาก แต่มีความพึงพอใจในระดับมากเท่านั้น

5. ด้านราคา พบว่าทุกกลุ่มประเภทธุรกิจ และทุกกลุ่มลักษณะกิจการให้ความสำคัญในระดับมาก เกือบทุกปัจจัยย่อย แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่านั้น ยกเว้นในด้าน การคิดราคาเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร ที่มีความพึงพอใจในระดับมาก

6. ด้านการจัดจำหน่าย พบว่ากลุ่มประเภทธุรกิจเสื้อผ้าเครื่องประดับ โชนจิ้งฉ้นเอ็กซ์ กลุ่มไอที โทรศัพท์ และกลุ่มลักษณะกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านศูนย์การค้าฯ ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ในระดับมากที่สุด แต่มีความพึงพอใจในระดับมากเท่านั้น และปัจจัยย่อยในเรื่อง การเดินทางมาศูนย์ฯเข้า-ออกได้สะดวกสบาย กลุ่มประเภทธุรกิจธนาคารสถาบันการเงิน ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด แต่มีความพึงพอใจในระดับมาก และปัจจัยย่อยในเรื่อง การจรรยาไม่คิดขัด กลุ่ม เสื้อผ้าเครื่องประดับ โชนจิ้งฉ้นเอ็กซ์ กลุ่มไอที โทรศัพท์ กลุ่มเพชรทองเครื่องประดับ/เสริมความงาม และกลุ่มอื่นๆให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด แต่มีความพึงพอใจในระดับมาก

7. ด้านการส่งเสริมการตลาดทุกกลุ่มธุรกิจให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในเรื่องมีการให้ส่วนลดผู้เช่าพื้นที่เมื่อประสบปัญหาทางด้านธุรกิจ ในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่านั้น และปัจจัยย่อยในเรื่อง มีการโฆษณาศูนย์ฯ ผ่านสื่อต่างๆ ที่ครอบคลุมและสม่ำเสมอ กลุ่มประเภทธุรกิจเสื้อผ้าเครื่องประดับ โชนจิ้งฉ้นเอ็กซ์ กลุ่มไอที โทรศัพท์ ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด แต่มีความพึงพอใจในระดับมาก

8. ด้านบุคลากร พบว่า กลุ่มประเภทธุรกิจอาหารเบเกอรี่ กาแฟ ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในเรื่อง บุคลากรของศูนย์ฯ มีการให้บริการอย่างเท่าเทียมกันในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่านั้น

9. ด้านกระบวนการ กลุ่มประเภทธุรกิจธนาคารสถาบันการเงิน กาแฟ ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในเรื่อง ขั้นตอนการทำสัญญาเช่าสะดวก ไม่ยุ่งยากซับซ้อน การติดต่อพนักงาน มีความสะดวก เข้าถึงง่าย และการติดต่อผู้บริหาร มีความสะดวก เข้าถึงง่าย ในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และกลุ่มอาหารเบเกอรี่ กาแฟ ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยในเรื่องมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์อย่างต่อเนื่อง แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

และกลุ่มลักษณะกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยในเรื่อง มีบริการรับแจ้งซ่อมที่รวดเร็ว จากช่างอาคารงานระบบ แต่มีความพึงพอใจในระดับมากเท่านั้น

10. ด้านลักษณะทางกายภาพ ทุกกลุ่มประเภทธุรกิจ ให้ความสำคัญในระดับมากกับ ปัจจัยย่อยในเรื่อง ศูนย์การค้าฯ มีเส้นทางและจุดรับส่งสินค้าที่สะดวก แต่มีความพึงพอใจในระดับ ปานกลาง

11. ปัจจัยย่อยที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน จากการวิเคราะห์โดยใช้เทคนิค IPA (Important-Performance Analysis: IPA) ที่อยู่ใน Quadrant A คือ

- 11.1 มีการให้ส่วนลดผู้เช่าพื้นที่เมื่อประสบปัญหาทางธุรกิจ
- 11.2 มีส่วนลดเมื่อมีการต่อสัญญาระยะยาว หรือขยายพื้นที่เช่า
- 11.3 มีการจัดกิจกรรมการตลาด เช่น การลดราคาอย่างต่อเนื่อง
- 11.4 การคิดราคาค่าเช่าแบบเหมาจ่ายต่อห้อง
- 11.5 อัตราเงินประกันการเช่าล่วงหน้า
- 11.6 การคิดราคาค่าเช่าแบบต่อตารางเมตร
- 11.7 อัตราค่าเช่าเมื่อเทียบกับรายได้ของกิจการ มีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับศูนย์การค้าอื่น
- 11.8 มีการจัดแยกพื้นที่ (Zone) ของกลุ่มสินค้าไว้
- 11.9 มีระบบขนส่งมวลชนภายนอกโดยรอบศูนย์ฯ ที่หลากหลาย
- 11.10 มีจุดรับส่งสินค้าที่เพียงพอ
- 11.11 มีพื้นที่จอดรถอย่างเพียงพอ
- 11.12 มีการตกแต่งภายนอกที่สวยงามร่มรื่น
- 11.13 ภายในศูนย์ฯ มีบรรยากาศดี การตกแต่งทันสมัย
- 11.14 ศูนย์การค้ามีสภาพตัวอาคาร สะอาดสวยงาม ไม่ทรุดโทรม
- 11.15 มีความเพียงพอของแสงสว่าง ภายในศูนย์ฯ และบริเวณทางเดิน
- 11.16 มีร้านค้าแบรนด์เนม ที่ทันสมัยและมีชื่อเสียง
- 11.17 มีลิฟท์ บันไดเลื่อนที่เพียงพอ พร้อมให้บริการ
- 11.18 มีบริการรับแจ้งซ่อมที่รวดเร็ว จากช่างอาคารงานระบบ
- 11.19 มีการให้บริการ ณ จุดรับส่งสินค้าที่สะดวกรวดเร็ว
- 11.20 บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ เชื่อถือได้
- 11.21 บุคลากรของศูนย์ฯ มีมนุษยสัมพันธ์ และอัธยาศัยดี

12. ปัจจัยย่อยจากการวิเคราะห์โดยใช้เทคนิค IPA (Important-Performance Analysis: IPA) ที่อยู่ใน Quadrant B และ C ที่มีส่วนต่างระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจที่ควรพิจารณาให้ความสำคัญในการปรับปรุงแก้ไขลำดับต่อไป คือ

- 12.1 อัตราค่าเช่าเหมาะสมกับทำเลที่ตั้งภายในศูนย์การค้า
- 12.2 อัตราค่าใช้จ่ายส่วนกลางที่เรียกเก็บ
- 12.3 มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ
- 12.4 มีเส้นทางและจุดรับส่งสินค้าที่สะดวก
- 12.5 บุคลากรให้บริการอย่างเท่าเทียม
- 12.6 การจราจรไม่ติดขัด
- 12.7 การเดินทางมาศูนย์ เข้า-ออก ได้สะดวกสบาย

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้เช่าพื้นที่ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของศูนย์การค้า เช่น ทริลพลาซ่า เชียงใหม่แอร์พอร์ต ผู้ศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการให้ระดับความสำคัญในแต่ละปัจจัยย่อยที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเน้นการปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก และพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำอยู่ในแต่ละปัจจัยทางการตลาดดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

เมื่อพิจารณาแต่ละปัจจัยย่อย เปรียบเทียบระหว่างความสำคัญและความพึงพอใจโดยการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA พบว่าปัจจัยที่อยู่ใน Quadrant A ได้แก่ปัจจัยย่อยเรื่องการจัดแยกพื้นที่ (Zone) ของกลุ่มสินค้าไว้ และศูนย์การค้ามีขนาดใหญ่ ดังนั้นศูนย์การค้าควรมีนโยบายพัฒนาโครงการขยายพื้นที่ให้มีขนาดใหญ่ขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความหลากหลายที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ ควรมีการปรับปรุงการจัดพื้นที่เช่าตามกลุ่มของสินค้าและบริการ (Merchandising Mix) ให้เป็นหมวดหมู่มากขึ้น มีความหลากหลายสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ครบถ้วน ในส่วนของร้านค้าเองควรมีการกำหนดให้ผู้เช่าพื้นที่เน้นการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย มีความทันสมัยอยู่เสมอ ศูนย์การค้าฯ ควรพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและสร้างแรงจูงใจให้กับผู้เช่าพื้นที่ มีการให้รางวัลสำหรับร้านค้าที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ยกตัวอย่างเช่น โครงการประกวดร้านค้าดีเด่นประจำไตรมาส มีการแนะนำให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดร้าน และการบริการอยู่เสมอ

ส่วนปัจจัยย่อยที่สามารถพิจารณาปรับปรุงในภายหลังได้คือ ปัจจัยย่อยเรื่องพื้นที่เช่า มองเห็นได้ชัดเจน และสะดวกต่อการค้นหา ซึ่งศูนย์การค้าฯ ควรจัดให้มีระบบค้นหาร้านค้าที่สะดวกทันสมัย ครอบคลุมพื้นที่ เพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้บริการได้ทั่วถึง เช่น ระบบค้นหาร้านค้าแบบจอสัมผัส (Touch Screen Directory) เป็นต้น

ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant B ที่ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองให้กับผู้เช่าพื้นที่ได้ดีอยู่แล้ว แต่พบว่ามีส่วนต่างของค่าความสำคัญกับค่าความพึงพอใจที่ควรนำมาพิจารณาปรับปรุง เนื่องจากหากคะแนนปัจจัยเหล่านี้ ในอนาคตอาจตกไปอยู่ใน Quadrant A ได้ คือ ความมีชื่อเสียง ความใหม่ของศูนย์การค้า และความสะอาดของห้องน้ำ ซึ่งควรมีแนวทางการปรับปรุงพื้นที่ให้มีสภาพสวยงามอย่างต่อเนื่อง ควรมีการจัดสรรงบประมาณในการซ่อมบำรุงตัวอาคารสถานที่ให้สวยงาม ควรเพิ่มการดูแลรักษาความสะอาดของห้องน้ำ เช่น กำหนดเป็นมาตรฐานความสะอาด (Cleaning Service Standard) และตกแต่งบรรยากาศภายในให้สดชื่น เป็นต้น

ด้านราคา

เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและความพึงพอใจพบว่า ทุกปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่านั้น ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า ปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant A พบว่าปัจจัยย่อยที่ควรพิจารณาเร่งด่วนได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องการคิดราคาค่าเช่าคิดแบบเหมาจ่ายต่อห้อง อัตราเงินประกันการเช่าล่วงหน้า การคิดราคาค่าเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร อัตราค่าเช่าเมื่อเทียบกับรายได้ของกิจการ มีความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับศูนย์การค้าอื่น ซึ่งปัจจัยย่อยดังกล่าวนี้ควรพิจารณาเป็นกรณีพิเศษ

ดังนั้น ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซาเชียงใหม่แอร์พอร์ต ควรพิจารณาการคิดราคาค่าเช่าพื้นที่ ให้เหมาะสมกับทำเลที่ตั้งภายในศูนย์การค้า ทั้งอัตราค่าเช่า และอัตราค่าใช้จ่ายส่วนกลางที่เรียกเก็บ และอัตราเงินประกันการเช่าล่วงหน้า รวมทั้งควรนำปัจจัยต่างๆ มาใช้ในการร่วมพิจารณาหลักเกณฑ์การคิดค่าใช้จ่ายต่างๆ เพื่อให้มีความเหมาะสมกับผู้เช่าพื้นที่หลายๆ ประเภท ควรมีการสืบค้นข้อมูลเชิงเปรียบเทียบ (Benchmarking) กับคู่แข่ง (Competitor) เช่น ศูนย์การค้า กาดสวนแก้ว ศูนย์การค้าพรอมเมนาดาที่กำลังจะเปิดตัวเร็วๆ นี้ เป็นต้น

นอกจากนั้นแล้ว ศูนย์การค้าควรเน้นการสื่อสารให้กับผู้เช่าพื้นที่เพื่อแสดงให้เห็นถึงความคุ้มค่าในการทำธุรกิจกับศูนย์การค้า เช่น แผนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่มีตลอดทั้งปี มีกิจกรรมเหตุการณ์พิเศษขนาดใหญ่ (Big Event) ที่ใช้งบลงทุนสูงเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าทั่วไป นอกจากนี้ควรแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของการบริการที่ได้รับจากศูนย์การค้า รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ถูกปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ

ส่วนปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant C ถึงแม้ว่าผู้เช่าพื้นที่จะให้ความสำคัญไม่มากนัก แต่ในอนาคตอาจจะมากขึ้นและหากไม่พิจารณาแก้ไข อาจปรับขึ้นไปอยู่ใน Quadrant A ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องอัตราค่าเช่าเหมาะสมกับทำเลที่ตั้งภายในศูนย์การค้าฯ มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ และอัตราค่าเช่าจ่ายส่วนกลางที่เรียกเก็บ ซึ่งควรพิจารณาปรับปรุงหลักเกณฑ์ในการกำหนดค่าเช่าจ่ายตามแนวทางข้างต้น นอกจากนี้ควรทบทวนวิธีการชำระเงินและเพิ่มช่องทางให้มีหลายรูปแบบมากขึ้น

ด้านลักษณะทางกายภาพ

เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า ปัจจัยย่อยส่วนที่อยู่ใน Quadrant A หมายถึงปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ให้บริการยังตอบสนองต่อผู้เช่าพื้นที่ยังไม่ดีเพียงพอ เมื่อเปรียบเทียบกับความสำคัญที่ผู้เช่าพื้นที่คำนึงถึงแล้ว พบว่าปัจจัยย่อยที่ควรพิจารณาเร่งด่วน ได้แก่ การตกแต่งภายนอกที่สวยงามร่มรื่น มีสภาพตัวอาคารสะอาดสวยงามไม่ทรุดโทรม ความเพียงพอของแสงสว่างภายในศูนย์และบริเวณทางเดิน มีร้านค้าแบรนด์เนมที่ทันสมัยและมีชื่อเสียง มีลิฟท์บันไดเลื่อนที่เพียงพอพร้อมให้บริการ ภายในศูนย์ฯ มีบรรยากาศดีการตกแต่งทันสมัย และมีป้ายบอกทางภายในศูนย์การค้าที่ชัดเจน ดังนั้นศูนย์การค้าฯ จึงควรพิจารณาปรับปรุงเร่งด่วน ดังนี้

ปัจจัยย่อยด้านสภาพของตัวศูนย์การค้าฯ ต้องมีการบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอ (Preventive Maintenance) เพื่อให้มีสภาพที่สวยงาม บรรยากาศร่มรื่น และมีความทันสมัย ควรมีแผนงานและงบประมาณไว้รองรับทุกๆ ปี มีการนำแนวทางการตกแต่งศูนย์การค้าฯ แบบทันสมัยมาปรับปรุงอยู่เสมอ รวมทั้งการตอบสนองต่อปัจจัยย่อยด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวอาคารของศูนย์การค้า ได้แก่ การเพิ่มไฟฟ้าแสงสว่างในพื้นที่ที่เป็นจุดอับ การดูแลรักษาระบบลิฟท์ บันไดเลื่อนให้มีสภาพพร้อมใช้ตลอดเวลา และมีรอบการบำรุงรักษาที่สม่ำเสมอ เป็นต้น

ปัจจัยย่อยเรื่องมีร้านค้าแบรนด์เนม ศูนย์การค้าฯ ควรจัดหาร้านค้าที่มีชื่อเสียงเหมือนกับศูนย์การค้าฯ ชื่อดังกรุงเทพฯ มาเปิดให้บริการที่เชียงใหม่ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในทุกกลุ่มมากขึ้น

ปัจจัยย่อยเรื่องป้ายบอกทาง ศูนย์การค้าฯ ควรจัดทำป้ายบอกทางในศูนย์ฯ ที่ทันสมัยและสะดวกในการค้นหาร้านค้า เช่น ระบบค้นหาโดยใช้คอมพิวเตอร์จอสัมผัส (Touch Screen Directory Board) รวมทั้งการเพิ่มป้ายบอกทางภายในพื้นที่ให้ครอบคลุม ปรับป้ายให้มีขนาดและสัญลักษณ์ที่เด่นชัดมากขึ้น เป็นต้น

ส่วนปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant C นั้นถึงแม้ว่าผู้เช่าพื้นที่จะให้ความสำคัญไม่มากนัก แต่ในอนาคตอาจจะมากขึ้นและหากไม่พิจารณาแก้ไข อาจปรับขึ้นไปอยู่ใน Quadrant A ได้แก่ ป้ายชื่อศูนย์ฯ มีขนาดใหญ่เห็นได้ชัดเจนในระยะไกล จัดพื้นที่นั่งพักหรือจุดนัดพบที่เพียงพอ และมี

เส้นทางและจุดรับส่งสินค้าที่สะดวก ยกตัวอย่างเช่น การติดตั้งป้ายบอกทางให้ชัดเจน การกำหนดระเบียบเพื่อควบคุมการใช้พื้นที่ การจัดสรรเวลาการเข้ามาใช้พื้นที่ของรถรับส่งแต่ละชนิด

ด้านการส่งเสริมการตลาด

เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า ปัจจัยย่อยส่วนที่อยู่ใน Quadrant A หมายถึงปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ให้บริการยังตอบสนองต่อผู้เช่าพื้นที่ยังไม่ดีเพียงพอ เมื่อเปรียบเทียบกับความสำคัญที่ผู้เช่าพื้นที่คำนึงถึงแล้ว พบว่าปัจจัยย่อยที่ควรพิจารณาเร่งด่วน ได้แก่

ปัจจัยย่อยเรื่องมีการให้ส่วนลดผู้เช่าพื้นที่เมื่อประสบปัญหาทางด้านธุรกิจ มีส่วนลดเมื่อมีการต่อสัญญาระยะยาวหรือขยายพื้นที่เช่า ดังนั้นศูนย์การค้าจึงควรพิจารณาปัจจัยย่อยต่างๆ กลุ่มนี้ โดยมุ่งเน้นการเข้าช่วยเหลือผู้เช่าพื้นที่ให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างราบรื่น มีกระบวนการพิจารณาร้านค้าแยกเป็นกลุ่มต่างๆ เพื่อให้ความช่วยเหลือทางธุรกิจได้ตรงจุด เช่น กลุ่มร้านค้าธุรกิจในเครือ กลุ่มร้านค้าพันธมิตรหลัก (Key Account) กับ กลุ่มร้านค้าในท้องถิ่น การช่วยเหลือทางธุรกิจอาจมีความแตกต่างกันตามสภาพของปัญหาและความต้องการของผู้เช่าพื้นที่

ปัจจัยด้านมีการจัดกิจกรรมการตลาด ศูนย์การค้าควรมีแผนส่งเสริมการตลาดที่ชัดเจน และมีงบประมาณรองรับ เช่น การลดราคา อย่างต่อเนื่อง มีการแจ้งกิจกรรมการตลาดให้ร้านค้าทราบอย่างทั่วถึง รวมทั้งมีการจัดการส่งเสริมการตลาดด้านอื่นๆ เช่น การจัดกิจกรรมเหตุการณ์พิเศษ (Event) ที่ดึงดูดใจโดยเฉพาะในช่วงเทศกาลต่างๆ เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าและยอดขายให้กับผู้เช่าพื้นที่อย่างสม่ำเสมอด้วย

ปัจจัยด้านศูนย์การค้ามีส่วนร่วมสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน ควรทำอย่างต่อเนื่อง และทำการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทั่วไปในจังหวัดเชียงใหม่และใกล้เคียงทราบ ดำเนินการอย่างสม่ำเสมอจนกลายเป็นสัญลักษณ์ของศูนย์การค้าด้านการมีส่วนร่วมและรับผิดชอบต่อชุมชน และสังคม สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร

ส่วนปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant B ที่ศูนย์การค้าตอบสนองได้ดีอยู่แล้ว ได้แก่ มีการจัดเหตุการณ์พิเศษ (Event) ต่าง ๆ ที่ดึงดูดลูกค้า มีการติดป้ายโฆษณาศูนย์ฯครอบคลุมตามการจัดจำหน่ายต่างๆภายนอกศูนย์อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งควรพัฒนาปรับปรุงคุณภาพให้ดียิ่งขึ้นเพื่อรักษาระดับความพึงพอใจของผู้เช่าพื้นที่

ด้านบุคลากร

เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและความพึงพอใจ ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า ปัจจัยย่อยส่วนที่อยู่ใน Quadrant A หมายถึงปัจจัยย่อย

ด้านบุคลากร ที่ผู้ให้บริการยังตอบสนองต่อผู้เช่าพื้นที่ยังไม่ดีเพียงพอ เมื่อเปรียบเทียบกับความสำคัญที่ผู้เช่าพื้นที่คำนึงถึงแล้ว พบว่าปัจจัยย่อยที่ควรพิจารณาเร่งด่วน ได้แก่

ปัจจัยย่อยบุคลากรของศูนย์ฯ มีมนุษย์สัมพันธ์และอัธยาศัยดี มีความซื่อสัตย์เชื่อถือได้ ซึ่งศูนย์การค้าฯ ควรปรับปรุงคุณภาพบุคลากร โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย แม่บ้าน รวมทั้งเจ้าหน้าที่ที่มีหน้าที่บริการลูกค้าโดยตรง ให้มีการบริการที่มุ่งเน้นลูกค้าและมีความสุข ซื่อสัตย์ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับศูนย์การค้าฯ ควรเน้นย้ำนโยบายให้พนักงานมุ่งเน้นงานบริการที่เป็นเลิศ (Service Excellence) ควรออกกฎระเบียบให้พนักงานปฏิบัติงานตามมาตรฐานตามข้อตกลงที่กำหนดขึ้น (Service Level Agreement) เช่น การใส่ใจดูแลลูกค้าด้วยการเข้าไปบริการภายใน 3 นาทีหลังจากที่ได้รับคำร้องขอ การแก้ปัญหาการบริการจากการร้องเรียนและตอบกลับทันที โดยเฉพาะพนักงานที่มีหน้าที่ให้บริการโดยตรง ได้แก่ พนักงานรักษาความปลอดภัยและพนักงานรักษาความสะอาด เจ้าหน้าที่แผนกอาคารงานระบบ และพนักงานต้อนรับลูกค้า นอกจากนี้ควรมีกระบวนการติดตามรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า (Voice of Customer: VOC System) เพื่อพัฒนาปรับปรุงงานบริการของบุคลากร ควรมีการสร้างแรงจูงใจในการให้บริการลูกค้าโดยการให้รางวัลแก่พนักงานบริการดีเด่น ทั้งในส่วนของพนักงานบริษัท เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และพนักงานแม่บ้าน เพื่อเป็นกำลังใจในการปฏิบัติงาน เป็นต้น

ส่วนปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant C นั้นถึงแม้ว่าผู้เช่าพื้นที่จะให้ความสำคัญไม่มากนัก แต่ในอนาคตอาจจะมากขึ้นและหากไม่พิจารณาแก้ไข อาจปรับขึ้นไปอยู่ใน Quadrant A ได้แก่ บุคลากรของศูนย์ฯ ตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาได้รวดเร็ว มีการให้บริการอย่างเท่าเทียม มีความรู้สามารถแก้ไขปัญหาได้ถูกต้อง และบุคลากรให้บริการของศูนย์ฯ มีจำนวนเพียงพอ ซึ่งแนวทางปรับปรุงเป็นไปตามที่เสนอแนะข้างต้น เพื่อสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้เช่าพื้นที่ได้มากขึ้น

ด้านกระบวนการให้บริการ

เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและความพึงพอใจ และทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า ปัจจัยย่อยส่วนที่อยู่ใน Quadrant A หมายถึงปัจจัยย่อยด้านการให้บริการ ที่ผู้ให้บริการยังตอบสนองต่อผู้เช่าพื้นที่ยังไม่ดีเพียงพอ เมื่อเปรียบเทียบกับความสำคัญที่ผู้เช่าพื้นที่คำนึงถึงแล้ว พบว่าปัจจัยย่อยที่ควรพิจารณาเร่งด่วน ได้แก่

ปัจจัยย่อยด้านการรับแจ้งซ่อมที่รวดเร็ว จากช่างอาคารงานระบบ การให้บริการ ณ จุดรับส่งสินค้า ที่สะดวกรวดเร็ว ดังนั้นศูนย์การค้าฯ ควรมีการพัฒนาด้านความรวดเร็วในการให้บริการ โดยการกำหนดกระบวนการให้บริการที่เป็นมาตรฐานเพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการ ควรนำมาตรฐาน ISO9001:2008 มาทบทวนขั้นตอนการปฏิบัติและปรับปรุงให้ดีขึ้น รวมทั้งควรมีระบบ

หรือเทคโนโลยีในการรับแจ้งงานซ่อมแซม เช่น ระบบแจ้งซ่อมออนไลน์ (Job order online) เพื่อลดระยะเวลาและขั้นตอนในการทำงาน

ส่วนปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant C นั้นถึงแม้ว่าผู้เช่าพื้นที่จะให้ความสำคัญไม่มากนัก แต่ในอนาคตอาจจะมากขึ้นและหากไม่พิจารณาแก้ไข อาจปรับขึ้นไปอยู่ใน Quadrant A ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องการติดต่อพนักงานและผู้บริหาร มีความสะดวกเข้าถึงง่าย ดังนั้นศูนย์การค้าฯ ควรเพิ่มช่องทางการติดต่อกับผู้บริหารเพื่อรับฟังข้อคิดเห็นต่างๆมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น เบอร์โทรศัพท์สายตรง (Hot line phone) ช่องทางอีเมล (E-mail) หรือเฟสบุ๊ก (Face book) เป็นต้น ควรจัดให้มีการตรวจเยี่ยมร้านค้า (Shop visit) โดยผู้บริหารฝ่ายร้านค้าสัมพันธ์หรือตัวแทนเป็นประจำ เพื่อสร้างความใกล้ชิดและเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (2-way communication) เพื่อให้ข้อเสนอแนะต่างๆ และควรมีการตอบกลับข้อมูลลูกค้า (Feed back) เพื่อแสดงถึงความใส่ใจแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้

นอกจากนั้นควรพิจารณาปัจจัยย่อยเรื่อง ขั้นตอนการทำสัญญาเช่าสะดวก ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน มีการรับชำระเงินและออกใบเสร็จถูกต้องและรวดเร็ว และมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจพิจารณาเป็นลำดับรองๆลงไป

ด้านการจัดจำหน่าย

เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและความพึงพอใจ และทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า ปัจจัยย่อยส่วนที่อยู่ใน Quadrant A หมายถึงปัจจัยย่อยที่ผู้ให้บริการยังตอบสนองต่อผู้เช่าพื้นที่ยังไม่ดีเพียงพอ ได้แก่

ปัจจัยย่อยเรื่องมีพื้นที่จอดรถอย่างเพียงพอ ความสะดวกของจุดรับส่งสินค้า ดังนั้นศูนย์การค้าฯ ควรมีโครงการพัฒนาปรับปรุงขยายพื้นที่ลานจอดรถเพิ่มขึ้นเพื่อให้เพียงพอและสะดวกสบายมากขึ้นทั้งในอาคารและนอกอาคาร ควรจัดให้มีพื้นที่จอดรถสำรองกรณีที่ศูนย์การค้าฯ จัดกิจกรรมใหญ่ๆเพื่อรองรับการจราจรที่หนาแน่น

ปัจจัยย่อยเรื่องระบบขนส่งมวลชนรอบนอกศูนย์การค้า ซึ่งศูนย์การค้าฯ ควรประสานงานกับหน่วยงานขนส่งจังหวัดและเทศบาลนครเชียงใหม่ เพื่อหาหรือแนวทางการจัดหาระบบขนส่งมวลชนรอบนอกศูนย์การค้าฯ เพื่อสร้างความหลากหลายให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมากขึ้น หรือศูนย์การค้าฯ ควรจัดหารถรับส่งฟรี (Free Shuttle Service) ระหว่างศูนย์การค้าฯ และในตัวเมือง เพื่อรับส่งลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการในศูนย์ฯ กลุ่มเป้าหมายที่ควรพิจารณา ยกตัวอย่างเช่น โรงแรมภายในตัวเมือง มหาวิทยาลัย สนามบิน หมู่บ้านจัดสรรขนาดใหญ่ เป็นต้น

ส่วนปัจจัยที่อยู่ใน Quadrant B นั้น ได้แก่ การจราจรไม่ติดขัด การเดินทางมาศูนย์ฯ เข้า-ออก ได้สะดวกสบาย ศูนย์การค้าฯ ตั้งอยู่บนทำเลที่เหมาะสมต่อผู้เช่าในการทำธุรกิจ ถึงแม้ว่า

ศูนย์การค้าฯจะตอบสนองได้ดีเมื่อเปรียบเทียบกับความสำคัญแล้ว แต่หากไม่มีการปรับปรุงเลย ปัจจัยย่อยกลุ่มนี้อาจถอยกลับไปอยู่ใน Quadrant A ก็เป็นไปได้ เช่น การให้บริการด้านจราจร และความสะดวกในการเข้า-ออกพื้นที่ศูนย์การค้าฯไม่ให้ติดขัด การจัดให้มีเจ้าหน้าที่ตำรวจจราจร หรือการอบรมเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพื่อดูแลรถยนต์ออกจากพื้นที่ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม

ร้านค้าประเภทอาหาร

เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและความพึงพอใจพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ การจัดแยกพื้นที่ของกลุ่มสินค้า ปัจจัยด้านกระบวนการ การแจ้งข้อมูลข่าวสาร ที่เป็นประโยชน์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด การให้ส่วนลดเมื่อทำสัญญาระยะยาว ปัจจัยด้านกายภาพ การจัดที่นั่งพักรอ มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า ดังนั้น จึงควรพิจารณาการจัดพื้นที่กลุ่มสินค้าประเภทร้านอาหารให้มีความเหมาะสม จัดให้รวมกลุ่มไม่กระจายทั่วไปในศูนย์การค้า รวมทั้งควรจัดที่นั่งพักรอให้กับลูกค้าเพื่อรอรับการให้บริการ ในด้านการสื่อสารข้อมูลที่เป็นประโยชน์ควรให้ทั่วถึง และต่อเนื่อง รวมทั้งควรมีลักษณะในการพิจารณาให้ส่วนลดเมื่อผู้เช่าพื้นที่ทำสัญญาระยะยาว

ร้านเสื้อผ้าและเครื่องประดับแฟชั่นจังก์ชันเอ็กซ์ ธานีคาร์ และร้านค้าไอทีโทรศัพท์

เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและความพึงพอใจพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ระบบรักษาความปลอดภัย และมีห้องน้ำให้บริการอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า ดังนั้น จึงควรพิจารณาระบบรักษาความปลอดภัยในพื้นที่ ควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันเหตุโจรกรรมลักทรัพย์ที่เกิดขึ้นบ่อยครั้ง ให้ผู้เช่าพื้นที่รู้สึกมีความปลอดภัยมากขึ้น ควรจัดรอบการตรวจอย่างสม่ำเสมอ ใช้เทคโนโลยีเข้ามาควบคุม เช่น ระบบนาฬิกาข้อมือแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Guard Tour System) ศูนย์การค้าฯควรจัดให้มีระบบกล้องวงจรปิด (CCTV System) ที่ครอบคลุมและเพียงพอต่อการตรวจตราโดยเจ้าหน้าที่ห้องควบคุม ส่วนปัจจัยย่อยเรื่องการให้บริการห้องน้ำที่เพียงพอ พบว่าร้านค้ากลุ่มนี้อยู่ในพื้นที่ชั้น G ซึ่งมีจำนวนห้องน้ำให้บริการน้อยกว่าพื้นที่ชั้นอื่นๆ จึงควรพิจารณาปรับปรุงห้องน้ำให้มีจำนวนมากขึ้น เพื่อรองรับการให้บริการให้เพียงพอ ควรจัดให้มีห้องน้ำแยกสำหรับพนักงานร้านค้าเพื่อเป็นสัดส่วน

ร้านค้าประเภทธานีคาร์และสถาบันการเงิน ศูนย์การค้าฯควรปรับปรุงด้านความสะดวกสบายในการเข้าและออกพื้นที่ เนื่องจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการต้องการความเร่งด่วน ใช้เวลาในการทำธุรกรรมทางการเงินไม่นานมาก จึงควรจัดพื้นที่ให้ลูกค้าสามารถใช้บริการธานีคาร์และสถาบันการเงินได้รวดเร็วสะดวกสบายมากขึ้น

ร้านค้าประเภทอาหาร และร้านค้าเสื้อผ้าแบรนด์เนม

พบว่าปัจจัยด้านกายภาพ การจัดพื้นที่นั่งพักหรือจุดนัดพบที่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า ดังนั้น ศูนย์การค้าจึงควรพิจารณาปรับปรุงการจัดจำหน่ายให้จุดนั่งพักเพื่อให้ลูกค้าสามารถพักผ่อน หรือรอรับบริการในร้านค้า ควรจัดให้มีพื้นที่พักผ่อนเป็นจุดนัดพบของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายมากขึ้น

ร้านค้าลักษณะธุรกิจห้างหุ้นส่วนจำกัด และเจ้าของคนเดียว

พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด การให้ส่วนลดเมื่อประสบปัญหาทางธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า ดังนั้น ศูนย์การค้าจึงควรพิจารณาหลักเกณฑ์ในการให้ส่วนลดร้านค้าประเภทนี้เมื่อประสบภาวะปัญหา ควรเข้าไปมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการตลาดด้านต่างๆ แนะนำทางด้านธุรกิจให้สามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่น เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นร้านค้าในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ที่อาจขาดประสบการณ์ด้านการทำการตลาด หรือขาดการสนับสนุนที่ดีพอ

ปัจจัยที่ร้านค้าลักษณะห้างหุ้นส่วนจำกัด มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าด้านอื่นๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ การรักษาความปลอดภัย ความเพียงพอของห้องน้ำ ปัจจัยด้านกายภาพ การตกแต่งพื้นที่ ศูนย์การค้า ปัจจัยด้านกระบวนการ การรับแจ้งซ่อมที่รวดเร็ว ดังนั้น ทางศูนย์การค้าจึงควรปรับปรุงด้านต่างๆ เพื่อตอบสนองปัจจัยดังกล่าว ควรมีกระบวนการให้บริการรักษาความปลอดภัยที่สร้างความมั่นใจให้กับผู้เช่าพื้นที่ และควรปรับปรุงกระบวนการรับแจ้งซ่อมให้มีความรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากขึ้น