

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ท
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
ทฤษฎีและแนวคิด	4
ศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่	6
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	11
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	14
ขอบเขตการศึกษา	14
วิธีการศึกษา	15
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	15
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	16
สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	16
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	16
บทที่ 4 ผลการศึกษา	17
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	18
ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่	31

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้	47
ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่	130
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	138
สรุปผลการศึกษา	138
อภิปรายผล	163
ข้อค้นพบ	165
ข้อเสนอแนะ	172
บรรณานุกรม	177
ภาคผนวก	178
แบบสอบถาม	179
ประวัติผู้เขียน	192

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	18
2 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	18
3 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	19
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	19
5 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	20
6 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	20
7 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่อยู่อาศัย	21
8 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่	21
9 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ชอบใช้บริการ	22
10 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ชอบมาใช้บริการ	22
11 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่เข้ามาใช้บริการ	23
12 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดซื้อสินค้าบริการเมื่อเข้ามาใช้บริการต่อครั้งที่ศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่	23
13 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม สินค้าและบริการคอมพิวเตอร์ชนิดใดที่ซื้อและใช้บริการ	24
14 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม สินค้าและบริการนอกจากคอมพิวเตอร์และสินค้าไอทีที่ชอบใช้บริการในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่	25
15 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่มากที่สุด	26

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนคนที่มาใช้บริการที่ศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ ในแต่ละครั้ง	27
17 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกมาใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่	28
18 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งเสริมการขายของศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ที่สนใจ/ชอบ	29
19 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ที่พบเห็นบ่อยที่สุด	30
20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	31
21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	34
22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	36
23 แสดงจำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	38
24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร	40
25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	42
26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ	45
27 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	46
28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	47
29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	49

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	50
31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	52
32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ	54
33 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้าน การสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	56
34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้าน กระบวนการ จำแนกตาม เพศ	58
35 แสดง สรุปค่าเฉลี่ย และ ระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ จำแนกตามเพศ	59
36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม อาชีพ	60
37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ	63
38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ	65
39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ	67
40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามอาชีพ	69
41 แสดงค่าเฉลี่ย และ ระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้าน การสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ	71
42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้าน กระบวนการ จำแนกตาม อาชีพ	74
43 แสดง สรุปค่าเฉลี่ย และ ระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ จำแนกตามอาชีพ	76
44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน	78

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
45 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้าน ราคา จำแนกตามรายได้ ต่อเดือน	81
46 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	83
47 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	85
48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน	87
49 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้าน การสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	89
50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนก ตามรายได้ต่อเดือน	92
51 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	94
52 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม ความถี่ในการใช้บริการ	96
53 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามความถี่ ในการใช้บริการ	99
54 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ	101
55 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ	103
56 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตาม ความถี่ในการใช้บริการ	105
57 แสดงค่าเฉลี่ย และ ระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ	107

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
58 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ	110
59 แสดง สรุปค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ	112
60 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามยอดซื้อ	114
61 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามยอดซื้อ	117
62 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามยอดซื้อ	119
63 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามยอดซื้อ	121
64 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามยอดซื้อ	123
65 แสดงค่าเฉลี่ย และ ระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามยอดซื้อ	125
66 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามยอดซื้อ	127
67 แสดง สรุปค่าเฉลี่ย และ ระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ จำแนกตามยอดซื้อ	129
68 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	130
69 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา	131
70 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	132
71 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	133

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
72 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้าน บุคลากร	134
73 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการ สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	135
74 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหา ด้าน กระบวนการ	137
75 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดสูงสุด 10 อันดับ	168
76 แสดงค่าเฉลี่ยและความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดต่ำสุด 10 อันดับ	171
77 แสดงปัญหาปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่พบมากที่สุด 10 อันดับ	172

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
1	ศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์ พลาซ่า ประตูนํ้า	6
2	ศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์ พลาซ่า เชียงใหม่	8



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved