

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้เช่าพื้นที่ของ อาคารพันธุ์ทิพย์ พลาซ่า เชียงใหม่ ได้แบ่งผลการศึกษาออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ ประเภทกิจการ พื้นที่ตั้งของร้าน ขนาดของพื้นที่เช่าของร้าน ราคาเช่าต่อตารางเมตร ระยะเวลาในการทำสัญญาเช่าพื้นที่ ราคาเช่าที่ต้องจ่ายเป็นรายเดือน ประเภทการประกอบกิจการ การทราบข้อมูลการให้เช่าพื้นที่ จำนวนพนักงานในร้าน การจ่ายชำระค่าเช่าล่วงหน้า (ตารางที่ 3-17)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าหลังการเช่าพื้นที่อาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการบริการ (ตารางที่ 18-25)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะของลูกค้าที่เช่าพื้นที่อาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ (ตารางที่ 26-32)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าหลังการเช่าพื้นที่อาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ จำแนกตามระยะเวลาการเปิดดำเนินการ ในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ ประเภทกิจการ และพื้นที่ตั้งของร้าน (ตารางที่ 33-56)

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	68	47.9
หญิง	74	52.1
รวม	142	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากที่สุดร้อยละ 52.1 และเป็นเพศชายร้อยละ 47.9

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
21-30 ปี	80	56.3
31-40 ปี	42	29.6
41-50 ปี	16	11.3
51 ปีขึ้นไป	4	2.8
รวม	142	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 56.3 รองลงมาคืออายุ 31-40 ปี ร้อยละ 29.6 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 11.3 และอายุ 51 ปีขึ้นไป ร้อยละ 2.8

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	43	30.3
ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	93	65.5
สูงกว่าปริญญาตรี	4	2.8
อื่นๆ	2	1.4
<b>รวม</b>	<b>142</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ มัธยมศึกษาปีที่ 3 (1 คน) ปวช. (1 คน)

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือเทียบเท่า ร้อยละ 65.5 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 30.3 สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 2.8 และ อื่นๆ ร้อยละ 1.4

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งที่มีส่วนในการตัดสินใจเช่าพื้นที่

ตำแหน่งที่มีส่วนในการตัดสินใจเช่าพื้นที่	จำนวน	ร้อยละ
ผู้จัดการทั่วไป	57	40.1
เจ้าของกิจการ	68	47.9
กรรมการผู้จัดการ	17	12.0
รวม	142	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตำแหน่งผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจเช่าพื้นที่ คือ เจ้าของกิจการ ร้อยละ 47.9 รองลงมาคือ ผู้จัดการทั่วไป ร้อยละ 40.1 กรรมการผู้จัดการ ร้อยละ 12.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาการเปิดดำเนินการ ในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่

ระยะเวลาการเปิดดำเนินการ ในอาคาร พันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	17	12.0
1-2 ปี	37	26.0
2-3 ปี	25	17.6
มากกว่า 3 ปี	63	44.4
<b>รวม</b>	<b>142</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการ ในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ คือ มากกว่า 3 ปี ร้อยละ 44.4 รองลงมาคือ 1-2 ปี ร้อยละ 26.0 2.3 ปี ร้อยละ 17.6 และน้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 12.0

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทกิจการหรือธุรกิจ

ประเภทกิจการหรือธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของคนเดียว	68	47.9
ห้างหุ้นส่วน จำกัด	22	15.5
บริษัทจำกัด	52	36.6
<b>รวม</b>	<b>142</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประเภทกิจการหรือธุรกิจ คือเจ้าของคนเดียว ร้อยละ 47.9 รองลงมาคือบริษัทจำกัด ร้อยละ 36.6 และ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ร้อยละ 15.5

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพื้นที่ตั้งของร้าน

พื้นที่ตั้งของร้าน	จำนวน	ร้อยละ
ชั้นที่ 1	52	36.6
ชั้นที่ 2	33	23.2
ชั้นที่ 3	11	7.8
ชั้นที่ 4	46	32.4
รวม	142	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่พื้นที่ตั้งของร้าน คือ ชั้นที่ 1 ร้อยละ 36.6 รองลงมาคือ ชั้นที่ 4 ร้อยละ 32.4 ชั้นที่ 2 ร้อยละ 23.2 และชั้นที่ 3 ร้อยละ 7.8

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดของพื้นที่เช่าของร้าน

ขนาดของพื้นที่เช่าของร้าน	จำนวน	ร้อยละ
9 ตารางเมตร	20	14.1
24 ตารางเมตร	51	35.9
32 ตารางเมตร	28	19.7
64 ตารางเมตร	17	12.0
ตั้งแต่ 65 ตารางเมตรขึ้นไป	26	18.3
รวม	142	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ขนาดของพื้นที่เช่าของร้าน คือ 24 ตารางเมตร ร้อยละ 35.9 รองลงมาคือ 32 ตารางเมตร ร้อยละ 19.7 ตั้งแต่ 65 ตารางเมตรขึ้นไป ร้อยละ 18.3 9 ตารางเมตร ร้อยละ 14.1 และ 64 ตารางเมตร ร้อยละ 12.0

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาค่าเช่าต่อตารางเมตร

ราคาค่าเช่าต่อตารางเมตร	จำนวน	ร้อยละ
ตารางเมตรละ 120 บาท	11	7.7
ตารางเมตร 180 บาท	13	9.2
ตารางเมตรละ 250 บาท	49	34.5
ตารางเมตรละ 550 บาท	45	31.7
ตารางเมตรละ 800 บาท	24	16.9
<b>รวม</b>	<b>142</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ราคาค่าเช่าต่อตารางเมตร คือ ตารางเมตรละ 250 บาท ร้อยละ 34.5 รองลงมาคือ ตารางเมตรละ 550 บาท ร้อยละ 31.7 ตารางเมตรละ 800 บาท ร้อยละ 16.9 ตารางเมตร 180 บาท ร้อยละ 9.2 และตารางเมตรละ 120 บาท ร้อยละ 7.7

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการทำสัญญาเช่าพื้นที่

ระยะเวลาในการทำสัญญาเช่าพื้นที่	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	16	11.3
มากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 2 ปี	57	40.1
มากกว่า 2 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปี	28	19.7
มากกว่า 3 ปีแต่ไม่เกิน 4 ปี	18	12.7
มากกว่า 4 ปีขึ้นไป	23	16.2
<b>รวม</b>	<b>142</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระยะเวลาในการทำสัญญาเช่าพื้นที่ คือ มากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 2 ปี ร้อยละ 40.1 รองลงมาคือ มากกว่า 2 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปี ร้อยละ 19.7 มากกว่า 4 ปีขึ้นไป ร้อยละ 16.2 มากกว่า 3 ปีแต่ไม่เกิน 4 ปี ร้อยละ 12.7 และ น้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 11.3

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาค่าเช่าที่ต้องจ่าย เป็นรายเดือน (ไม่รวมค่าไฟฟ้าและค่าน้ำประปา)

ราคาค่าเช่าที่ต้องจ่ายเป็นรายเดือน (ไม่รวมค่าไฟฟ้าและค่าน้ำประปา)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	48	33.8
อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท	49	34.5
อยู่ในช่วง 20,001-30,000 บาท	17	12.0
อยู่ในช่วง 30,001-50,000 บาท	14	9.9
มากกว่า 50,000 บาท	14	9.9
<b>รวม</b>	<b>142</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ราคาค่าเช่าที่ต้องจ่ายเป็นรายเดือน (ไม่รวมค่าไฟฟ้าและค่าน้ำประปา) อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 34.5 รองลงมาคือต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ร้อยละ 33.8 อยู่ในช่วง 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 12.0 และอยู่ในช่วง 30,001-50,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท เท่ากัน ร้อยละ 9.9



ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของการประกอบกิจการ

ประเภทของการประกอบกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
อุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์	41	28.9
คอมพิวเตอร์โน้ตบุค	34	23.9
คอมพิวเตอร์ประกอบตามสั่ง	32	22.5
ร้านจำหน่ายซีดี และ DVD	30	21.1
ร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ทั่วไป	24	16.9
อะไหล่และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์มือสอง	21	14.8
อื่นๆ	21	14.8
ศูนย์บริการตัวแทนซ่อมแซมอุปกรณ์เครื่องใช้คอมพิวเตอร์	20	14.1
ร้านจำหน่ายโน้ตบุคมือสอง	16	11.3
คอมพิวเตอร์แบเรด	12	8.5
ออฟฟิศสำนักงาน	12	8.5
ร้านจำหน่ายกล้องถ่ายรูป	12	8.5
ร้านอาหาร	11	7.7
คลินิกเสริมความงาม	4	2.8

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 142 ราย

อื่นๆ ได้แก่ นำเข้าอุปกรณ์ Network และเป็นศูนย์ Service (1 ราย) ขายและบริการด้านสายตา (1 ราย) Printer และอุปกรณ์ (3 ราย) จำหน่าย, ซ่อม Printer เดิมหมึก (4 ราย) ตัดต่อ VDO (1 ราย) จำหน่ายหมึก (2 ราย) MP3 + MP4 + Flash drive (1 ราย) โทรศัพท์มือถือ (1 ราย) จำหน่าย CD+CD ROM ภาษา (1 ราย) ร้านทำผม (1 ราย) โทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์เสริม (1 ราย) Finger scan, Home security (1 ราย) ร้านหนังสือ (1 ราย) จำหน่ายแบตเตอรี่ และอะไหล่เตอรื สำหรับโน้ตบุค (1 ราย) จำหน่ายโปรแกรมสำเร็จรูป (1 ราย)

All rights reserved

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประเภทของการประกอบกิจการ คือ อุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 28.9 รองลงมาคือ คอมพิวเตอร์โน้ตบุค ร้อยละ 23.9 คอมพิวเตอร์ประกอบตามสั่ง ร้อยละ 22.5 ร้านจำหน่ายซีดี และ DVD ร้อยละ 21.1 ร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ทั่วไป ร้อยละ 16.9 อะไหล่และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์มือสอง และอื่นๆ ร้อยละ ร้อยละ 14.8 ศูนย์บริการตัวแทนซ่อมแซมอุปกรณ์เครื่องใช้คอมพิวเตอร์ ร้อยละ 14.1 ร้านจำหน่ายโน้ตบุคมือสอง ร้อยละ 11.3 และออฟฟิศสำนักงาน และร้านจำหน่ายกล้องถ่ายรูป ร้อยละ 8.5 ร้านอาหารและร้านจำหน่ายอุปกรณ์กล้องวงจรปิด ร้อยละ 7.7 และ คลินิกเสริมความงาม ร้อยละ 2.8



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการทราบข้อมูลการให้  
เช่าพื้นที่

การทราบข้อมูลการให้เช่าพื้นที่	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อนผู้เช่า	39	27.5
วารสาร พันธุ์ทิพย์	38	26.8
ป้ายโฆษณา	37	26.1
เว็บไซต์ พันธุ์ทิพย์พลาซ่า	30	21.1
อินเทอร์เน็ต	24	16.9
นักธุรกิจ	23	16.2
อื่นๆ	21	14.8
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	17	12.0
วิทยุท้องถิ่น	15	10.6
ใบปลิว	4	2.8
จดหมาย	2	1.4

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 142 ราย

อื่นๆ ได้แก่ เปิดหลายสาขาในพันธุ์ทิพย์ (7 ราย) เจ้าหน้าที่พันธุ์ทิพย์ กทม. แจงให้ทราบ (7 ราย) ซื่อต่อ  
ผู้เช่าคนเก่า (3 ราย) สัรวจเอง (4 ราย)

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่การทราบข้อมูลการให้เช่าพื้นที่  
คือ เพื่อนผู้เช่า ร้อยละ 27.5 รองลงมาคือ วารสาร พันธุ์ทิพย์ ร้อยละ 26.8 ป้ายโฆษณา ร้อยละ 26.1  
เว็บไซต์ พันธุ์ทิพย์พลาซ่า ร้อยละ 21.1 อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 16.9 นักธุรกิจ ร้อยละ 16.2  
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ร้อยละ 12.0 วิทยุท้องถิ่น ร้อยละ 10.6 ใบปลิว ร้อยละ 2.8 จดหมาย ร้อยละ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนพนักงานในร้านมีจำนวน

จำนวนพนักงานในร้านมีจำนวน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 คน	89	62.7
5-10 คน	33	23.2
11-15 คน	13	9.2
16-20 คน	3	2.1
มากกว่า 21 คน	4	2.8
<b>รวม</b>	<b>142</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำนวนพนักงานในร้านมีจำนวนคือน้อยกว่า 5 คน ร้อยละ 62.7 รองลงมาคือ 5-10 คน ร้อยละ 23.2 11-15 คน ร้อยละ 9.2 มากกว่า 21 คน ร้อยละ 2.8 และ 16-20 คน ร้อยละ 2.1

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการจ่ายชำระค่าเช่าล่วงหน้า

การจ่ายชำระค่าเช่าล่วงหน้า	จำนวน	ร้อยละ
ชำระล่วงหน้า 1 เดือน	34	33.3
ชำระล่วงหน้า 2 เดือน	34	33.3
ชำระล่วงหน้า 3 เดือน	32	31.4
ชำระล่วงหน้า 4 เดือน	2	2.0
<b>รวม</b>	<b>102</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ: ไม่ชำระค่าเช่าล่วงหน้า จำนวน 40 ราย จากจำนวน 142 ราย

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่การจ่ายชำระค่าเช่าล่วงหน้าคือไม่ต้องจ่าย ร้อยละ 28.2 รองลงมาคือชำระล่วงหน้า 1 เดือน และชำระล่วงหน้า 2 เดือน ร้อยละ ร้อยละ 23.9 ชำระล่วงหน้า 3 เดือน ร้อยละ 22.5 และ ชำระล่วงหน้า 4 เดือน ร้อยละ 1.4

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าหลังการเข้าพื้นที่อาคารพันธูทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ศูนย์ฯ มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ	8 (5.6)	40 (28.2)	85 (59.9)	9 (6.3)	0 (0.0)	3.33 (ปานกลาง)	1
ศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก	6 (4.2)	43 (30.3)	78 (54.9)	15 (10.6)	0 (0.0)	3.28 (ปานกลาง)	2
ศูนย์ฯ ให้สิทธิร้านค้าในการตกแต่งหน้าร้านได้ตามต้องการ	3 (2.1)	40 (28.2)	70 (49.3)	29 (20.4)	0 (0.0)	3.12 (ปานกลาง)	3
การออกแบบรูปแบบของอาคารทันสมัย	2 (1.4)	27 (19.0)	98 (69.0)	11 (7.7)	4 (2.8)	3.08 (ปานกลาง)	4
การจัดรูปแบบพื้นที่ภายในศูนย์ฯ	3 (2.1)	18 (12.7)	107 (75.4)	14 (9.9)	0 (0.0)	3.07 (ปานกลาง)	5
พื้นที่เช่ามีหลายขนาดให้เลือก	3 (2.1)	27 (19.0)	89 (62.7)	23 (16.2)	0 (0.0)	3.07 (ปานกลาง)	5
มีร้านค้าหลายประเภท ไม่ได้มีร้านคอมพิวเตอร์อย่างเดียว	4 (2.8)	24 (16.9)	89 (62.7)	25 (17.6)	0 (0.0)	3.05 (ปานกลาง)	6
ภายในศูนย์ฯมีบริการร้านอาหาร	3 (2.1)	27 (19.0)	82 (57.7)	30 (21.1)	0 (0.0)	3.02 (ปานกลาง)	7
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.13 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 18 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางเรียงลำดับคือ ศูนย์ฯ มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.33) รองลงมาคือศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.28) ศูนย์ฯ ให้สิทธิร้านค้าในการตกแต่งหน้าร้านได้ตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.12) พื้นที่เช่ามีหลายขนาดให้เลือก และการจัดรูปแบบพื้นที่ภายในศูนย์ฯ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.07) มีร้านค้าหลายประเภท ไม่ได้มีร้านคอมพิวเตอร์อย่างเดียว (ค่าเฉลี่ย 3.05) การออกแบบรูปแบบของอาคารทันสมัย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.04) ภายในศูนย์ฯ มีบริการร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.02)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol). The entire emblem is enclosed within a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are decorative floral motifs on the left and right sides of the circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาค่าเช่าเมื่อเทียบกับศูนย์ฯ อื่น	4 (2.8)	26 (18.3)	96 (67.6)	16 (11.3)	0 (0.0)	3.13 (ปานกลาง)	1
ราคาค่าไฟฟ้า	4 (2.8)	25 (17.6)	98 (69.0)	15 (10.6)	0 (0.0)	3.13 (ปานกลาง)	1
มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ	3 (2.1)	26 (18.3)	94 (66.2)	18 (12.7)	1 (0.7)	3.08 (ปานกลาง)	2
ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อตาราง เมตร	3 (2.1)	18 (12.7)	108 (76.1)	13 (9.2)	0 (0.0)	3.08 (ปานกลาง)	2
ราคาค่าน้ำประปา	1 (0.7)	21 (14.8)	109 (74.8)	10 (7.0)	1 (0.7)	3.08 (ปานกลาง)	2
ราคาพื้นที่ห้องตามทำเลที่ตั้ง	1 (0.7)	24 (16.9)	97 (68.3)	20 (14.1)	0 (0.0)	3.04 (ปานกลาง)	3
ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อห้อง	1 (0.7)	22 (15.5)	98 (69.0)	21 (14.8)	0 (0.0)	3.02 (ปานกลาง)	4
ค่าประกันความเสียหายจากการ ตกแต่งห้องเช่า	0 (0.0)	18 (12.7)	109 (76.8)	15 (10.6)	0 (0.0)	3.02 (ปานกลาง)	4
มีการจ่ายค่าประกันการเช่า ล่วงหน้า	0 (0.0)	16 (11.3)	110 (77.5)	15 (10.6)	1 (0.7)	2.99 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.06 (ปานกลาง)	



จากตารางที่ 19 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวม ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.06) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ ราคาค่าเช่าเมื่อเทียบกับศูนย์อื่น และราคาค่าไฟฟ้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.13) รองลงมา คือ มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร และราคาค่าน้ำประปา (ค่าเฉลี่ย 3.08) ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อห้อง (ค่าเฉลี่ย 3.04) ราคาพื้นที่ห้องตามทำเลที่ตั้ง และค่าประกันความเสียหายจากการตกแต่งห้องเช่า (ค่าเฉลี่ย 3.02) และมีการจ่ายค่าประกันการเช่า ล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 2.99)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved



ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า	3 (2.1)	51 (35.9)	81 (57.0)	7 (4.9)	0 (0.0)	3.35 (ปานกลาง)	1
อยู่ในย่านชุมชน	1 (0.7)	58 (40.8)	72 (50.7)	11 (7.7)	0 (0.0)	3.35 (ปานกลาง)	1
อยู่ในพื้นที่ใกล้สถานศึกษาเช่น โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย โรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย	2 (1.3)	45 (31.7)	83 (58.5)	12 (8.5)	0 (0.0)	3.26 (ปานกลาง)	2
การคมนาคมสะดวก	5 (3.5)	31 (21.8)	87 (61.3)	18 (12.7)	1 (0.7)	3.15 (ปานกลาง)	3
ช่วงเวลาเปิด - ปิดศูนย์ฯ ในแต่ละวัน	1 (0.7)	25 (17.6)	108 (76.1)	8 (5.6)	0 (0.0)	3.13 (ปานกลาง)	4
มีสถานบันการเงินเข้าพื้นที่ในศูนย์ฯ	3 (2.1)	30 (21.1)	79 (55.6)	30 (21.1)	0 (0.0)	3.04 (ปานกลาง)	5
มีศูนย์บริการของสินค้าต่างๆ ภายในศูนย์ฯเช่นอออนควิก แคช ฯ	0 (0.0)	28 (19.7)	85 (59.9)	29 (20.4)	0 (0.0)	2.99 (ปานกลาง)	6
การจัดผังร้านค้าสะดวก ง่ายแก่ การค้นหา	2 (1.4)	17 (12.0)	100 (70.4)	23 (16.2)	0 (0.0)	2.99 (ปานกลาง)	6
มีพื้นที่จอดรถเพียงพอต่อลูกค้าผู้ มาใช้บริการ	3 (2.1)	19 (13.4)	85 (59.9)	35 (24.6)	0 (0.0)	2.93 (ปานกลาง)	7
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.13 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 20 พบว่าปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางเรียงลำดับคือ อยู่ในย่านชุมชน และอยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.35) รองลงมาคือ อยู่ในพื้นที่ใกล้สถานศึกษาเช่น โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย โรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย (ค่าเฉลี่ย 3.26) การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.15) ช่วงเวลาเปิด-ปิดศูนย์ฯ ในแต่ละวัน (ค่าเฉลี่ย 3.13) มีสถาบันการเงินเช่าพื้นที่ในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.04) การจัดผังร้านค้าสะดวก ง่ายแก่การค้นหา และศูนย์บริการของสินค้าต่างๆภายในศูนย์ฯเช่น อีออนควิกแคช ฯ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.99) มีพื้นที่จอดรถเพียงพอต่อลูกค้าผู้มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.93)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมการ ขายตามเทศกาลต่างๆเช่นวัน ตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่	4 (2.8)	33 (23.2)	78 (54.9)	25 (17.6)	2 (1.4)	3.08 (ปานกลาง)	1
การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ประจำ ศูนย์ได้แก่วารสารแจกฟรีทั่ว ประเทศ	0 (0.0)	26 (18.3)	84 (59.2)	32 (22.5)	0 (0.0)	2.96 (ปานกลาง)	2
พื้นที่เช่าขนาดใหญ่กว่า 100 ตารางเมตรมีส่วนลดค่าเช่า	1 (0.7)	20 (14.1)	88 (62.0)	32 (22.5)	1 (0.7)	2.92 (ปานกลาง)	3
การคิดป้ายโฆษณาศูนย์ขนาด ใหญ่ตามสถานที่ต่างๆ	2 (1.4)	20 (14.1)	84 (59.2)	36 (25.4)	0 (0.0)	2.92 (ปานกลาง)	3
ทางศูนย์มีการจัดกิจกรรม ส่งเสริมการขายร่วมกับผู้เช่า ตลอดทุกเดือน	3 (2.1)	22 (15.5)	73 (51.4)	44 (31.0)	0 (0.0)	2.89 (ปานกลาง)	4
โฆษณาผ่านสื่อ วิทยุกระจายเสียงในพื้นที่และ จังหวัดใกล้เคียง	1 (0.7)	18 (12.7)	85 (59.9)	38 (26.8)	0 (0.0)	2.87 (ปานกลาง)	5
การโฆษณาศูนย์ผ่านสื่อ สิ่งพิมพ์ท้องถิ่นต่างๆเช่นแจก ใบปลิว	1 (0.7)	14 (9.9)	89 (62.7)	38 (26.8)	0 (0.0)	2.85 (ปานกลาง)	6
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						2.93 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 21 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.93) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางเรียงลำดับคือทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆเช่นวันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.08) รองลงมาคือ การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ประจำศูนย์ฯ ได้แก่วารสารแจกฟรีทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 2.96) การติดป้ายโฆษณาศูนย์ฯ ขนาดใหญ่ตามสถานที่ต่าง และพื้นที่เช่าขนาดใหญ่กว่า 100 ตารางเมตรมีส่วนลดค่าเช่า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.92) ทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับผู้เช่าตลอดทุกเดือน (ค่าเฉลี่ย 2.89) โฆษณาผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงในพื้นที่และจังหวัดใกล้เคียง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.87) และการ โฆษณาศูนย์ฯผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นต่างๆเช่นแจกไบปลิว (ค่าเฉลี่ย 2.85)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์	5 (3.5)	35 (24.6)	85 (59.9)	17 (12.0)	0 (0.0)	3.20 (ปานกลาง)	1
บุคลากรของศูนย์ฯมีจำนวนเพียงพอที่คอยให้บริการในแต่ละด้าน	1 (0.7)	30 (21.1)	90 (63.4)	21 (14.8)	0 (0.0)	3.08 (ปานกลาง)	2
บุคลากรของศูนย์ฯมีมนุษยสัมพันธ์ อธิษาศัยดี	4 (2.8)	34 (23.9)	82 (57.7)	22 (15.5)	0 (0.0)	3.14 (ปานกลาง)	3
บุคลากรของศูนย์ฯมีความรู้ความสามารถแก้ไขปัญหาในแต่ละด้านรวดเร็ว ได้ถูกต้อง	2 (1.4)	35 (24.6)	82 (57.7)	22 (15.5)	1 (0.7)	3.11 (ปานกลาง)	4
บุคลากรสามารถให้คำอธิบายและคำแนะนำแก่ผู้เข้าได้อย่างชัดเจน	2 (1.4)	23 (16.2)	98 (69.0)	19 (13.4)	0 (0.0)	3.06 (ปานกลาง)	5
บุคลากรของศูนย์ฯให้บริการเสมอภาคเท่าเทียมกัน	2 (1.4)	27 (19.0)	94 (66.2)	19 (13.4)	0 (0.0)	3.08 (ปานกลาง)	6
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.11 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 22 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางเรียงลำดับคือบุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.20) รองลงมาคือ บุคลากรของศูนย์ฯมีจำนวนเพียงพอที่คอยให้บริการในแต่ละด้าน และบุคลากรของศูนย์ฯให้บริการเสมอภาคเท่าเทียมกัน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.08)บุคลากรของศูนย์ฯมีมนุษยสัมพันธ์ อธิษาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 3.14) บุคลากรของศูนย์ฯมีความรู้ความสามารถแก้ไขปัญหาในแต่ละด้านรวดเร็ว ได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.11) บุคลากรสามารถให้คำอธิบายและคำแนะนำแก่ผู้เข้าได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.06)

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีห้องน้ำสะอาด เพียงพอ	15 (10.6)	33 (23.2)	80 (55.3)	14 (9.9)	0 (0.0)	3.35 (ปานกลาง)	1
ศูนย์ฯ มีระบบปรับอากาศใน พื้นที่ส่วนกลาง	8 (5.6)	37 (26.1)	79 (55.6)	18 (12.7)	0 (0.0)	3.25 (ปานกลาง)	2
ความสะอาดของศูนย์ฯ และ บริเวณโดยรอบ	5 (3.5)	37 (26.1)	90 (63.4)	9 (6.3)	1 (0.7)	3.25 (ปานกลาง)	2
ศูนย์ฯ มีระบบรักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชั่วโมง	10 (7.0)	36 (25.4)	72 (50.7)	24 (16.9)	0 (0.0)	3.23 (ปานกลาง)	3
ชื่อเสียงของศูนย์ฯเป็นที่รู้จักของ บุคคลทั่วไป	5 (3.5)	36 (25.4)	87 (61.3)	14 (9.9)	0 (0.0)	3.23 (ปานกลาง)	3
มีการติดตั้งตู้ ATM บริเวณใน ศูนย์ฯ	5 (3.5)	44 (31.0)	66 (46.5)	27 (19.0)	0 (0.0)	3.19 (ปานกลาง)	4
ในศูนย์ฯมีตัวแทนจำหน่ายสินค้า ที่มีชื่อเสียง	2 (1.4)	39 (27.5)	85 (59.9)	16 (11.3)	0 (0.0)	3.19 (ปานกลาง)	4
มีเทคโนโลยีใหม่ๆไว้รองรับการ บริการ เช่น อินเทอร์เน็ตไร้สาย	3 (2.1)	37 (26.1)	80 (56.3)	22 (15.5)	0 (0.0)	3.15 (ปานกลาง)	5
มีป้ายแสดงที่ตั้งของร้านค้า ชัดเจน	5 (3.5)	32 (22.5)	85 (59.9)	20 (14.1)	0 (0.0)	3.15 (ปานกลาง)	5
ป้ายชื่อศูนย์ฯมีขนาดใหญ่ เห็น ได้ชัดเจนในระยะไกล	2 (1.4)	31 (21.8)	92 (64.8)	17 (12.0)	0 (0.0)	3.13 (ปานกลาง)	6
ภายในศูนย์ฯ มีบรรยากาศดี การ ตกแต่งทันสมัย	4 (2.8)	21 (14.8)	99 (69.7)	18 (12.7)	0 (0.0)	3.08 (ปานกลาง)	7
ศูนย์ฯ มีการจัดพื้นที่สำหรับ ลูกค้ามาซื้อสินค้าพักผ่อน เพียงพอ	5 (3.5)	24 (16.9)	83 (58.5)	29 (20.4)	1 (0.7)	3.02 (ปานกลาง)	8
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)</b>						<b>3.18 (ปานกลาง)</b>	

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.18) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางเรียงลำดับคือ มีห้องน้ำสะอาด เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.35) รองลงมาคือ ศูนย์ฯ มีระบบปรับอากาศในพื้นที่ส่วนกลาง ความสะอาดของศูนย์ฯ และบริเวณโดยรอบ (ค่าเฉลี่ย 3.25) ศูนย์ฯ มีระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง ชื่อเสียงของศูนย์ฯเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.23) ในศูนย์ฯมีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง และมีการติดตั้งตู้ ATM บริเวณในศูนย์ฯ ในศูนย์ฯมีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง (ค่าเฉลี่ย 3.19) มีเทคโนโลยีใหม่ๆไว้รองรับการบริการ เช่น อินเทอร์เน็ตไร้สาย และ มีป้ายแสดงที่ตั้งของร้านค้าชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.15) ป้ายชื่อศูนย์ฯมีขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจนในระยะไกล (ค่าเฉลี่ย 3.13) ภายในศูนย์ฯ มีบรรยากาศดี การตกแต่งทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.08) และศูนย์ฯ มีการจัดพื้นที่สำหรับลูกค้ามาซื้อสินค้าพักผ่อนเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.02)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการกระบวนการบริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ระบบการแจ้งวงบิลและกำหนดวันชำระชัดเจน	6 (4.2)	33 (23.2)	93 (65.5)	10 (7.0)	0 (0.0)	3.25 (ปานกลาง)	1
มีความรวดเร็วถูกต้องในการคิดเงิน	4 (2.8)	35 (24.6)	88 (62.0)	15 (10.0)	0 (0.0)	3.20 (ปานกลาง)	2
การติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่สะดวก	4 (2.8)	28 (19.7)	97 (68.3)	13 (9.2)	0 (0.0)	3.16 (ปานกลาง)	3
กระบวนการรับแจ้งปัญหาของผู้เช่าที่รวดเร็ว	1 (0.7)	32 (22.5)	92 (64.8)	17 (12.0)	0 (0.0)	3.12 (ปานกลาง)	4
ขั้นตอนการให้บริการด้านต่างๆแก่ผู้เช่ารวดเร็ว	1 (0.7)	26 (18.3)	98 (69.0)	17 (12.0)	0 (0.0)	3.08 (ปานกลาง)	5
ขั้นตอนการทำสัญญาเช่าที่สะดวกไม่ยุ่งยาก	1 (0.7)	24 (16.9)	103 (72.5)	14 (9.9)	0 (0.0)	3.08 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.15 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 24 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.15) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางเรียงลำดับคือระบบการแจ้งวงบิลและกำหนดวันชำระชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.25) รองลงมาคือ มีความรวดเร็วถูกต้องในการคิดเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.20) การติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.16) กระบวนการรับแจ้งปัญหาของผู้เช่าที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.12) และ ขั้นตอนการทำสัญญาเช่าที่สะดวกไม่ยุ่งยาก ขั้นตอนการให้บริการด้านต่างๆแก่ผู้เช่ารวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.08)



ตารางที่ 25 สรุปค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับที่
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.18	ปานกลาง	1
ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	3.15	ปานกลาง	2
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	3.13	ปานกลาง	3
ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง	3.13	ปานกลาง	3
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.11	ปานกลาง	4
ปัจจัยด้านราคา	3.06	ปานกลาง	5
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.93	ปานกลาง	6

จากตารางที่ 25 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางเรียงลำดับค่าเฉลี่ยคือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะของลูกค้าที่เช่าพื้นที่อาคารพันธุมิพลาซ่า  
เชียงใหม่

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	จำนวน	ร้อยละ
มีร้านอาหารน้อยประเภท	65	45.8
บริการไม่ครบวงจร	35	24.6
พื้นที่เช่าไม่สามารถยืดหยุ่นตามความต้องการของผู้เช่า	29	20.4
การจัดโซนพื้นที่ของร้านค้าไม่เป็นสัดส่วน	25	17.6
ทำเลห้องที่เหลือให้เช่าไม่สามารถเลือกพื้นที่เช่าได้	22	15.5
ศูนย์ฯมีระบบสื่อสารให้เลือกน้อยเช่น TOT , TT&T , CAT	18	12.7
ศูนย์ฯมีพื้นที่แต่ละขนาดมีจำนวนจำกัด	14	9.9
การตกแต่งงานระบบในพื้นที่ร้านมีข้อกำหนดมาก	10	7.0
อื่นๆ	8	5.6

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 142 ราย

จากตารางที่ 26 พบว่าปัญหาด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา  
มากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ มีร้านอาหารน้อยประเภท ร้อยละ 45.8 รองลงมาคือ บริการไม่ครบวงจร  
ร้อยละ 24.6 และ พื้นที่เช่าไม่สามารถยืดหยุ่นตามความต้องการของผู้เช่า ร้อยละ 20.4

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
ราคาค่าเช่าต่อตารางเมตรสูงกว่าศูนย์อื่น	25	17.6
ค่าใช้จ่ายส่วนกลางสูง เช่นค่าดูแลรักษาความสะอาดส่วนกลาง	24	16.9
มีค่าดำเนินการในการบริการซ่อมแซมอุปกรณ์ในร้านสูง	8	5.6
ไม่คืนเงินค่าประกันการเช่าล่วงหน้า	7	4.9
อื่นๆ	0	0.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 142 ราย

จากตารางที่ 27 พบว่าปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาค่าเช่าต่อตารางเมตรสูงกว่าศูนย์อื่น ร้อยละ 17.6 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายส่วนกลางสูง เช่นค่าดูแลรักษาความสะอาดส่วนกลาง ร้อยละ 16.9 และมีค่าดำเนินการในการบริการซ่อมแซมอุปกรณ์ในร้านสูง ร้อยละ 5.6

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาทำเลที่ตั้ง

ปัญหาด้านทำเลที่ตั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ที่จอดรถสำหรับผู้เช่าไม่เพียงพอ และทางเข้าออกไม่สะดวก	62	43.7
ที่จอดรถลูกค้าที่มาใช้บริการมีน้อยทำให้ลูกค้าไปใช้บริการศูนย์อื่น	37	26.1
การจัดพื้นที่ไม่เป็นระเบียบ ทำให้ลูกค้าหาร้านค้ายาก	19	13.4
ขนาดของพื้นที่เช่าไม่ตรงกับความต้องการ	7	4.9
อื่นๆ	4	2.8

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 142 ราย

อื่นๆ ความปลอดภัยในการจอดรถน้อย (4คน)

จากตารางที่ 28 พบว่าปัญหาด้านทำเลที่ตั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ ที่จอดรถสำหรับผู้เช่าไม่เพียงพอ และทางเข้าออกไม่สะดวก ร้อยละ 43.7 รองลงมาคือ ที่จอดรถลูกค้าที่มาใช้บริการมีน้อยทำให้ลูกค้าไปใช้บริการศูนย์อื่น ร้อยละ 26.1 และ การจัดพื้นที่ไม่เป็นระเบียบ ทำให้ลูกค้าหาร้านค้ายาก ร้อยละ 13.4

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ลูกค้าได้รับข้อมูลข่าวสารของศูนย์ฯช้า เวลามีกิจกรรม	34	23.9
กิจกรรมส่งเสริมการขายของศูนย์ฯไม่น่าสนใจและไม่สามารถดึงดูดลูกค้าได้	33	23.2
การโฆษณาในการให้เช่าพื้นที่มีน้อยไม่ทั่วถึง	33	23.2
สื่อโฆษณาในสื่อต่างๆไม่ทั่วถึงลูกค้า ทำให้ลูกค้าไม่ได้รับข่าวสารต่างๆ	27	19.0
การโฆษณากิจกรรมของศูนย์ฯไม่น่าสนใจ และไม่เกี่ยวข้องกับ ไอที	24	16.9
การจัดมหรธรม ไอที ของศูนย์ฯ มีน้อยไม่น่าสนใจ	24	16.9
ไม่มีการประชาสัมพันธ์ศูนย์ฯและกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	16	11.3
อื่นๆ	0	0.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 142 ราย

จากตารางที่ 29 พบว่าปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 ลำดับแรกคือลูกค้าได้รับข้อมูลข่าวสารของศูนย์ฯช้า เวลามีกิจกรรม ร้อยละ 23.9 รองลงมาคือกิจกรรมส่งเสริมการขายของศูนย์ฯไม่น่าสนใจและไม่สามารถดึงดูดลูกค้าได้ และ การโฆษณาในการให้เช่าพื้นที่มีน้อยไม่ทั่วถึง ร้อยละ 23.2 และ สื่อโฆษณาในสื่อต่างๆไม่ทั่วถึงลูกค้า ทำให้ลูกค้าไม่ได้รับข่าวสารต่างๆ ร้อยละ 19.0

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านบุคลากร	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานขายไม่สามารถแก้ไขปัญหบางกรณีได้ และแก้ปัญหาซ้ำ	41	28.9
พนักงานขายไม่เอาใจใส่ ในการออกเยี่ยมพบปะผู้เช่า	31	21.8
พนักงานขายไม่มีความสามารถในการติดตามแก้ปัญหาให้ผู้เช่าได้อย่างรวดเร็ว	23	16.2
การตัดสินใจแก้ปัญหาของทางศูนย์ฯช้า	22	15.5
พนักงานขายไม่ออกไปติดต่อผู้เช่าพื้นที่ใหม่ ส่วนมากจะทราบจากผู้เช่าเดิมหรือคนรู้จัก	21	14.8
พนักงานขายไม่สามารถตอบข้อซักถามได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	16	11.3
พนักงานขายไม่มีความกระตือรือร้น ไม่มีความสุภาพ	12	8.5
บุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจในข้อกำหนดการเช่าของศูนย์ฯ	12	8.5
บุคลากรของศูนย์ฯขาดความรับผิดชอบ	4	2.8
อื่นๆ	0	-

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 142 ราย

จากตารางที่ 30 พบว่าปัญหาด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานขายไม่สามารถแก้ไขปัญหบางกรณีได้ และแก้ปัญหาซ้ำ ร้อยละ 28.9 รองลงมาคือ พนักงานขายไม่เอาใจใส่ ในการออกเยี่ยมพบปะผู้เช่า ร้อยละ 21.8 และ พนักงานขายไม่มีความสามารถในการติดตามแก้ปัญหาให้ผู้เช่าได้อย่างรวดเร็ว ร้อยละ 16.2

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ที่จอดรถไม่สะดวกสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ	59	41.5
มูมนั่งพักผ่อนในศูนย์มีเก้าอี้ไม่เพียงพอ	38	26.8
ไม่มีป้ายบอกทางเข้าออกที่ชัดเจนสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ	31	21.8
ระบบปรับอากาศสำหรับส่วนกลางเย็นไม่ทั่วถึง	17	12.0
การจัดพื้นที่บริเวณในศูนย์ไม่สวยงาม ไม่เป็นระเบียบ ขาดการดูแล	12	8.5
ทางศูนย์ขาดความยืดหยุ่นในการให้บริการทั่วไป	11	7.7
ป้ายแสดงที่ตั้งของร้านภายในศูนย์ (Directory) มีขนาดเล็ก และมีน้อยเกินไป	8	5.6
อื่นๆ	0	0.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 142 ราย

จากตารางที่ 31 พบว่าปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 ลำดับแรกคือที่จอดรถไม่สะดวกสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ ร้อยละ 41.5 รองลงมาคือ มูมนั่งพักผ่อนในศูนย์มีเก้าอี้ไม่เพียงพอ ร้อยละ 26.8 และ ไม่มีป้ายบอกทางเข้าออกที่ชัดเจนสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ ร้อยละ 21.8



ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการบริการ

ปัญหาด้านกระบวนการบริการ	จำนวน	ร้อยละ
ระบบการประสานงานของศูนย์ฯ ไม่ดี	16	11.3
ระบบสาธารณูปโภค เช่น ระบบน้ำระบบไฟฟ้า เสียบ่อยแก้ไขช้า	15	10.6
การบริการรักษาความปลอดภัยไม่เพียงพอและไม่ น่าเชื่อถือ	14	9.9
ไม่มีระบบการรับแจ้งปัญหาผู้เช่า	13	9.2
ขั้นตอนการให้บริการซ่อมแซมอุปกรณ์ผู้เช่ายุ่งยาก	8	5.6
อื่นๆ	2	1.4
ทางศูนย์ฯขาดความยืดหยุ่น	0	0.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 142 ราย

อื่นๆ ได้แก่ บริการแอร์ให้เย็นกว่านี้ (2 คน)

จากตารางที่ 32 พบว่าปัญหาด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา มากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ ระบบการประสานงานของศูนย์ฯ ไม่ดี ร้อยละ 11.3 รองลงมาคือ ระบบ สาธารณูปโภค เช่น ระบบน้ำระบบไฟฟ้า เสียบ่อยแก้ไขช้า ร้อยละ 10.6 และ การบริการรักษาความ ปลอดภัยไม่เพียงพอและไม่น่าเชื่อถือ ร้อยละ 9.9



ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าหลังการเข้าพื้นที่อาคารพันธูทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ จำแนกตามระยะเวลาการเปิดดำเนินการ ในอาคารพันธูทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ ประเภทกิจการ และพื้นที่ตั้งของร้าน

4.1 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าหลังการเข้าพื้นที่อาคารพันธูทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ จำแนกตามระยะเวลาการเปิดดำเนินการ ในอาคารพันธูทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ จำแนกตามระยะเวลาการเปิดดำเนินการ ในอาคารพันธูทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	ระยะเวลาการเปิดดำเนินการ ในอาคารพันธูทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่				
	น้อยกว่า 1 ปี	1-2 ปี	2-3 ปี	มากกว่า 3 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การจัดรูปแบบพื้นที่ภายในศูนย์ฯ	3.18 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
พื้นที่เช่ามีหลายขนาดให้เลือก	3.06 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
ศูนย์ฯ ให้สิทธิร้านค้าในการตกแต่งหน้าร้านได้ตามต้องการ	3.06 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
ศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก	3.35 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
ภายในศูนย์ฯ มีบริการร้านอาหาร	2.94 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
ศูนย์ฯ มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ที่ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ	3.29 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
มีร้านค้าหลายประเภท ไม่ได้มีร้านค้าคอมพิวเตอร์อย่างเดียว	3.00 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
การออกแบบรูปแบบของอาคารทันสมัย	3.24 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.14 (ปานกลาง)</b>	<b>3.24 (ปานกลาง)</b>	<b>3.09 (ปานกลาง)</b>	<b>3.08 (ปานกลาง)</b>	<b>3.13 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 33 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระยะเวลา การเปิดดำเนินกิจการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินกิจการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.35) รองลงมาคือ ศูนย์ฯ มีระบบเครือข่ายไฟฟ้า และโทรศัพท์ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.29) และการออกแบบรูปแบบของอาคารทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินกิจการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ 1-2 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ศูนย์ฯ มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.49) รองลงมาคือ ศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.41) และการจัดรูปแบบพื้นที่ภายในศูนย์ฯ พื้นที่เช่ามีหลายขนาดให้เลือก และภายในศูนย์ฯมีบริการร้านอาหาร เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินกิจการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ 2-3 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.20) รองลงมาคือศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.16) ศูนย์ฯ และ พื้นที่เช่ามีหลายขนาดให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินกิจการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ มากกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.20) รองลงมาคือศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.16) และพื้นที่เช่ามีหลายขนาดให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.12)

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา  
จำแนกตามระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธูทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่

ปัจจัยด้านราคา	ระยะเวลาการเปิดดำเนินการ ในอาคารพันธูทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่				
	น้อยกว่า 1 ปี	1-2 ปี	2-3 ปี	มากกว่า 3 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร	3.18 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อห้อง	3.18 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
มีการจ่ายค่าประกันการเช่าล่วงหน้า	3.12 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
ราคาพื้นที่ห้องตามทำเลที่ตั้ง	3.18 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
ราคาค่าเช่าเมื่อเทียบกับศูนย์อื่น	3.18 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ราคาค่าไฟฟ้า	3.35 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ราคาค่าน้ำประปา	3.24 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ	3.12 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
ค่าประกันความเสียหายจากการ ตกแต่งห้องเช่า	3.06 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.18 (ปานกลาง)</b>	<b>3.06 (ปานกลาง)</b>	<b>3.09 (ปานกลาง)</b>	<b>3.02 (ปานกลาง)</b>	<b>3.06 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 34 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระยะเวลาการเปิด  
ดำเนินการในอาคารพันธูทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคาร  
พันธูทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาค่า

ไฟฟ้า (ค่าเฉลี่ย 3.35) รองลงมาคือ ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร ราคาค่าน้ำประปา (ค่าเฉลี่ย 3.24) และราคาค่าเช่าคิดแบบต่อห้อง ราคาพื้นที่ห้องตามทำเลที่ตั้ง ราคาค่าเช่าเมื่อเทียบกับศูนย์ฯ อื่น เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพื้นที่พื้พลaza เชียงใหม่ 1-2 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาค่าเช่าเมื่อเทียบกับศูนย์ฯ อื่น ราคาค่าไฟฟ้า (ค่าเฉลี่ย 3.14) รองลงมาคือ ราคาพื้นที่ห้องตามทำเลที่ตั้ง ราคาค่าน้ำประปา มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.11) และค่าประกันความเสียหายจากการตกแต่งห้องเช่า (ค่าเฉลี่ย 3.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพื้นที่พื้พลaza เชียงใหม่ 2-3 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาค่าเช่าเมื่อเทียบกับศูนย์ฯ อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.20) รองลงมาคือ ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร (ค่าเฉลี่ย 3.16) และค่าประกันความเสียหายจากการตกแต่งห้องเช่า (ค่าเฉลี่ย 3.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพื้นที่พื้พลaza เชียงใหม่ มากกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร (ค่าเฉลี่ย 3.10) รองลงมาคือ ราคาค่าเช่าเมื่อเทียบกับศูนย์ฯ อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.08) และ ราคาค่าไฟฟ้า มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 3.06)

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งจำแนกตามระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธุมพิทยาลัย เชียงใหม่

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง	ระยะเวลาการเปิดดำเนินการ ในอาคารพันธุมพิทยาลัย เชียงใหม่				
	น้อยกว่า 1 ปี	1-2 ปี	2-3 ปี	มากกว่า 3 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การคมนาคมสะดวก	3.47 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า	3.53 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
อยู่ในพื้นที่ใกล้สถานศึกษาเช่น โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย โรงเรียน เรขินาเซลิวิทยาลัย	3.24 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
อยู่ในย่านชุมชน	3.41 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
มีสถานบันการเงินเช่าพื้นที่ในศูนย์ฯ	3.06 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
มีศูนย์บริการของสินค้าต่างๆภายใน ศูนย์ฯเช่น อีออน คิวิกแคช ฯ	3.18 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
มีพื้นที่จอดรถเพียงพอต่อลูกค้าผู้มา ใช้บริการ	3.00 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
การจัดผังร้านค้าสะดวก ง่ายแก่การ ค้นหา	3.24 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
ช่วงเวลาเปิด - ปิดศูนย์ฯ ในแต่ละวัน	3.29 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.27 (ปานกลาง)</b>	<b>3.19 (ปานกลาง)</b>	<b>3.14 (ปานกลาง)</b>	<b>3.06 (ปานกลาง)</b>	<b>3.13 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 35 พบว่าปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระยะเวลาการเปิดดำเนินกิจการในอาคารพันธูทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินกิจการในอาคารพันธูทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า (ค่าเฉลี่ย 3.53) รองลงมาคือ การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.47) และอยู่ในย่านชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินกิจการในอาคารพันธูทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ 1-2 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ อยู่ในย่านชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.59) รองลงมาคือ อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า (ค่าเฉลี่ย 3.46) และอยู่ในพื้นที่ใกล้สถานศึกษาเช่น โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย โรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินกิจการในอาคารพันธูทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ 2-3 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า (ค่าเฉลี่ย 3.32) รองลงมาคือ การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.24) และอยู่ในพื้นที่ใกล้สถานศึกษาเช่น โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย โรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย อยู่ในย่านชุมชน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินกิจการในอาคารพันธูทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ มากกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า และอยู่ในย่านชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.25) รองลงมาคืออยู่ในพื้นที่ใกล้สถานศึกษาเช่น โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย โรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย (ค่าเฉลี่ย 3.24) และช่วงเวลาเปิด - ปิดศูนย์ฯ ในแต่ละวัน (ค่าเฉลี่ย 3.05)



ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระยะเวลาการเปิดดำเนินกิจการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระยะเวลาการเปิดดำเนินกิจการ ในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่				
	น้อยกว่า 1 ปี	1-2 ปี	2-3 ปี	มากกว่า 3 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นต่างๆเช่นแจกใบปลิว	3.18 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)
พื้นที่เช่าขนาดใหญ่กว่า 100 ตารางเมตรมีส่วนลดค่าเช่า	3.06 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
ทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับผู้เช่าตลอดทุก เดือน	2.82 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)
การติดป้ายโฆษณาศูนย์ขนาดใหญ่ตามสถานที่ต่างๆ	3.12 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ประจำศูนย์ได้แก่วารสารแจกฟรีทั่วประเทศ	3.12 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
โฆษณาผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงในพื้นที่และจังหวัดใกล้เคียง	3.00 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
ทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆเช่นวันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่	3.00 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.04 (ปานกลาง)</b>	<b>2.90 (ปานกลาง)</b>	<b>2.89 (ปานกลาง)</b>	<b>2.93 (ปานกลาง)</b>	<b>2.93 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 36 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุก ระยะเวลาการเปิดดำเนินกิจการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ มีความพึงพอใจ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินกิจการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นต่างๆเช่นแจกใบปลิว (ค่าเฉลี่ย 3.18) รองลงมาคือ การติดป้ายโฆษณาศูนย์ขนาดใหญ่ตามสถานที่ต่างๆ การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ประจำศูนย์ได้แก่วารสารแจก

ฟรีทั่วประเทศ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.12) รองลงมาคือ พื้นที่เช่าขนาดใหญ่กว่า 100 ตารางเมตรมีส่วนลดค่าเช่า (ค่าเฉลี่ย 3.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพื้นที่อพาร์ทเมนท์เช่าเชียงใหม่ 1-2 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆเช่นวันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.05) รองลงมาคือ การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ประจำศูนย์ได้แก่วารสารแจกฟรีทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.03) และการติดป้ายโฆษณาศูนย์ขนาดใหญ่ตามสถานที่ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพื้นที่อพาร์ทเมนท์เช่าเชียงใหม่ 2-3 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆเช่นวันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.04) รองลงมาคือ พื้นที่เช่าขนาดใหญ่กว่า 100 ตารางเมตรมีส่วนลดค่าเช่า (ค่าเฉลี่ย 2.96) และ ทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับผู้เช่าตลอดทุก เดือน และการติดป้ายโฆษณาศูนย์ขนาดใหญ่ตามสถานที่ต่างๆ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพื้นที่อพาร์ทเมนท์เช่าเชียงใหม่ มากกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆเช่นวันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.14) รองลงมาคือ ทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับผู้เช่าตลอดทุก เดือน (ค่าเฉลี่ย 2.97) และพื้นที่เช่าขนาดใหญ่กว่า 100 ตารางเมตรมีส่วนลดค่าเช่า (ค่าเฉลี่ย 2.95)



ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากรจำแนกตามระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธุมิพัทธ์พลาซ่าเชียงใหม่

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระยะเวลาการเปิดดำเนินการ ในอาคารพันธุมิพัทธ์พลาซ่า เชียงใหม่				
	น้อยกว่า 1 ปี	1-2 ปี	2-3 ปี	มากกว่า 3 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บุคลากรของศูนย์ฯมีจำนวนเพียงพอที่คอยให้บริการในแต่ละด้าน	3.18 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
บุคลากรของศูนย์ฯมีมนุษยสัมพันธ์ดี อธิษาศัยดี	3.24 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
บุคลากรของศูนย์ฯให้บริการเสมอภาคเท่าเทียมกัน	3.29 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
บุคลากรของศูนย์ฯมีความรู้ความสามารถแก้ไขปัญหาในแต่ละด้านรวดเร็ว ได้ถูกต้อง	3.12 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
บุคลากรสามารถให้คำอธิบายและคำแนะนำแก่ผู้เข้าได้อย่างชัดเจน	3.06 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์	3.24 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.19 (ปานกลาง)</b>	<b>3.11 (ปานกลาง)</b>	<b>3.03 (ปานกลาง)</b>	<b>3.12 (ปานกลาง)</b>	<b>3.11 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 37 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธุมิพัทธ์พลาซ่าเชียงใหม่ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธุมิพัทธ์พลาซ่าเชียงใหม่ น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บุคลากรของศูนย์ฯให้บริการเสมอภาคเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 3.29) รองลงมาคือ บุคลากรของศูนย์ฯมีมนุษยสัมพันธ์ดี อธิษาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 3.24) และ บุคลากรของศูนย์ฯมีจำนวนเพียงพอที่คอยให้บริการในแต่ละด้าน (ค่าเฉลี่ย 3.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธู์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ 1-2 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.30) รองลงมาคือบุคลากรของศูนย์ฯมีความรู้ความสามารถแก้ไขปัญหาในแต่ละด้าน รวดเร็ว ได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.16) และ บุคลากรของศูนย์ฯมีจำนวนเพียงพอที่คอยให้บริการในแต่ละด้าน และบุคลากรสามารถให้คำอธิบายและคำแนะนำแก่ผู้เช่าได้อย่างชัดเจน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธู์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ 2-3 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือบุคลากรของศูนย์ฯมีจำนวนเพียงพอที่คอยให้บริการในแต่ละด้าน (ค่าเฉลี่ย 3.16) รองลงมาคือ บุคลากรของศูนย์ฯมีมนุษยสัมพันธ์ อธิษาศัยดี และบุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.12) และ บุคลากรสามารถให้คำอธิบายและคำแนะนำแก่ผู้เช่าได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธู์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ มากกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บุคลากรของศูนย์ฯมีมนุษยสัมพันธ์ อธิษาศัยดี บุคลากรของศูนย์ฯมีความรู้ความสามารถแก้ไขปัญหาในแต่ละด้านรวดเร็ว ได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.17) รองลงมาคือ บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.16) และบุคลากรของศูนย์ฯให้บริการเสมอภาคเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ระยะเวลาการเปิดดำเนินการ ในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่				
	น้อยกว่า 1 ปี	1-2 ปี	2-3 ปี	มากกว่า 3 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภายในศูนย์ฯ มีบรรยากาศดี การตกแต่ง ทันสมัย	2.94 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
ในศูนย์ฯ มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มี ชื่อเสียง	3.06 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
ความสะอาดของศูนย์ฯ และบริเวณ โดยรอบ	3.12 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
ป้ายชื่อศูนย์ฯ มีขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจน ในระยะไกล	3.12 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ชื่อเสียงของศูนย์ฯ เป็นที่รู้จักของบุคคล ทั่วไป	3.12 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
มีห้องน้ำสะอาด เพียงพอ	3.18 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.12 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
มีเทคโนโลยีใหม่ๆ ไว้รองรับการบริการ เช่น อินเทอร์เน็ตไร้สาย	3.35 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
มีการติดตั้งตู้ ATM บริเวณในศูนย์ฯ	3.18 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
ศูนย์ฯ มีระบบรักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชั่วโมง	3.29 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
ศูนย์ฯ มีระบบปรับอากาศในพื้นที่ ส่วนกลาง	3.12 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
ศูนย์ฯ มีการจัดพื้นที่สำหรับลูกค้ามาซื้อ สินค้าพักผ่อนเพียงพอ	2.88 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
มีป้ายแสดงที่ตั้งของร้านค้าชัดเจน	3.18 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.13 (ปานกลาง)</b>	<b>3.28 (ปานกลาง)</b>	<b>3.08 (ปานกลาง)</b>	<b>3.19 (ปานกลาง)</b>	<b>3.18 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 38 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีเทคโนโลยีใหม่ๆไว้รองรับการบริการ เช่น อินเทอร์เน็ตไร้สาย (ค่าเฉลี่ย 3.35) รองลงมาคือ ศูนย์ฯ มีระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 3.29) และมีห้องน้ำสะอาด เพียงพอ มีการติดตั้งตู้ ATM บริเวณในศูนย์ฯ และมีป้ายแสดงที่ตั้งของร้านค้าชัดเจน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ 1-2 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีห้องน้ำสะอาด เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.54) รองลงมาคือ ในศูนย์ฯมีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง และชื่อเสียงของศูนย์ฯเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.43) และศูนย์ฯ มีระบบปรับอากาศในพื้นที่ส่วนกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ 2-3 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดของศูนย์ฯและบริเวณโดยรอบ ศูนย์ฯ มีระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง ศูนย์ฯ มีระบบปรับอากาศในพื้นที่ส่วนกลาง และมีป้ายแสดงที่ตั้งของร้านค้าชัดเจน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.20) รองลงมาคือ ป้ายชื่อศูนย์ฯ มีขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจนในระยะไกล (ค่าเฉลี่ย 3.16) และมีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ มากกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีห้องน้ำสะอาด เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.37) รองลงมาคือ ความสะอาดของศูนย์ฯ และบริเวณโดยรอบ (ค่าเฉลี่ย 3.25) และศูนย์ฯ มีระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง มีการติดตั้งตู้ ATM บริเวณในศูนย์ฯ ศูนย์ฯ มีระบบปรับอากาศในพื้นที่ส่วนกลาง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.22)

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการ จำแนกตามระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	ระยะเวลาการเปิดดำเนินการ ในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่				
	น้อยกว่า 1 ปี	1-2 ปี	2-3 ปี	มากกว่า 3 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ระบบการแจ้งวางบิลและกำหนดวันชำระ ชัดเจน	3.12 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
กระบวนการรับแจ้งปัญหาของผู้เช่าที่ รวดเร็ว	3.12 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
ขั้นตอนการให้บริการด้านต่างๆแก่ผู้เช่า รวดเร็ว	3.06 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
ขั้นตอนการทำสัญญาเช่าที่สะดวกไม่ ยุ่งยาก	3.00 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
การติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่สะดวก	3.06 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
มีความรวดเร็วถูกต้องในการคิดเงิน	3.12 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.08 (ปานกลาง)</b>	<b>3.21 (ปานกลาง)</b>	<b>3.10 (ปานกลาง)</b>	<b>3.15 (ปานกลาง)</b>	<b>3.15 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 39 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุก  
ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ใน  
ระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคาร  
พันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ระบบการ  
แจ้งวางบิลและกำหนดวันชำระชัดเจน กระบวนการรับแจ้งปัญหาของผู้เช่าที่รวดเร็ว มีความรวดเร็ว  
ถูกต้องในการคิดเงิน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.12) รองลงมาคือ ขั้นตอนการให้บริการด้านต่างๆแก่ผู้เช่า

รวดเร็วกว่า และการติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่สะดวก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.06) และ ขั้นตอนการทำสัญญาเช่าที่สะดวกไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพื้นที่พิภพพลาซ่า เชียงใหม่ 1-2 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ระบบการแจ้งวางบิลและกำหนดวันชำระค่าเช่า (ค่าเฉลี่ย 3.32) รองลงมาคือ มีความรวดเร็วถูกต้องในการคิดเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.27) และการติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพื้นที่พิภพพลาซ่า เชียงใหม่ 2-3 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ระบบการแจ้งวางบิลและกำหนดวันชำระค่าเช่า (ค่าเฉลี่ย 3.24) รองลงมาคือ การติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.12) และกระบวนการรับแจ้งปัญหาของผู้เช่าที่รวดเร็ว ขั้นตอนการทำสัญญาเช่าที่สะดวกไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพื้นที่พิภพพลาซ่า เชียงใหม่ มากกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ระบบการแจ้งวางบิลและกำหนดวันชำระค่าเช่า มีความรวดเร็วถูกต้องในการคิดเงิน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.24) รองลงมาคือ การติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.17) และ กระบวนการรับแจ้งปัญหาของผู้เช่าที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.11)



ตารางที่ 40 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วน  
ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า  
เชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	ระยะเวลาการเปิดดำเนินการ ในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่				
	น้อยกว่า 1 ปี	1-2 ปี	2-3 ปี	มากกว่า 3 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	3.14 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านราคา	3.18 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง	3.27 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.04 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.19 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	3.13 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	3.08 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 40 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม  
ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจ  
โดยรวมอยู่ใน ระดับปานกลาง ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ผู้ตอบแบบสอบถามระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า  
เชียงใหม่ น้อยกว่า 1-2 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ใน ระดับปานกลาง ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้าน  
การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า  
เชียงใหม่ 2-3 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ใน ระดับปานกลาง ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง  
(ค่าเฉลี่ย 3.14)



ผู้ตอบแบบสอบถามที่ ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ มากกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.19)

#### 4.2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าหลังการเช่าพื้นที่อาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ จำแนกตามประเภทกิจการ

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ จำแนกตามประเภทกิจการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	ประเภทกิจการ			
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การจัดรูปแบบพื้นที่ภายในศูนย์ฯ	3.09 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
พื้นที่เช่ามีหลายขนาดให้เลือก	3.09 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
ศูนย์ฯ ให้สิทธิร้านค้าในการตกแต่งหน้าร้านได้ตามต้องการ	3.07 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
ศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก	3.25 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
ภายในศูนย์ฯ มีบริการร้านอาหาร	2.94 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
ศูนย์ฯ มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ที่ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ	3.28 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)
มีร้านค้าหลายประเภท ไม่ได้มีร้านค้าคอมพิวเตอร์อย่างเดียว	3.03 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
การออกแบบรูปแบบของอาคารทันสมัย	3.12 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.11 (ปานกลาง)</b>	<b>3.00 (ปานกลาง)</b>	<b>3.21 (ปานกลาง)</b>	<b>3.13 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 41 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทของกิจการมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเจ้าของคนเดียวมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ศูนย์ฯ มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.28) รองลงมาคือ ศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.25) และการออกแบบรูปแบบของอาคารทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.12)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัดมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือการจัดรูปแบบพื้นที่ภายในศูนย์ฯ และ ศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.09) รองลงมาคือ ศูนย์ฯ ให้สิทธิร้านค้าในการตกแต่งหน้าร้านได้ตามต้องการ ศูนย์ฯ มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.05) และพื้นที่เช่ามีหลายขนาดให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจบริษัทจำกัดมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ศูนย์ฯ มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.52) รองลงมาคือ ศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.40) และศูนย์ฯ ให้สิทธิร้านค้าในการตกแต่งหน้าร้านได้ตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.21)

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา  
จำแนกตามประเภทกิจการ

ปัจจัยด้านราคา	ปัจจัยด้านราคา			
	เจ้าของคน เดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัทจำกัด	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร	3.13 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อห้อง	3.06 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
มีการจ่ายค่าประกันการเช่าล่วงหน้า	3.00 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
ราคาพื้นที่ห้องตามทำเลที่ตั้ง	3.03 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
ราคาค่าเช่าเมื่อเทียบกับศูนย์อื่น	3.12 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ราคาค่าไฟฟ้า	3.13 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ราคาค่าน้ำประปา	3.09 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ	3.09 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
ค่าประกันความเสียหายจากการตกแต่ง ห้องเช่า	2.99 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.07 (ปานกลาง)</b>	<b>2.95 (ปานกลาง)</b>	<b>3.10 (ปานกลาง)</b>	<b>3.06 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 42 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทของกิจการมี  
ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการเจ้าของคนเดียวมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร ราคาค่าไฟฟ้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.13) รองลงมาคือ ราคาเช่าเมื่อเทียบกับศูนย์อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.12) และราคาค่าน้ำประปา มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.09)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัดมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาค่าน้ำประปา ค่าประกันความเสียหายจากการตกแต่งห้องเช่า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.05) รองลงมาคือ มีการจ่ายค่าประกันการเช่าล่วงหน้า ราคาพื้นที่ห้องตามทำเลที่ตั้ง ราคาเช่าเมื่อเทียบกับศูนย์อื่น ราคาค่าไฟฟ้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.95) และราคาเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.91)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการบริษัทจำกัดมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาเช่าเมื่อเทียบกับศูนย์อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.21) รองลงมาคือ ราคาไฟฟ้า (ค่าเฉลี่ย 3.19) และมีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 3.15)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งจำแนกตามประเภทกิจการ

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง	ประเภทกิจการ			
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การคมนาคมสะดวก	3.04 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า	3.29 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)
อยู่ในพื้นที่ใกล้สถานศึกษาเช่น โรงเรียน มงฟอร์ตวิทยาลัย โรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย	3.22 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
อยู่ในย่านชุมชน	3.34 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
มีสถานบริการเงินเข้าพื้นที่ในศูนย์ฯ	3.03 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
มีศูนย์บริการของสินค้าต่างๆภายในศูนย์ฯเช่น อีออน คิวิกแคชฯ	2.93 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
มีพื้นที่จอดรถเพียงพอต่อลูกค้าผู้มาใช้บริการ	2.99 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
การจัดผังร้านค้าสะดวก ง่ายแก่การค้นหา	2.93 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
ช่วงเวลาเปิด - ปิดศูนย์ฯ ในแต่ละวัน	3.13 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.10 (ปานกลาง)</b>	<b>2.97 (ปานกลาง)</b>	<b>3.24 (ปานกลาง)</b>	<b>3.13 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 43 พบว่าปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทของกิจการ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการเจ้าของคนเดียวมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ อยู่ในย่านชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.34) รองลงมาคือ อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า (ค่าเฉลี่ย 3.29) และ อยู่ในพื้นที่ใกล้สถานศึกษาเช่น โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย โรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย (ค่าเฉลี่ย 3.22)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัดมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ อยู่ในย่านชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.18) รองลงมาคือ อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า (ค่าเฉลี่ย 3.14) และอยู่ในพื้นที่ใกล้สถานศึกษาเช่น โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย โรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย (ค่าเฉลี่ย 3.09)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจบริษัทจำกัดมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า (ค่าเฉลี่ย 3.52) รองลงมาคือ อยู่ในย่านชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.42) และ อยู่ในพื้นที่ใกล้สถานศึกษาเช่น โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย โรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทกิจการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทกิจการ			
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นต่างๆเช่นแจกใบปลิว	2.90 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)
พื้นที่เช่าขนาดใหญ่กว่า 100 ตารางเมตรมีส่วนลดค่าเช่า	2.88 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
ทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับผู้เช่าตลอดทุก เดือน	2.87 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)
การติดป้ายโฆษณาศูนย์ขนาดใหญ่ตามสถานที่ต่างๆ	2.82 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ประจำศูนย์ฯได้แก่วารสารแจกฟรีทั่วประเทศ	3.01 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
โฆษณาผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงในพื้นที่และจังหวัดใกล้เคียง	2.84 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
ทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆเช่นวันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่	3.06 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>2.91 (ปานกลาง)</b>	<b>2.69 (ปานกลาง)</b>	<b>3.04 (ปานกลาง)</b>	<b>2.93 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 44 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทของกิจการมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการเจ้าของคนเดียวมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆเช่นวันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.06) รองลงมาคือ การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ประจำศูนย์ฯได้แก่วารสารแจกฟรีทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.01) และการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นต่างๆเช่นแจกใบปลิว (ค่าเฉลี่ย 2.90)



ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัดมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การติดป้ายโฆษณาศูนย์ฯขนาดใหญ่ตามสถานที่ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.77) รองลงมาคือ พื้นที่เช่าขนาดใหญ่กว่า 100 ตารางเมตรมีส่วนลดค่าเช่า (ค่าเฉลี่ย 2.73) และ การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ประจำศูนย์ฯได้แก่วารสารแจกฟรีทั่วประเทศ โฆษณาผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงในพื้นที่และจังหวัดใกล้เคียง ทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆเช่นวันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.68)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการบริษัทจำกัดมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆเช่นวันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.29) รองลงมาคือ การติดป้ายโฆษณาศูนย์ฯขนาดใหญ่ตามสถานที่ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.10) และพื้นที่เช่าขนาดใหญ่กว่า 100 ตารางเมตรมีส่วนลดค่าเช่า (ค่าเฉลี่ย 3.04)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากรจำแนกตามประเภทกิจการ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ประเภทกิจการ			
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บุคลากรของศูนย์ฯมีจำนวนเพียงพอที่คอยให้บริการในแต่ละด้าน	3.00 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
บุคลากรของศูนย์ฯมีมนุษยสัมพันธ์ดี อธิษาศัยดี	3.09 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
บุคลากรของศูนย์ฯให้บริการเสมอภาคเท่าเทียมกัน	3.06 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
บุคลากรของศูนย์ฯมีความรู้ความสามารถแก้ไขปัญหาในแต่ละด้านรวดเร็ว ได้ถูกต้อง	3.03 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
บุคลากรสามารถให้คำอธิบายและคำแนะนำแก่ผู้เข้าได้อย่างชัดเจน	3.01 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์	3.21 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.07 (ปานกลาง)</b>	<b>2.91 (ปานกลาง)</b>	<b>3.25 (ปานกลาง)</b>	<b>3.11 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 45 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทของกิจการ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการเจ้าของคนเดียวมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.21) รองลงมาคือบุคลากรของศูนย์ฯมีมนุษยสัมพันธ์ดี อธิษาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 3.09) และบุคลากรของศูนย์ฯให้บริการเสมอภาคเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 3.06)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัดมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บุคลากรของศูนย์ฯมีจำนวนเพียงพอที่คอยให้บริการในแต่ละด้าน บุคลากรของศูนย์ฯให้บริการเสมอภาคเท่าเทียมกัน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.95) รองลงมาคือ บุคลากรของศูนย์ฯมีจำนวนเพียงพอที่คอยให้บริการในแต่ละด้าน บุคลากรสามารถให้คำอธิบายและคำแนะนำแก่ผู้เช่าได้อย่างชัดเจน บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.91) และบุคลากรของศูนย์ฯมีความรู้ความสามารถแก้ไขปัญหาในแต่ละด้านรวดเร็ว ได้ถูกต้อง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.82)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจบริษัทจำกัดมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บุคลากรของศูนย์ฯมีความรู้ความสามารถแก้ไขปัญหาในแต่ละด้านรวดเร็ว ได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.33) รองลงมาคือ บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.31) และบุคลากรของศูนย์ฯมีมนุษยสัมพันธ์ดี อธิยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทกิจการ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ประเภทกิจการ			
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภายในศูนย์ฯ มีบรรยากาศดี การตกแต่งทันสมัย	3.06 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
ในศูนย์ฯ มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง	3.18 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
ความสะอาดของศูนย์ฯ และบริเวณโดยรอบ	3.22 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
ป้ายชื่อศูนย์ฯ มีขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจนในระยะไกล	3.13 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ชื่อเสียงของศูนย์ฯ เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป	3.15 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
มีห้องน้ำสะอาด เพียงพอ	3.21 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)
มีเทคโนโลยีใหม่ๆ ไว้รองรับการบริการ เช่น อินเทอร์เน็ตไร้สาย	3.06 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
มีการติดตั้งตู้ ATM บริเวณในศูนย์ฯ	3.18 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
ศูนย์ฯ มีระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง	3.19 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
ศูนย์ฯ มีระบบปรับอากาศในพื้นที่ส่วนกลาง	3.16 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
ศูนย์ฯ มีการจัดพื้นที่สำหรับลูกค้ามาซื้อสินค้าพักผ่อนเพียงพอ	2.91 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
มีป้ายแสดงที่ตั้งของร้านค้าชัดเจน	3.10 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.13 (ปานกลาง)</b>	<b>3.03 (ปานกลาง)</b>	<b>3.32 (ปานกลาง)</b>	<b>3.18 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 46 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทของกิจการมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการเจ้าของคนเดียวมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดของศูนย์ฯ และบริเวณ โดยรอบ (ค่าเฉลี่ย 3.22) รองลงมาคือ มีห้องน้ำสะอาด เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.21) และศูนย์ฯ มีระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 3.19)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัดมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีห้องน้ำสะอาด เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.23) รองลงมาคือ ชื่อเสียงของศูนย์ฯเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.18) และศูนย์ฯ มีระบบปรับอากาศในพื้นที่ส่วนกลาง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.09) และมีเทคโนโลยีใหม่ๆไว้รองรับการบริการ เช่น อินเทอร์เน็ตไร้สาย มีการติดตั้งตู้ ATM บริเวณในศูนย์ฯ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.14)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการบริษัทจำกัดมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีห้องน้ำสะอาด เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.58) รองลงมาคือ ศูนย์ฯ มีระบบปรับอากาศในพื้นที่ส่วนกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) และความสะอาดของศูนย์ฯ และบริเวณ โดยรอบ ศูนย์ฯ มีระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการ จำแนกตามประเภทกิจการ

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	ประเภทกิจการ			
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ระบบการแจ้งวางบิลและกำหนดวันชำระชัดเจน	3.22 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
กระบวนการรับแจ้งปัญหาของผู้เช่าที่รวดเร็ว	3.09 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
ขั้นตอนการให้บริการด้านต่างๆแก่ผู้เช่ารวดเร็ว	3.07 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
ขั้นตอนการทำสัญญาเช่าที่สะดวกไม่ยุ่งยาก	3.03 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
การติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่สะดวก	3.18 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
มีความรวดเร็วถูกต้องในการคิดเงิน	3.21 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.13 (ปานกลาง)</b>	<b>2.95 (ปานกลาง)</b>	<b>3.25 (ปานกลาง)</b>	<b>3.15 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 47 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทของกิจการมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการเจ้าของคนเดียวมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ระบบการแจ้งวางบิลและกำหนดวันชำระชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.22) รองลงมาคือ มีความรวดเร็วถูกต้องในการคิดเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.21) และการติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.18)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัดมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ระบบการแจ้งวางบิลและกำหนดวันชำระชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.09) รองลงมาคือ การติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.00) และขั้นตอนการทำสัญญาเช่าที่สะดวกไม่ยุ่งยาก มีความรวดเร็วถูกต้องในการคิดเงิน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.95)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการบริษัทจำกัดมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ระบบการแจ้งวางบิลและกำหนดวันชำระชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.35) รองลงมาคือ กระบวนการรับแจ้งปัญหาของผู้เช่าที่รวดเร็ว การติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่สะดวก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.29) และขั้นตอนการทำสัญญาเช่าที่สะดวกไม่ยุ่งยาก มีความรวดเร็วถูกต้องในการคิดเงิน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.21)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 48 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วน  
ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามประเภทกิจการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	ประเภทกิจการ			
	เจ้าของคน เดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัทจำกัด	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	3.11 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านราคา	3.07 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง	3.10 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.91 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.07 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	3.13 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	3.13 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 48 พบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม  
ประเภทกิจการเจ้าของคนเดียวมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ย ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านการสร้างและ  
นำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.13)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัด มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ย  
ลำดับแรกคือปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.03)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการบริษัทจำกัด มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ย ลำดับแรก  
คือปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.32)

#### 4.3 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าหลังการเข้าพื้นที่อาคารพันธรัทธิพิทยพัลาซ่า เชียงใหม่ จำแนกตามพื้นที่ตั้งของร้าน

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน  
ผลิตภัณฑ์/บริการ จำแนกตามพื้นที่ตั้งของร้าน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	พื้นที่ตั้งของร้าน				
	ชั้นที่ 1	ชั้นที่ 2	ชั้นที่ 3	ชั้นที่ 4	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การจัดรูปแบบพื้นที่ภายในศูนย์ฯ	3.06 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
พื้นที่เช่ามีหลายขนาดให้เลือก	3.19 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
ศูนย์ฯ ให้สิทธิร้านค้าในการตกแต่งหน้าร้านได้ตามต้องการ	3.02 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
ศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก	3.25 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
ภายในศูนย์ฯ มีบริการร้านอาหาร	2.92 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
ศูนย์ฯ มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ที่ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ	3.35 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
มีร้านค้าหลายประเภท ไม่ได้มีร้านคอมพิวเตอร์อย่างเดียว	2.96 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
การออกแบบรูปแบบของอาคารทันสมัย	3.04 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.10 (ปานกลาง)</b>	<b>3.08 (ปานกลาง)</b>	<b>3.15 (ปานกลาง)</b>	<b>3.19 (ปานกลาง)</b>	<b>3.13 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 49 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกพื้นที่ตั้ง  
ของร้าน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 1 มีความพึงพอใจมี  
ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ศูนย์ฯ มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ  
(ค่าเฉลี่ย 3.35) รองลงมาคือ ศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.25) และพื้นที่  
เช่ามีหลายขนาดให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 2 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3  
ลำดับแรกคือ ศูนย์ฯ มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.39)  
รองลงมาคือ ศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.24) และการจัดรูปแบบพื้นที่  
ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 3 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3  
ลำดับแรกคือ ศูนย์ฯ ให้สิทธิร้านค้าในการตกแต่งหน้าร้านได้ตามต้องการ และศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่  
ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.36) รองลงมาคือ ภายในศูนย์ฯ มีบริการร้านอาหาร  
(ค่าเฉลี่ย 3.27) และศูนย์ฯ มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย  
3.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 4 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3  
ลำดับแรกคือ ศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.33) รองลงมาคือ ศูนย์ฯ มี  
ระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.30) และมีศูนย์ฯ ให้สิทธิ  
ร้านค้าในการตกแต่งหน้าร้านได้ตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา  
จำแนกตามพื้นที่ตั้งของร้าน

ปัจจัยด้านราคา	พื้นที่ตั้งของร้าน				
	ชั้นที่ 1	ชั้นที่ 2	ชั้นที่ 3	ชั้นที่ 4	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร	3.08 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อห้อง	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
มีการจ่ายค่าประกันการเช่าล่วงหน้า	2.98 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
ราคาพื้นที่ห้องตามทำเลที่ตั้ง	3.08 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
ราคาค่าเช่าเมื่อเทียบกับศูนย์อื่น	3.08 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ราคาค่าไฟฟ้า	3.12 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ราคาค่าน้ำประปา	3.08 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ	3.04 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
ค่าประกันความเสียหายจากการตกแต่ง ห้องเช่า	3.00 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.05 (ปานกลาง)</b>	<b>3.01 (ปานกลาง)</b>	<b>3.13 (ปานกลาง)</b>	<b>3.10 (ปานกลาง)</b>	<b>3.06 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 50 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกพื้นที่ที่ตั้งของร้าน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 1 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาค่าไฟฟ้า (ค่าเฉลี่ย 3.12) รองลงมาคือ ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร ราคาพื้นที่ห้องตามทำเลที่ตั้ง ราคาค่าน้ำประปา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.08) และมีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 3.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 2 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 3.12) รองลงมาคือ ราคาค่าเช่าเมื่อเทียบกับศูนย์อื่น ค่าประกันความเสียหายจากการตกแต่งห้องเช่า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.06) และราคาค่าเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อห้อง ราคาค่าไฟฟ้า ราคาค่าน้ำประปา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 3 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการจ่ายค่าประกันการเช่าล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.36) รองลงมาคือ ราคาค่าเช่าเมื่อเทียบกับศูนย์อื่น ราคาค่าไฟฟ้า ค่าประกันความเสียหายจากการตกแต่งห้องเช่า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.27) และราคาพื้นที่ห้องตามทำเลที่ตั้ง มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 4 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาค่าเช่าเมื่อเทียบกับศูนย์อื่น และราคาค่าไฟฟ้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.20) รองลงมาคือ ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร ราคาค่าน้ำประปา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.15) และราคาค่าเช่าคิดแบบต่อห้อง มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งจำแนกตามพื้นที่ตั้งของร้าน

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง	พื้นที่ตั้งของร้าน				
	ชั้นที่ 1	ชั้นที่ 2	ชั้นที่ 3	ชั้นที่ 4	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การคมนาคมสะดวก	3.12 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า	3.37 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
อยู่ในพื้นที่ใกล้สถานศึกษาเช่น โรงเรียน มงฟอร์ตวิทยาลัย โรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย	3.33 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
อยู่ในย่านชุมชน	3.38 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
มีสถานบริการเงินเช่าพื้นที่ในศูนย์ฯ	2.90 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
มีศูนย์บริการของสินค้าต่างๆภายในศูนย์ฯเช่น อีออน คิวิกแคช ฯ	3.12 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
มีพื้นที่จอดรถเพียงพอต่อลูกค้าผู้มาใช้บริการ	2.94 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
การจัดผังร้านค้าสะดวก ง่ายแก่การค้นหา	3.04 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
ช่วงเวลาเปิด - ปิดศูนย์ฯ ในแต่ละวัน	3.21 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.16 (ปานกลาง)</b>	<b>3.04 (ปานกลาง)</b>	<b>3.19 (ปานกลาง)</b>	<b>3.16 (ปานกลาง)</b>	<b>3.13 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 51 พบว่าปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามทุกพื้นที่ตั้งของร้าน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง



ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 1 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ อยู่ในย่านชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.38) รองลงมาคือ อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า (ค่าเฉลี่ย 3.37) และอยู่ในพื้นที่ใกล้สถานศึกษาเช่น โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย โรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 2 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า (ค่าเฉลี่ย 3.30) รองลงมาคือ อยู่ในย่านชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.27) และอยู่ในพื้นที่ใกล้สถานศึกษาเช่น โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย โรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย (ค่าเฉลี่ย 3.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 3 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า (ค่าเฉลี่ย 3.64) รองลงมาคือ การคมนาคมสะดวก อยู่ในพื้นที่ใกล้สถานศึกษาเช่น โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย โรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย อยู่ในย่านชุมชน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.36) และ ช่วงเวลาเปิด - ปิดศูนย์ฯ ในแต่ละวัน (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 4 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ อยู่ในย่านชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.35) รองลงมาคือ อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า (ค่าเฉลี่ย 3.30) และการคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.26)



ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามพื้นที่ตั้งของร้าน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	พื้นที่ตั้งของร้าน				
	ชั้นที่ 1	ชั้นที่ 2	ชั้นที่ 3	ชั้นที่ 4	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่น ต่างๆเช่นแจกใบปลิว	2.90 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)
พื้นที่เช่าขนาดใหญ่กว่า 100 ตารางเมตร มีส่วนลดค่าเช่า	2.94 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
ทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการ ขายร่วมกับผู้เช่าตลอดทุก เดือน	2.92 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)
การติดป้ายโฆษณาศูนย์ขนาดใหญ่ตาม สถานที่ต่างๆ	3.08 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ประจำศูนย์ได้แก่ วารสารแจกฟรีทั่วประเทศ	2.92 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
โฆษณาผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงใน พื้นที่และจังหวัดใกล้เคียง	2.87 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
ทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมการขายตาม เทศกาลต่างๆเช่นวันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่	3.13 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	2.97 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 52 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกพื้นที่ตั้งของร้าน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 1 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆเช่นวันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.13) รองลงมาคือ การติดป้ายโฆษณาศูนย์ขนาดใหญ่ตามสถานที่ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.08) และพื้นที่เช่าขนาดใหญ่กว่า 100 ตารางเมตรมีส่วนลดค่าเช่า (ค่าเฉลี่ย 2.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 2 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือการจัดทำสิ่งพิมพ์ประจำศูนย์ฯ ได้แก่วารสารแจกฟรีทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.06) รองลงมาคือ ทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆเช่นวันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.03) และ พื้นที่เช่าขนาดใหญ่กว่า 100 ตารางเมตรมีส่วนลดค่าเช่า (ค่าเฉลี่ย 2.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 3 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆเช่นวันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.09) รองลงมาคือ ทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับผู้เช่าตลอดทุก เดือน (ค่าเฉลี่ย 2.91) และการโฆษณาศูนย์ฯผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นต่างๆเช่นแจกใบปลิว พื้นที่เช่าขนาดใหญ่กว่า 100 ตารางเมตรมีส่วนลดค่าเช่า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 4 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆเช่นวันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.07) รองลงมาคือ โฆษณาผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงในพื้นที่และจังหวัดใกล้เคียง (ค่าเฉลี่ย 2.96) และ พื้นที่เช่าขนาดใหญ่กว่า 100 ตารางเมตรมีส่วนลดค่าเช่า (ค่าเฉลี่ย 2.91)

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากรจำแนกตามพื้นที่ตั้งของร้าน

ปัจจัยด้านบุคลากร	พื้นที่ตั้งของร้าน				
	ชั้นที่ 1	ชั้นที่ 2	ชั้นที่ 3	ชั้นที่ 4	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บุคลากรของศูนย์ฯมีจำนวนเพียงพอที่คอยให้บริการในแต่ละด้าน	3.13 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
บุคลากรของศูนย์ฯมีมนุษยสัมพันธ์ที่ अच्छาดี	3.17 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
บุคลากรของศูนย์ฯให้บริการเสมอภาคเท่าเทียมกัน	3.06 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
บุคลากรของศูนย์ฯมีความรู้ความสามารถแก้ไขปัญหาในแต่ละด้านรวดเร็ว ได้ถูกต้อง	3.17 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
บุคลากรสามารถให้คำอธิบายและคำแนะนำแก่ผู้เช่าได้อย่างชัดเจน	3.17 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์	3.21 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	3.15 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 53 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกพื้นที่ตั้งของร้าน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 1 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือบุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.21) รองลงมาคือบุคลากรของศูนย์ฯมีมนุษยสัมพันธ์ที่ अच्छาดี บุคลากรของศูนย์ฯมีความรู้ความสามารถแก้ไขปัญหาในแต่ละด้านรวดเร็ว ได้ถูกต้อง บุคลากรสามารถให้คำอธิบายและคำแนะนำแก่ผู้เช่าได้อย่างชัดเจน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.17) และบุคลากรของศูนย์ฯมีจำนวนเพียงพอที่คอยให้บริการในแต่ละด้าน (ค่าเฉลี่ย 3.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 2 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.33) รองลงมาคือ บุคลากรของศูนย์ฯ ให้บริการเสมอภาคเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 3.24) และบุคลากรของศูนย์ฯ มีมนุษยสัมพันธ์ดี อธิยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 3.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 3 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บุคลากรของศูนย์ฯ มีความรู้ความ สามารถแก้ไขปัญหในแต่ละด้านรวดเร็ว ได้ ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.18) รองลงมาคือ บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.09) และ บุคลากรของศูนย์ฯ ให้บริการเสมอภาคเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 4 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บุคลากรของศูนย์ฯ มีมนุษยสัมพันธ์ดี อธิยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 3.15) รองลงมาคือ บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.11) และบุคลากรของศูนย์ฯ มีจำนวนเพียงพอที่คอยให้บริการ ในแต่ละด้าน (ค่าเฉลี่ย 3.04)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามพื้นที่ตั้งของร้าน

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	พื้นที่ตั้งของร้าน				
	ชั้นที่ 1	ชั้นที่ 2	ชั้นที่ 3	ชั้นที่ 4	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภายในศูนย์ฯ มีบรรยากาศดี การตกแต่งทันสมัย	2.96 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
ในศูนย์ฯ มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง	3.19 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
ความสะอาดของศูนย์ฯ และบริเวณโดยรอบ	3.10 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
ป้ายชื่อศูนย์ฯ มีขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจนในระยะไกล	3.15 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ชื่อเสียงของศูนย์ฯ เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป	3.23 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
มีห้องน้ำสะอาด เพียงพอ	3.13 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.52 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)
มีเทคโนโลยีใหม่ๆ ไว้รองรับการบริการ เช่น อินเทอร์เน็ตไร้สาย	3.15 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
มีการติดตั้งตู้ ATM บริเวณในศูนย์ฯ	3.06 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
ศูนย์ฯ มีระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง	3.17 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
ศูนย์ฯ มีระบบปรับอากาศในพื้นที่ส่วนกลาง	3.15 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
ศูนย์ฯ มีการจัดพื้นที่สำหรับลูกค้ามาซื้อสินค้าพักผ่อนเพียงพอ	2.94 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
มีป้ายแสดงที่ตั้งของร้านค้าชัดเจน	3.21 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	3.12 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 54 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกพื้นที่ที่ตั้งของร้าน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 1 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ชื่อเสียงของศูนย์เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.23) รองลงมาคือ มีป้ายแสดงที่ตั้งของร้านค้าชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.21) และในศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง (ค่าเฉลี่ย 3.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 2 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีห้องน้ำสะอาดเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.36) รองลงมาคือ ความสะอาดของศูนย์ฯ และบริเวณโดยรอบ (ค่าเฉลี่ย 3.33) และในศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง และมีการติดตั้งตู้ ATM บริเวณในศูนย์ฯเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 3 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือชื่อเสียงของศูนย์เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป และ มีห้องน้ำสะอาดเพียงพอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.55) รองลงมาคือ ในศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง ศูนย์ฯ มีระบบปรับอากาศในพื้นที่ส่วนกลาง เท่ากัน(ค่าเฉลี่ย 3.45) และความสะอาดของศูนย์ฯ และบริเวณโดยรอบ (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 4 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีห้องน้ำสะอาดเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.52) รองลงมาคือ ศูนย์ฯ มีระบบปรับอากาศในพื้นที่ส่วนกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) และความสะอาดของศูนย์ฯ และบริเวณโดยรอบ (ค่าเฉลี่ย 3.35)



ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการ จำแนกตามพื้นที่ตั้งของร้าน

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	พื้นที่ตั้งของร้าน				
	ชั้นที่ 1	ชั้นที่ 2	ชั้นที่ 3	ชั้นที่ 4	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ระบบการแจ้งวางบิลและกำหนดวันชำระ ชัดเจน	3.21 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
กระบวนการรับแจ้งปัญหาของผู้เช่าที่ รวดเร็ว	3.15 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
ขั้นตอนการให้บริการด้านต่างๆแก่ผู้เช่า รวดเร็ว	3.08 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
ขั้นตอนการทำสัญญาเช่าที่สะดวกไม่ ยุ่งยาก	3.21 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
การติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่สะดวก	3.19 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
มีความรวดเร็วถูกต้องในการคิดเงิน	3.15 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	3.17 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 55 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกพื้นที่ตั้งของร้าน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 1 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ระบบการแจ้งวางบิลและกำหนดวันชำระชัดเจน ขั้นตอนการทำสัญญาเช่าที่สะดวกไม่ยุ่งยาก เท่ากัน(ค่าเฉลี่ย 3.21) รองลงมาคือ การติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่ที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.19) และกระบวนการรับแจ้งปัญหาของผู้เช่าที่รวดเร็ว มีความรวดเร็วถูกต้องในการคิดเงิน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 2 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ระบบการแจ้งวางบิลและกำหนดวันชำระชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.39) รองลงมาคือ



มีความรวดเร็วถูกต้องในการคิดเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.24) และการติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 3 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีความรวดเร็วถูกต้องในการคิดเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.09) รองลงมาคือ กระบวนการรับแจ้งปัญหาของผู้เช่าที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.00) และระบบการแจ้งวางบิลและกำหนดวันชำระงวดเงิน ขั้นตอนการทำสัญญาเช่าที่สะดวกไม่ยุ่งยาก การติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่สะดวก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 4 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ระบบการแจ้งวางบิลและกำหนดวันชำระงวดเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.26) รองลงมาคือ มีความรวดเร็วถูกต้องในการคิดเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.24) และการติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.17)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 56 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วน  
ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามพื้นที่ตั้งของร้าน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	พื้นที่ตั้งของร้าน				
	ชั้นที่ 1	ชั้นที่ 2	ชั้นที่ 3	ชั้นที่ 4	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	3.10 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านราคา	3.05 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง	3.16 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.97 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.15 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	3.12 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	3.17 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 56 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 1 มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.17) ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 2 มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.20) ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 3 มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.29) ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้าน ตั้งอยู่ชั้นที่ 4 มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.23)