

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของร้านค้าที่เช่าพื้นที่ของศูนย์คอมพิวเตอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ปัญหาของร้านคอมพิวเตอร์ที่เช่าพื้นที่ของศูนย์คอมพิวเตอร์ ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของร้านค้า ในด้านต่างๆ คือ ประเภทธุรกิจ สถานที่ตั้ง และราคาเช่าต่อเดือน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของร้านค้าที่เช่าพื้นที่ของศูนย์คอมพิวเตอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้า จำแนกตาม ประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์	79	68.70
ร้านจำหน่ายซอฟต์แวร์	12	10.43
ร้านอุปกรณ์เบ็ดเตล็ด (Accessory)	19	16.52
ร้านค้าอื่นๆ	5	4.35
รวม	115	100.00

หมายเหตุ : ร้านค้าอื่นๆ คือ ร้านรับซ่อมทั่วไป ร้านรับงานตัดต่อ และร้านรับจ้างพิมพ์

จากตารางที่ 1 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามเป็นร้านคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์มากที่สุดร้อยละ 68.70 รองลงมาเป็นร้านอุปกรณ์เบ็ดเตล็ด (Accessory) ร้อยละ 16.52 และร้านจำหน่ายซอฟต์แวร์ ร้อยละ 10.43

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้า จำแนกตาม สถานที่ตั้ง

สถานที่ตั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ศูนย์คอมพิวเตอร์พลาซ่า	13	11.30
ศูนย์คอมพิวเตอร์ ไอคอน สแควร์	18	15.65
ศูนย์คอมพิวเตอร์และการศึกษาซีเอ็ม	27	23.48
ศูนย์คอมพิวเตอร์ ซิตี้	10	8.70
ศูนย์คอมพิวเตอร์ สาขาเชียงใหม่	47	40.87
รวม	115	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถาม ตั้งอยู่ในศูนย์คอมพิวเตอร์สาขาเชียงใหม่ ร้อยละ 40.87 รองลงมาตั้งอยู่ในศูนย์คอมพิวเตอร์และการศึกษาซีเอ็ม ร้อยละ 23.48 และ ตั้งอยู่ในศูนย์คอมพิวเตอร์ ไอคอน สแควร์ ร้อยละ 15.65

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้า จำแนกตาม ลักษณะกิจการ

ลักษณะกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของคนเดียว	47	40.87
ห้างหุ้นส่วน จำกัด	28	24.35
บริษัท จำกัด	40	34.78
รวม	115	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถาม เป็นร้านค้าเจ้าของคนเดียวร้อยละ 40.87 รองลงมาเป็นลักษณะบริษัท จำกัด ร้อยละ 34.78 และเป็นห้างหุ้นส่วน จำกัด ร้อยละ 24.35

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้า จำแนกตาม ขนาดพื้นที่ของร้าน

ขนาดพื้นที่ของร้าน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ตารางเมตร	34	29.57
20-30 ตารางเมตร	48	41.74
31-40 ตารางเมตร	21	18.26
มากกว่า 40 ตารางเมตร	12	10.43
รวม	115	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถาม มีขนาดพื้นที่ 20-30 ตารางเมตร ร้อยละ 41.74 รองลงมาขนาดพื้นที่น้อยกว่า 20 ตารางเมตร ร้อยละ 29.57 และขนาดพื้นที่ 31- 40 ตารางเมตร ร้อยละ 18.26

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้า จำแนกตาม ระยะเวลาที่ทำสัญญาเช่า

ระยะเวลาที่ทำสัญญาเช่า	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 6 เดือน	4	3.48
6-12 เดือน	34	29.57
มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 2 ปี	16	13.91
มากกว่า 2 ปี	61	53.04
รวม	115	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามทำสัญญาเช่ามากกว่า 2 ปี ร้อยละ 53.04 รองลงมาทำสัญญาเช่า 6 - 12 เดือน ร้อยละ 29.57 และทำสัญญาเช่า มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 2 ปี ร้อยละ 13.91

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้า จำแนกตาม ค่าเช่าต่อเดือน

ค่าเช่าต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	27	23.48
10,000 - 20,000 บาท	54	46.96
20,001 - 30,000 บาท	24	20.87
มากกว่า 30,000 บาท	10	8.70
รวม	115	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามมีค่าเช่าต่อเดือนในช่วง 10,000 - 20,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 46.96 รองลงมามีค่าเช่าน้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 23.48 และในช่วง 20,001 - 30,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 20.87

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้า จำแนกตาม ช่วงเวลาที่เช่าอยู่ในศูนย์

ช่วงเวลาที่เช่าในศูนย์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 6 เดือน	14	12.17
6 -12 เดือน	43	37.39
มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 3 ปี	34	29.57
มากกว่า 3 ปี	24	20.87
รวม	115	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ร้านค้ามีช่วงเวลาที่เช่าในศูนย์ 6-12 เดือน ร้อยละ 37.39 รองลงมามีช่วงเวลาที่เช่าในศูนย์ 1 - 3 ปี ร้อยละ 29.57 และมีช่วงเวลาที่เช่าในศูนย์มากกว่า 3 ปี ร้อยละ 20.87

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านคอมพิวเตอร์ใน
ศูนย์คอมพิวเตอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการ
เลือกเช่าพื้นที่ของร้านค้าที่ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ตำแหน่ง-ทำเลของห้องเช่า ในพื้นที่ของศูนย์	61 (53.04)	43 (37.39)	11 (9.57)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.43 (มาก)
สัดส่วนพื้นที่เช่ามีหลาย ขนาดให้เลือก	27 (23.48)	43 (37.39)	38 (33.04)	6 (5.22)	1 (0.87)	3.77 (มาก)
พื้นที่เช่าแต่ละส่วนเห็นได้ ชัดเจน สะดวกในการค้นหา	40 (34.78)	52 (45.22)	18 (15.65)	5 (4.35)	0 (0.00)	4.10 (มาก)
ศูนย์กำหนดพื้นที่เฉพาะ (zone) ของกลุ่มสินค้าไว้เป็น สัดส่วน	21 (18.26)	43 (37.39)	34 (29.57)	13 (11.30)	4 (3.48)	3.56 (มาก)
ศูนย์ให้สิทธิร้านค้าในการตก แตงหน้าร้านได้ตามต้องการ	44 (38.26)	47 (40.87)	19 (16.52)	4 (3.48)	1 (0.87)	4.12 (มาก)
ศูนย์มีขนาดใหญ่ พื้นที่จัดไว้ สำหรับเช่าจำนวนมาก	24 (20.87)	54 (46.96)	29 (25.22)	7 (6.09)	1 (0.87)	3.81 (มาก)
ชื่อเสียงของศูนย์ในฐานะเป็น ศูนย์การค้าด้านคอมพิวเตอร์	55 (47.83)	45 (39.13)	11 (9.57)	2 (1.74)	2 (1.74)	4.30 (มาก)
ศูนย์มีระบบรักษาความ ปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง	42 (36.52)	36 (31.30)	32 (27.83)	5 (4.35)	0 (0.00)	4.00 (มาก)
ศูนย์มีห้องน้ำสะอาดเพียงพอ	48 (41.74)	45 (39.13)	16 (13.91)	3 (2.61)	3 (2.61)	4.15 (มาก)

ตารางที่ 8 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านค้าที่ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ศูนย์มีร้านอาหารอยู่ ภายใน	23 (20.00)	39 (33.91)	27 (23.48)	21 (18.26)	5 (4.35)	3.47 (ปานกลาง)
ศูนย์มีระบบปรับอากาศใน พื้นที่ส่วนรวม	38 (33.04)	46 (40.00)	26 (22.61)	4 (3.48)	1 (0.87)	4.01 (มาก)
ศูนย์มีการจัดพื้นที่สำหรับ ลูกค้าที่มาซื้อสินค้า พักผ่อน โดยเฉพาะ	14 (12.17)	36 (31.30)	51 (44.35)	9 (7.83)	5 (4.35)	3.39 (ปานกลาง)
ศูนย์มีระบบอินเทอร์เน็ต ชนิดไร้สายภายในศูนย์	27 (23.48)	37 (32.17)	19 (16.52)	24 (20.87)	8 (6.96)	3.44 (ปานกลาง)
ศูนย์มีระบบเครือข่าย ไฟฟ้า-โทรศัพท์อย่าง เพียงพอสำหรับผู้เช่า	50 (43.48)	39 (33.91)	20 (17.39)	4 (3.48)	2 (1.74)	4.14 (มาก)
ระยะเวลาที่ศูนย์เริ่มเปิด บริการจนถึงปัจจุบัน	26 (22.61)	47 (40.87)	33 (28.70)	9 (7.83)	0 (0.00)	3.78 (มาก)
เวลาในการเปิดและปิดทำ การในแต่ละวันของศูนย์	23 (20.00)	58 (50.43)	30 (26.09)	3 (2.61)	1 (0.87)	3.86 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.90 (มาก)

จากตารางที่ 8 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.90) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเกือบทุกปัจจัยในระดับมากเช่นกัน ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.43) ได้แก่ ตำแหน่ง-ทำเลของห้องเช่าในพื้นที่ของศูนย์ รองลงมาคือ ชื่อเสียงของศูนย์ในฐานะเป็นศูนย์การค้าด้านคอมพิวเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านค้าที่ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อตาราง เมตร	31 (26.96)	38 (33.04)	40 (34.78)	6 (5.22)	0 (0.00)	3.82 (มาก)
ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อห้อง	24 (20.87)	42 (36.52)	44 (38.26)	4 (3.48)	1 (0.87)	3.73 (มาก)
ไม่ต้องมัดจำค่าเช่าล่วงหน้า	43 (37.39)	29 (25.22)	27 (23.48)	7 (6.09)	9 (7.83)	3.78 (มาก)
ตั้งราคาตามทำเลของห้องต่างๆ	37 (32.17)	27 (23.48)	40 (34.78)	7 (6.09)	4 (3.48)	3.75 (มาก)
ราคาค่าเช่าเมื่อเทียบกับศูนย์อื่น ประหยัดกว่า	29 (25.22)	23 (20.00)	43 (37.39)	14 (12.17)	6 (5.22)	3.48 (ปานกลาง)
ราคาค่าเช่ารวมค่าใช้จ่าย ส่วนกลางไว้ด้วยแล้ว	35 (30.43)	31 (26.96)	39 (33.91)	8 (6.96)	2 (1.74)	3.77 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.72 (มาก)

จากตารางที่ 9 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับมากเช่นกัน ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.82) ได้แก่ ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร รองลงมา ได้แก่ ไม่ต้องมัดจำค่าเช่าล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านค้าที่ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
การคมนาคมสะดวก	57 (49.57)	30 (26.09)	22 (19.13)	4 (3.48)	2 (1.74)	4.18 (มาก)
อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า	48 (41.74)	38 (33.04)	24 (20.87)	5 (4.35)	0 (0.00)	4.12 (มาก)
อยู่ในพื้นที่ใกล้สถานศึกษา	46 (40.00)	33 (28.70)	20 (17.39)	16 (13.91)	0 (0.00)	3.95 (มาก)
มีการติดตั้งตู้ ATM บริเวณศูนย์หรือใกล้เคียง	49 (42.61)	38 (33.04)	15 (13.04)	8 (6.96)	5 (4.35)	4.03 (มาก)
มีศูนย์บริการของสินค้าต่างๆภายในศูนย์	41 (35.65)	20 (17.39)	30 (26.09)	15 (13.04)	9 (7.83)	3.69 (มาก)
มีพื้นที่จอดรถเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ	65 (56.52)	24 (20.87)	21 (18.26)	4 (3.48)	1 (0.87)	4.29 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.04 (มาก)

จากตารางที่ 10 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.04) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับมากเช่นกัน ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.29) ได้แก่ มีพื้นที่จอดรถเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ รองลงมาคือ การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเข้าพื้นที่ของร้านค้าที่ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นต่างๆ	51 (44.35)	34 (29.57)	22 (19.13)	6 (5.22)	2 (1.74)	4.10 (มาก)
สัญญาระยะยาวมีส่วนลดค่าเช่า	36 (31.30)	36 (31.30)	22 (19.13)	15 (13.04)	6 (5.22)	3.70 (มาก)
มีส่วนลดเมื่อขยายพื้นที่เช่า	41 (35.65)	26 (22.61)	31 (26.96)	14 (12.17)	3 (2.61)	3.77 (มาก)
มีการจัดงานต่างๆ เพื่อดึงดูดคนให้มาที่ศูนย์	40 (34.78)	35 (30.43)	21 (18.26)	12 (10.43)	7 (6.09)	3.77 (มาก)
มีการติดป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ตามสถานที่ต่างๆ	41 (35.65)	38 (33.04)	19 (16.52)	12 (10.43)	5 (4.35)	3.85 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.84 (มาก)

จากตารางที่ 11 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.84) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับมากเช่นกัน ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.10) ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นต่างๆ รองลงมาคือ มีการติดป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ตามสถานที่ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านค้าที่ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
บุคลากรของศูนย์มีมนุษยสัมพันธ์ดี อริยาคัยเป็นมิตร	26 (22.61)	44 (38.26)	39 (33.91)	5 (4.35)	1 (0.87)	3.77 (มาก)
บุคลากรของศูนย์มีทักษะในการ แก้ไขปัญหาด้านสาธารณูปโภค	23 (20.00)	30 (26.09)	49 (42.61)	9 (7.83)	4 (3.48)	3.51 (มาก)
บุคลากรของศูนย์แก้ปัญหาให้ทันที อย่างรวดเร็ว	39 (33.91)	42 (36.52)	23 (20.00)	9 (7.83)	2 (1.74)	3.93 (มาก)
บุคลากรเข้าใจในข้อกำหนดการเช่า และสามารถอธิบายได้	37 (32.17)	37 (32.17)	30 (26.09)	9 (7.83)	2 (1.74)	3.85 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.77 (มาก)

จากตารางที่ 12 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.77) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับมากเช่นกัน ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.93) ได้แก่ บุคลากรของศูนย์แก้ปัญหาให้ทันที อย่างรวดเร็ว รองลงมาคือ บุคลากรเข้าใจในข้อกำหนดการเช่าและสามารถอธิบายได้ (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านค้าที่ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้าน กระบวนการบริการ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ศูนย์มีระบบวางบิลและออกบิล ให้ผู้เช่าที่รวดเร็วและชัดเจน	22 (19.13)	52 (45.22)	28 (24.35)	12 (10.43)	1 (0.87)	3.71 (มาก)
ศูนย์มีกระบวนการรับแจ้งปัญหา ของผู้เช่า	14 (12.17)	42 (36.52)	29 (25.22)	24 (20.87)	6 (5.22)	3.30 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.50 (มาก)

จากตารางที่ 13 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการบริการโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.50) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.71) ได้แก่ ศูนย์มีระบบวางบิลและออกบิลให้ผู้เช่าที่รวดเร็วและชัดเจน ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา (ค่าเฉลี่ย 3.30) คือ ศูนย์มีกระบวนการรับแจ้งปัญหาของผู้เช่า

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านค้าที่ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีร้านค้าด้านอื่นๆ ไม่ได้เป็นด้านคอมพิวเทอร์อย่างเด็ดขาด	20 (17.39)	25 (21.74)	51 (44.35)	13 (11.30)	6 (5.22)	3.35 (ปานกลาง)
จัดบรรยากาศ ตกแต่งทันสมัยเหมาะสมกับศูนย์คอมพิวเตอร์	29 (25.22)	46 (40.00)	30 (26.09)	9 (7.83)	1 (0.87)	3.81 (มาก)
มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียงเปิดให้บริการในศูนย์	20 (17.39)	34 (29.57)	36 (31.30)	23 (20.00)	2 (1.74)	3.41 (ปานกลาง)
ความสะอาดของศูนย์ และบริเวณโดยรอบ	42 (36.52)	41 (35.65)	20 (17.39)	8 (6.96)	4 (3.48)	3.95 (มาก)
ป้ายชื่อศูนย์ ขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจนในระยะไกล	36 (31.30)	46 (40.00)	27 (23.48)	3 (2.61)	3 (2.61)	3.95 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.69 (มาก)

จากตารางที่ 14 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.69) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเกือบทุกปัจจัยในระดับมากเช่นกัน ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.95) ได้แก่ ป้ายชื่อศูนย์ขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจนในระยะไกล และความสะอาดของศูนย์ และบริเวณโดยรอบ รองลงมาคือ จัดบรรยากาศ ตกแต่งทันสมัยเหมาะสมกับศูนย์คอมพิวเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.81)

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้านที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.90	มาก
2. ปัจจัยด้านราคา	3.72	มาก
3. ปัจจัยด้านสถานที่	4.04	มาก
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.84	มาก
5. ปัจจัยด้านบุคลากร	3.77	มาก
6. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.50	มาก
7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	3.69	มาก

จากตารางที่ 15 พบว่า ร้านค้าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทุกด้านในระดับมาก โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ส่วนที่ 3 ปัญหาของร้านคอมพิวเตอร์ที่ใช้บริการเช่าพื้นที่ของศูนย์คอมพิวเตอร์ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 16 ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของร้านคอมพิวเตอร์ที่ใช้บริการเช่าพื้นที่ของศูนย์คอมพิวเตอร์ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	พบปัญหาในระดับ			รวมพบ ปัญหา	ไม่พบ ปัญหา
	น้อย	ปานกลาง	มาก		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
จำนวนห้องเช่ามีน้อย	18 (15.65)	25 (21.74)	4 (3.48)	47 (40.87)	68 (59.13)
ทำเลห้องเช่าไม่ดี	31 (26.96)	33 (28.70)	18 (15.65)	82 (71.30)	33 (28.70)
ห้องน้ำไม่สะอาด	25 (21.74)	30 (26.09)	24 (20.87)	79 (68.70)	36 (31.30)
ระบบปรับอากาศส่วนรวมไม่มีประสิทธิภาพ	22 (19.13)	38 (33.04)	12 (10.43)	72 (62.61)	43 (37.39)
ระบบรักษาความปลอดภัยไม่น่าเชื่อถือ	38 (33.04)	32 (27.83)	15 (13.04)	85 (73.91)	30 (26.09)
ไม่มีร้านอาหารภายในศูนย์	32 (27.83)	18 (15.65)	10 (8.70)	60 (52.17)	55 (47.83)
ผู้เช่าตกแต่งร้านค้าได้ตามที่ศูนย์กำหนดเท่านั้น	31 (26.96)	28 (24.35)	8 (6.96)	67 (58.26)	48 (41.74)
ศูนย์เปิดบริการสายแล้วปิดเร็ว มีช่วงเวลาเปิดทำการสั้น	17 (14.78)	32 (27.83)	10 (8.70)	59 (51.30)	56 (48.70)
ศูนย์ไม่เป็นที่รู้จัก	32 (27.83)	36 (31.30)	11 (9.57)	79 (68.70)	36 (31.30)

ตารางที่ 16 (ต่อ) ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของร้านคอมพิวเตอร์ที่ใช้บริการเช่าพื้นที่
ของศูนย์คอมพิวเตอร์ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	พบปัญหาในระดับ			รวมพบ ปัญหา	ไม่พบ ปัญหา
	น้อย	ปานกลาง	มาก		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ศูนย์มีสาธารณูปโภคไม่เพียงพอ	35 (30.43)	35 (30.43)	21 (18.26)	91 (79.13)	24 (20.87)
ศูนย์มีบริการเสริมน้อย	37 (32.17)	41 (35.65)	17 (14.78)	95 (82.61)	20 (17.39)

จากตารางที่ 16 พบว่า ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ที่ร้านค้าผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ศูนย์มีบริการเสริมน้อย ร้อยละ 82.61 ปัญหาที่พบรองลงไป คือ ศูนย์มีสาธารณูปโภคไม่เพียงพอ ร้อยละ 79.13 และทำเลห้องเช่าไม่ดี ร้อยละ 71.30

ตารางที่ 17 ปัญหาด้านราคาของร้านคอมพิวเตอร์ที่ใช้บริการเช่าพื้นที่ของศูนย์คอมพิวเตอร์
ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาด้านราคา	พบปัญหาในระดับ			รวมพบ ปัญหา	ไม่พบ ปัญหา
	น้อย	ปานกลาง	มาก		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
คิดค่าใช้จ่ายส่วนกลาง ไม่รวมกับค่าเช่า	23 (20.00)	38 (33.04)	13 (11.30)	74 (64.35)	41 (35.65)
ราคาค่าเช่าแพงกว่าศูนย์อื่น	12 (10.43)	49 (42.61)	26 (22.61)	87 (75.65)	28 (24.35)
ไม่คืนเงินมัดจำล่วงหน้า	18 (15.65)	31 (26.96)	48 (41.74)	97 (84.35)	18 (15.65)

จากตารางที่ 17 พบว่า ปัญหาด้านราคา ที่ร้านค้าผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ
ศูนย์ไม่คืนเงินมัดจำล่วงหน้า ร้อยละ 84.35 ปัญหาที่พบรองลงไป คือ ราคาค่าเช่าแพงกว่าศูนย์อื่น
ร้อยละ 75.65 และคิดค่าใช้จ่ายส่วนกลางต่างหาก ไม่รวมกับค่าเช่า ร้อยละ 64.35

ตารางที่ 18 ปัญหาด้านสถานที่ของร้านคอมพิวเตอร์ที่ใช้บริการเช่าพื้นที่ของศูนย์คอมพิวเตอร์ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาด้านสถานที่	พบปัญหาในระดับ			รวมพบ ปัญหา	ไม่พบ ปัญหา
	น้อย	ปานกลาง	มาก		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ที่จอดรถของศูนย์ไม่เพียงพอ	24 (20.87)	32 (27.83)	20 (17.39)	76 (66.09)	39 (33.91)
การคมนาคมไม่สะดวก	14 (12.17)	50 (43.48)	32 (27.83)	96 (83.48)	19 (16.52)

จากตารางที่ 18 พบว่า ปัญหาด้านสถานที่ ที่ร้านค้าผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือการคมนาคมไม่สะดวก ร้อยละ 83.48 ปัญหาที่พบบรองลงไป คือ ที่จอดรถของศูนย์ไม่เพียงพอ ร้อยละ 66.09

ตารางที่ 19 ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านคอมพิวเตอร์ที่ใช้บริการเช่าพื้นที่
ของศูนย์คอมพิวเตอร์ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาด้าน การส่งเสริมการตลาด	พบปัญหาในระดับ			รวมพบ ปัญหา	ไม่พบ ปัญหา
	น้อย	ปานกลาง	มาก		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ไม่มีการประชาสัมพันธ์ศูนย์ในสื่อสิ่งพิมพ์ ต่างๆ	34 (29.57)	25 (21.74)	15 (13.04)	74 (64.35)	41 (35.65)
ไม่มีการให้ส่วนลดเมื่อทำสัญญาระยะยาว	18 (15.65)	40 (34.78)	16 (13.91)	74 (64.35)	41 (35.65)
ไม่มีการจัดงานต่างๆ ภายในศูนย์	33 (28.70)	21 (18.26)	20 (17.39)	74 (64.35)	41 (35.65)

จากตารางที่ 19 พบว่า ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่ร้านค้าผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด เท่ากัน คือ ไม่มีการให้ส่วนลดเมื่อทำสัญญาระยะยาว ไม่มีการจัดงานต่างๆ ภายในศูนย์ และไม่มีการประชาสัมพันธ์ศูนย์ในสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ร้อยละ 64.35

ตารางที่ 20 ปัญหาด้านบุคลากรของร้านคอมพิวเตอร์ที่ใช้บริการเช่าพื้นที่ของศูนย์คอมพิวเตอร์ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาด้านบุคลากร	พบปัญหาในระดับ			รวมพบ ปัญหา	ไม่พบ ปัญหา
	น้อย	ปานกลาง	มาก		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
บุคลากรของศูนย์มนุษย์สัมพันธ์ไม่ดี	42 (36.52)	25 (21.74)	10 (8.70)	77 (66.96)	38 (33.1)
บุคลากรศูนย์ขาดทักษะในการแก้ปัญหา ด้านสาธารณูปโภค	41 (35.65)	35 (30.43)	15 (13.04)	91 (79.13)	24 (20.9)
เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น บุคลากรศูนย์ แก้ปัญหาได้ช้า	45 (39.13)	28 (24.35)	16 (13.91)	89 (77.39)	26 (22.7)
บุคลากรศูนย์ ขาดความเข้าใจในข้อ กำหนดการเช่า	45 (39.13)	30 (26.09)	8 (6.96)	83 (72.17)	32 (27.8)
บุคลากรศูนย์อธิบายข้อกำหนดในการเช่า ได้ไม่ครบถ้วน	42 (36.52)	26 (22.61)	9 (7.83)	77 (66.96)	38 (33.1)

จากตารางที่ 20 พบว่า ปัญหาด้านบุคลากร ที่ร้านค้าผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ บุคลากรศูนย์ขาดทักษะในการแก้ปัญหาด้านสาธารณูปโภค ร้อยละ 79.13 ปัญหาที่พบบรองลงไป คือ เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น บุคลากรของศูนย์แก้ปัญหาได้ช้า ร้อยละ 77.39 และบุคลากรศูนย์ขาดความเข้าใจในข้อกำหนดการเช่า ร้อยละ 72.17

ตารางที่ 21 ปัญหาด้านกระบวนการบริการของร้านคอมพิวเตอร์ที่ใช้บริการเช่าพื้นที่ของศูนย์คอมพิวเตอร์ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาด้านกระบวนการ	พบปัญหาในระดับ			รวมพบ ปัญหา	ไม่พบ ปัญหา
	น้อย	ปานกลาง	มาก		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ศูนย์มีระบบวางบิลที่ยุ่งยากและไม่ชัดเจน	33 (28.70)	25 (21.74)	2 (1.74)	60 (52.17)	55 (47.83)
ศูนย์ไม่มีกระบวนการรับแจ้งปัญหาผู้เช่า	30 (26.09)	21 (18.26)	16 (13.91)	67 (58.26)	48 (41.74)

จากตารางที่ 21 พบว่า ปัญหาด้านกระบวนการบริการ ที่ร้านค้าผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ไม่มีกระบวนการรับแจ้งปัญหาผู้เช่า ร้อยละ 58.26 ปัญหาที่พบรองลงไป คือศูนย์ มีระบบวางบิลที่ยุ่งยากและไม่ชัดเจน ร้อยละ 52.17

ตารางที่ 22 ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพของร้านคอมพิวเตอร์ที่ใช้บริการเช่าพื้นที่ของศูนย์คอมพิวเตอร์ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหา ด้านลักษณะทางกายภาพ	พบปัญหาในระดับ			รวมพบ ปัญหา	ไม่พบ ปัญหา
	น้อย	ปานกลาง	มาก		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ศูนย์ มีร้านค้าอื่นๆ อยู่มาก ทำให้ ไม่เหมือนศูนย์เฉพาะด้านคอมพิวเตอร์	34 (29.57)	31 (26.96)	10 (8.70)	75 (65.22)	40 (34.78)
ป้ายชื่อศูนย์เล็ก ไม่ชัดเจน	27 (23.48)	38 (33.04)	8 (6.96)	73 (63.48)	42 (36.52)
บริเวณศูนย์และรอบๆ มีทัศนียภาพไม่ สวยงาม สกปรก	29 (25.22)	28 (24.35)	11 (9.57)	68 (59.13)	47 (40.87)

จากตารางที่ 22 พบว่า ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ร้านค้าผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ศูนย์ มีร้านค้าอื่นๆ อยู่มาก ทำให้ไม่เหมือนศูนย์เฉพาะด้านคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 65.22 ปัญหาที่พบรองลงไป คือ ป้ายชื่อศูนย์เล็ก ไม่ชัดเจน ร้อยละ 63.48 และ บริเวณศูนย์และรอบๆ มีทัศนียภาพไม่สวยงาม สกปรก ร้อยละ 59.13

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของร้านค้า

4.1 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ จำแนกตาม ประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทธุรกิจ		
	ร้านคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์	ร้านจำหน่ายซอฟต์แวร์	ร้านอุปกรณ์และร้านอื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ตำแหน่ง-ทำเลของห้องเช่าในพื้นที่ของศูนย์	4.48 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)
สัดส่วนพื้นที่เช่ามีหลายขนาดให้เลือก	4.08 (มาก)	4.25 (มาก)	3.83 (มาก)
พื้นที่เช่าแต่ละส่วนเห็นได้ชัดเจนสะดวกในการค้นหา	4.08 (มาก)	3.75 (มาก)	3.88 (มาก)
ศูนย์กำหนดพื้นที่เฉพาะ(zone)ของกลุ่มสินค้าไว้เป็นสัดส่วน	3.44 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)
ศูนย์ให้สิทธิร้านค้าในการตกแต่งหน้าร้านตามต้องการ	4.13 (มาก)	3.58 (มาก)	4.00 (มาก)
ศูนย์มีขนาดใหญ่ พื้นที่จัดสรรไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก	3.72 (มาก)	4.00 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
ชื่อเสียงของศูนย์ ในฐานะเป็นศูนย์การค้าด้านคอมพิวเตอร์	4.08 (มาก)	4.25 (มาก)	3.83 (มาก)
ศูนย์มีระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง	3.90 (มาก)	4.17 (มาก)	3.63 (มาก)

ตารางที่ 23 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ จำแนกตาม ประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทธุรกิจ		
	ร้านคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์	ร้านจำหน่าย ซอฟต์แวร์	ร้านอุปกรณ์ฯและ ร้านอื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ศูนย์มีห้องน้ำสะอาดเพียงพอ	3.73 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
ศูนย์มีร้านอาหารภายในศูนย์	3.38 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.25 (น้อย)
ศูนย์มีระบบปรับอากาศใน พื้นที่ส่วนรวม	3.99 (มาก)	3.50 (มาก)	3.96 (มาก)
ศูนย์มีการจัดพื้นที่สำหรับลูกค้าที่มา ซื้อสินค้าพักผ่อนโดยเฉพาะ	3.22 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
ศูนย์มีระบบอินเทอร์เน็ตเน็ต ชนิดไร้สาย ภายในศูนย์	3.51 (มาก)	2.83 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
ศูนย์มีระบบไฟฟ้า-โทรศัพท์อย่าง เพียงพอกับผู้เช่า	4.10 (มาก)	3.92 (มาก)	3.71 (มาก)
ระยะเวลาที่ศูนย์เริ่มเปิดบริการ จนถึงปัจจุบัน	3.73 (มาก)	4.00 (มาก)	3.08 (ปานกลาง)
เวลาในการเปิดและปิดทำการใน แต่ละวันของศูนย์	3.80 (มาก)	3.92 (มาก)	3.75 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.83 (มาก)	3.71 (มาก)	3.55 (มาก)

จากตารางที่ 23 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามไม่ว่าจะเป็นร้านคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ ร้านจำหน่ายซอฟต์แวร์ ร้านอุปกรณ์เบ็ดเตล็ดและร้านอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก

โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในแต่ละประเภทธุรกิจ มีดังนี้

- ร้านคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ ร้านอุปกรณ์ฯและร้านอื่นๆ ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านตำแหน่ง-ทำเล ของห้องเช่าในพื้นที่ของศูนย์ ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก
- ร้านจำหน่ายซอฟต์แวร์ ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านตำแหน่ง-ทำเลของห้องเช่าในพื้นที่ของศูนย์ ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ จำแนกตาม ประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านราคา	ประเภทธุรกิจ		
	ร้านคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์	ร้านจำหน่าย ซอฟต์แวร์	ร้านอุปกรณ์ฯและ ร้านอื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร	3.81 (มาก)	3.75 (มาก)	3.88 (มาก)
ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อห้อง	3.73 (มาก)	4.08 (มาก)	3.54 (มาก)
ไม่ต้องมัดจำค่าเช่าล่วงหน้า	3.71 (มาก)	4.17 (มาก)	3.83 (มาก)
ตั้งราคาตามทำเลของห้องต่างๆ	3.68 (มาก)	4.00. (มาก)	3.75 (มาก)
ราคาค่าเช่าเมื่อเทียบกับศูนย์อื่น ประหยัดกว่า	3.46 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.50 (มาก)
ราคาค่าเช่ารวมค่าใช้จ่ายส่วนกลาง ไว้ด้วยแล้ว	3.73 (มาก)	3.75 (มาก)	3.92 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.68 (มาก)	3.92 (มาก)	3.73 (มาก)

จากตารางที่ 24 พบว่า ร้านค้าทุกประเภท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในแต่ละประเภทธุรกิจ มีดังนี้

- ร้านคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้าน ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก
- ร้านจำหน่ายซอฟต์แวร์ ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้าน ไม่ต้องมัดจำค่าเช่าล่วงหน้า ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก
- ร้านอุปกรณ์ฯและร้านอื่นๆ ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้าน ราคาค่าเช่ารวมค่าใช้จ่ายส่วนกลางไว้ด้วยแล้ว ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ จำแนกตาม ประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านสถานที่	ประเภทธุรกิจ		
	ร้านคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์	ร้านจำหน่าย ซอฟต์แวร์	ร้านอุปกรณ์ฯและ ร้านอื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การคมนาคมสะดวก	4.22 (มาก)	4.08 (มาก)	4.13 (มาก)
อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า	4.24 (มาก)	4.17 (มาก)	3.71 (มาก)
อยู่ในพื้นที่ใกล้สถานศึกษา	4.11 (มาก)	3.83 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
มีการติดตั้งตู้ ATM บริเวณศูนย์ หรือใกล้เคียง	4.15 (มาก)	3.75 (มาก)	3.75 (มาก)
มีศูนย์บริการของสินค้าต่างๆ ภายในศูนย์	3.72 (มาก)	3.75 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)
มีพื้นที่จอดรถเพียงพอกับลูกค้า ที่มาใช้บริการ	4.35 (มาก)	4.08 (มาก)	4.17 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.13 (มาก)	3.97 (มาก)	3.77 (มาก)

จากตารางที่ 25 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามไม่ว่าจะเป็นร้านคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ ร้านจำหน่ายซอฟต์แวร์ ร้านอุปกรณ์เบ็ดเตล็ดและร้านอื่นๆให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ในระดับมาก

โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในแต่ละประเภทธุรกิจ มีดังนี้

- ร้านคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ ร้านอุปกรณ์ฯและร้านอื่นๆ ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านมีพื้นที่จอดรถเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก

- ร้านจำหน่ายซอฟต์แวร์ ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านอยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ จำแนกตาม ประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด	ประเภทธุรกิจ		
	ร้านคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์	ร้านจำหน่าย ซอฟต์แวร์	ร้านอุปกรณ์ฯและ ร้านอื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ท้องถิ่นต่างๆ	4.10 (มาก)	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)
สัญญาระยะยาวมีส่วนลดค่าเช่า	3.72 (มาก)	3.50 (มาก)	3.75 (มาก)
มีส่วนลดเมื่อขยายพื้นที่เช่า	3.76 (มาก)	3.83 (มาก)	3.75 (มาก)
มีการจัดงานต่างๆ เพื่อดึงดูดคน ให้มาที่ศูนย์	3.77 (มาก)	3.83 (มาก)	3.75 (มาก)
มีการติดป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ ตามสถานที่ต่างๆ	3.87 (มาก)	3.75 (มาก)	3.83 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.86 (มาก)	3.84 (มาก)	3.84 (มาก)

จากตารางที่ 26 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามไม่ว่าจะเป็นร้านคอมพิวเตอร์และ
อุปกรณ์ ร้านจำหน่ายซอฟต์แวร์ ร้านอุปกรณ์เบ็ดเตล็ดและร้านอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการ
ส่งเสริมการตลาดในระดับมาก

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในธุรกิจทุกประเภท ได้แก่ ด้านมีการโฆษณาผ่านสื่อ
สิ่งพิมพ์ท้องถิ่นต่างๆ ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ จำแนกตาม ประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ประเภทธุรกิจ		
	ร้านคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์	ร้านจำหน่าย ซอฟต์แวร์	ร้านอุปกรณ์ฯ ร้านและอื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บุคลากรของศูนย์มีมนุษยสัมพันธ์ดี อภยาศัยเป็นมิตร	3.99 (มาก)	3.67 (มาก)	3.96 (มาก)
บุคลากรของศูนย์มีทักษะในการแก้ไข ปัญหาด้านสาธารณูปโภคของศูนย์	3.90 (มาก)	3.58 (มาก)	3.83 (มาก)
บุคลากรของศูนย์แก้ปัญหาให้ทันที อย่างรวดเร็ว	3.99 (มาก)	3.67 (มาก)	3.88 (มาก)
บุคลากรของศูนย์มีความเข้าใจใน ข้อกำหนดการเช่าและสามารถอธิบายได้	3.86 (มาก)	3.75 (มาก)	3.88 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.93 (มาก)	3.64 (มาก)	3.89 (มาก)

จากตารางที่ 27 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามไม่ว่าจะเป็นร้านคอมพิวเตอร์และ
อุปกรณ์ ร้านจำหน่ายซอฟต์แวร์ ร้านอุปกรณ์เบ็ดเตล็ดและร้านอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้าน
บุคลากรในระดับมาก

โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในแต่ละประเภทธุรกิจ มีดังนี้

- ร้านคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ ได้แก่ บุคลากรของศูนย์มีมนุษยสัมพันธ์ดี อภยาศัยเป็น
มิตร และบุคลากรของศูนย์ มีทักษะในการแก้ไขปัญหาด้านสาธารณูปโภคของศูนย์ ซึ่งให้
ความสำคัญในระดับมาก

- ร้านจำหน่ายซอฟต์แวร์ ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรของศูนย์มีความเข้าใจในข้อ
กำหนดการเช่าและสามารถอธิบายได้ ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก

- ร้านอุปกรณ์ฯและร้านอื่นๆ ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรของศูนย์มีมนุษยสัมพันธ์
อภยาศัยเป็นมิตร ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ จำแนกตาม ประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้าน กระบวนการบริการ	ประเภทธุรกิจ		
	ร้านคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์	ร้านจำหน่าย ซอฟต์แวร์	ร้านอุปกรณ์ฯและ ร้านอื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ศูนย์มีระบบวางบิลและออกบิล ให้ผู้เช่าที่รวดเร็วและชัดเจน	3.99 (มาก)	3.75 (มาก)	4.04 (มาก)
มีกระบวนการรับแจ้งปัญหา ของผู้เช่า	3.81 (มาก)	3.67 (มาก)	3.79 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.90 (มาก)	3.71 (มาก)	3.91 (มาก)

จากตารางที่ 28 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามไม่ว่าจะเป็นร้านคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ ร้านจำหน่ายซอฟต์แวร์ ร้านอุปกรณ์เบ็ดเตล็ดและร้านอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการในระดับมาก

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในธุรกิจทุกประเภท ได้แก่ ด้านศูนย์มีระบบวางบิลและออกบิลให้ผู้เช่าที่รวดเร็วและชัดเจน ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ จำแนกตาม ประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้าน ลักษณะทางกายภาพ	ประเภทธุรกิจ		
	ร้านคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์	ร้านจำหน่าย ซอฟต์แวร์	ร้านอุปกรณ์ฯและ ร้านอื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีร้านค้าด้านอื่นๆ ไม่ได้เป็น ด้านคอมพิวเตอร์อย่างเดียว	3.32 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
จัดบรรยากาศ ตกแต่งเหมาะสม กับศูนย์คอมพิวเตอร์	3.73 (มาก)	3.83 (มาก)	4.04 (มาก)
มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เปิดในศูนย์	3.46 (มาก)	3.67 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
ความสะอาดของศูนย์และ บริเวณโดยรอบ	3.92 (มาก)	4.08 (มาก)	3.96 (มาก)
ป้ายชื่อศูนย์ขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจน	3.95 (มาก)	4.08 (มาก)	3.88 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.67 (มาก)	3.78 (มาก)	3.76 (มาก)

จากตารางที่ 29 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามไม่ว่าจะเป็นร้านคอมพิวเตอร์และ
อุปกรณ์ ร้านจำหน่ายซอฟต์แวร์ ร้านอุปกรณ์เบ็ดเตล็ดและร้านอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้าน
ลักษณะทางกายภาพในระดับมาก

โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในแต่ละประเภทธุรกิจ มีดังนี้

- ร้านคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ ได้แก่ ป้ายชื่อศูนย์ขนาดใหญ่เห็นได้ชัดเจน ซึ่งให้
ความสำคัญในระดับมาก
- ร้านจำหน่ายซอฟต์แวร์ ได้แก่ ป้ายชื่อศูนย์ขนาดใหญ่เห็นได้ชัดเจน และความสะอาดของ
ศูนย์และบริเวณโดยรอบ ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก
- ร้านอุปกรณ์ฯและร้านอื่นๆ ได้แก่ จัดบรรยากาศ ตกแต่งเหมาะสมกับศูนย์คอมพิวเตอร์
ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก

4.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามสถานที่ตั้ง

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ จำแนกตามสถานที่ตั้ง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	สถานที่ตั้ง (ศูนย์คอมพิวเตอร์)				
	คอมพิวเตอร์ พลาซ่า	ไอคอน สแควร์	คอมพิวเตอร์ และการศึกษา ซีเอ็ม	คอมพิวเตอร์ ซีดี	พื้นที่พื สาขาเชียงใหม่
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ตำแหน่ง-ทำเลของห้องเช่า ในพื้นที่ของศูนย์	4.46 (มาก)	4.28 (มาก)	4.41 (มาก)	4.10 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)
สัดส่วนพื้นที่เช่ามีหลาย ขนาดให้เลือก	3.15 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	4.02 (มาก)
พื้นที่เช่าแต่ละส่วนเห็นได้ ชัดเจน สะดวกในการค้น	3.62 (มาก)	3.67 (มาก)	3.81 (มาก)	3.60 (มาก)	4.47 (มาก)
ศูนย์กำหนดพื้นที่เฉพาะ กลุ่มสินค้าไว้เป็นสัดส่วน	3.31 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.98 (มาก)
ศูนย์ให้สิทธิร้านค้าใน การตกแต่งหน้าร้าน	3.38 (ปานกลาง)	4.39 (มาก)	3.70 (มาก)	4.00 (มาก)	4.30 (มาก)
ศูนย์มีขนาดใหญ่มีพื้นที่ จัดสรรไว้สำหรับเช่ามาก	2.77 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	4.21 (มาก)
ชื่อเสียงของศูนย์ ด้านเป็น ศูนย์การค้าคอมพิวเตอร์	4.23 (มาก)	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)	3.10 (ปานกลาง)	4.26 (มาก)
ศูนย์มีระบบรักษาความ ปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง	4.15 (มาก)	3.78 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	4.21 (มาก)
ศูนย์มีห้องน้ำสะอาด เพียงพอ	3.85 (มาก)	3.94 (มาก)	2.81 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	4.02 (มาก)

ตารางที่ 30 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ จำแนกตามสถานที่ตั้ง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	สถานที่ตั้ง (ศูนย์คอมพิวเตอร์)				
	คอมพิวเตอร์ พลาซ่า	ไอคอน สแควร์	คอมพิวเตอร์ และการศึกษา ซีเอ็ม	คอมพิวเตอร์ ซีดี	พันทิพย์ สาขาเชียงใหม่
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ศูนย์มีร้านอาหาร ภายในศูนย์	3.62 (มาก)	2.94 (ปานกลาง)	2.44 (น้อย)	2.50 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
ศูนย์มีระบบปรับอากาศ ในพื้นที่ ส่วนรวม	3.92 (มาก)	3.83 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	4.43 (มาก)
ศูนย์มีการจัดพื้นที่ สำหรับลูกค้าที่มาซื้อ สินค้าพักผ่อนโดยเฉพาะ	3.15 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
ศูนย์มีระบบอินเทอร์เน็ต ชนิดไร้สายภายในศูนย์	2.38 (น้อย)	4.00 (มาก)	2.37 (น้อย)	2.30 (น้อย)	4.30 (มาก)
ศูนย์มีระบบไฟฟ้า- โทรศัพท์เพียงพอกับผู้ใช้	3.85 (มาก)	3.78 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	4.68 (มากที่สุด)
ระยะเวลาที่ศูนย์ เริ่มเปิด บริการ จนถึงปัจจุบัน	3.85 (มาก)	4.06 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)
เวลาในการเปิดและปิด ในแต่ละวันของศูนย์	3.46 (ปานกลาง)	3.94 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	4.15 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.57 (มาก)	3.76 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	4.15 (มาก)

จากตารางที่ 30 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานที่ตั้ง ดังนี้ ร้านค้าที่ตั้งอยู่ที่ ศูนย์คอมพิวเตอร์พลาซ่า ศูนย์คอมพิวเตอร์ไอคอน สแควร์ และศูนย์คอมพิวเตอร์พันทิพย์ สาขาเชียงใหม่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม อยู่ในระดับมาก ในขณะที่ร้านค้าที่ตั้งอยู่ที่ ศูนย์คอมพิวเตอร์และการศึกษาซีเอ็ม และศูนย์คอมพิวเตอร์คอมพิวเตอร์ซีดี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับปานกลาง

โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในแต่ละประเภทธุรกิจ มีดังนี้

- ร้านค้าที่มีที่ตั้งที่ศูนย์คอมพิวเตอร์พลาซ่า ศูนย์คอมพิวเตอร์และการศึกษาซีเอ็ม และศูนย์คอมพิวเตอร์ซีดีได้แก่ ตำแหน่ง-ทำเลของห้องเช่าในพื้นที่ของศูนย์ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก
- ร้านค้าที่มีที่ตั้งที่ศูนย์คอมฯไอคอน สแควร์ ได้แก่ ศูนย์ให้สิทธิร้านค้าในการตกแต่งหน้าร้านตามต้องการ ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก
- ร้านค้าที่มีที่ตั้งที่ศูนย์คอมฯพันทิพย์ สาขาเชียงใหม่ ได้แก่ ศูนย์มีระบบไฟฟ้า-โทรศัพท์อย่างเพียงพอกับผู้เช่า ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ จำแนกตามสถานที่ตั้ง

ปัจจัยด้านราคา	สถานที่ตั้ง (ศูนย์คอมพิวเตอร์)				
	คอมพิวเตอร์ พลาซ่า	ไอคอน สแควร์	คอมพิวเตอร์ และการศึกษา ซีเอ็ม	คอมพิวเตอร์ ซีดี	พันทิพย์ สาขาเชียงใหม่
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)	3.56 (มาก)	3.60 (มาก)	3.62 (มาก)
ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อห้อง	3.31 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.50 (มาก)	4.02 (มาก)
ไม่ต้องมัดจำค่าเช่า ล่วงหน้า	3.15 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	2.30 (น้อย)	4.36 (มาก)
ตั้งราคาตามทำเลของ ห้องต่างๆ	3.00 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.94 (มาก)
ราคาค่าเช่าเมื่อเทียบกับ ศูนย์อื่นประหยัดกว่า	3.85 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.40 (น้อย)	3.30 (ปานกลาง)
ราคาค่าเช่ารวมค่าใช้จ่าย ส่วนกลางไว้ด้วยแล้ว	3.46 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	2.30 (น้อย)	4.19 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.47 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)

จากตารางที่ 31 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาจำแนกตามสถานที่ตั้ง ดังนี้ ร้านค้าที่ตั้งอยู่ที่ศูนย์คอมฯ ไอคอน สแควร์ และศูนย์คอมฯ พันทิพย์ สาขาเชียงใหม่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม อยู่ในระดับมาก ในขณะที่ร้านค้าที่ตั้งอยู่ที่ ศูนย์คอมฯ คอมพิวเตอร์พลาซ่า ศูนย์คอมฯ คอมพิวเตอร์และการศึกษาซีเอ็ม และศูนย์คอมฯ คอมพิวเตอร์ซีดี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง

โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในแต่ละประเภทธุรกิจ มีดังนี้

- ร้านค้าที่มีที่ตั้งที่ศูนย์คอมฯ คอมพิวเตอร์พลาซ่า ศูนย์คอมฯ ไอคอน สแควร์ และศูนย์คอมฯ คอมพิวเตอร์ซีดี ได้แก่ ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก

- ร้านค้าที่มีที่ตั้งที่ศูนย์คอมฯคอมพิวเตอร์และการศึกษาซีเอ็ม ได้แก่ ราคาเช่าคิดแบบต่อห้องซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก

- ร้านค้าที่มีที่ตั้งที่ ศูนย์คอมฯพันทิพย์ สาขาเชียงใหม่ ได้แก่ ไม่ต้องมีเงินมัดจำล่วงหน้าซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ จำแนกตามสถานที่ตั้ง

ปัจจัยด้านสถานที่	สถานที่ตั้ง (ศูนย์คอมพิวเตอร์)				
	คอมพิวเตอร์ พลาซ่า	ไอคอน สแควร์	คอมพิวเตอร์ และการศึกษา ซีเอ็ม	คอมพิวเตอร์ ซีดี	พันทิพย์ สาขาเชียงใหม่
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การคมนาคมสะดวก	3.62 (มาก)	4.39 (มาก)	3.56 (มาก)	3.70 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)
อยู่ในพื้นที่ที่เป็น ย่านการค้า	3.92 (มาก)	4.11 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)
อยู่ในพื้นที่ใกล้ สถานศึกษา	2.77 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	4.11 (มาก)
มีการติดตั้งตู้ ATM บริเวณศูนย์หรือใกล้เคียง	4.15 (มาก)	4.11 (มาก)	3.04 (ปานกลาง)	1.90 (น้อย)	4.53 (มากที่สุด)
มีศูนย์บริการของสินค้า ต่างๆ ภายในศูนย์	3.15 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.10 (น้อย)	4.00 (มาก)
มีพื้นที่จอดรถเพียงพอกับ ลูกค้าที่มาใช้บริการ	3.77 (มาก)	4.17 (มาก)	3.78 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	4.77 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.56 (มาก)	3.97 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	4.40 (มาก)

จากตารางที่ 32 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่จำแนกตามสถานที่ตั้ง ดังนี้ ศูนย์คอมฯคอมพิวเตอร์พลาซ่า ศูนย์คอมฯไอคอน สแควร์ และศูนย์

คอมพิวเตอร์ สาขาเชียงใหม่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่โดยรวม อยู่ในระดับมาก ในขณะที่ร้านค้าที่ตั้งอยู่ที่ ศูนย์คอมพิวเตอร์และการศึกษาซีเอ็มและศูนย์คอมพิวเตอร์ซีดี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมในระดับปานกลาง

โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในแต่ละประเภทธุรกิจ มีดังนี้

- ร้านค้าที่มีที่ตั้งที่ศูนย์คอมพิวเตอร์ สแควร์ และศูนย์คอมพิวเตอร์ซีดี ได้แก่ การคมนาคมสะดวก ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก
- ร้านค้าที่มีที่ตั้งที่ศูนย์คอมพิวเตอร์พลาซ่า ได้แก่ มีการติดตั้งตู้ ATM บริเวณศูนย์หรือใกล้เคียง ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก
- ร้านค้าที่มีที่ตั้งที่ศูนย์คอมพิวเตอร์และการศึกษาซีเอ็ม ได้แก่ ศูนย์ มีพื้นที่จอดรถเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก
- ร้านค้าที่มีที่ตั้งที่ศูนย์คอมพิวเตอร์ สาขาเชียงใหม่ ได้แก่ มีพื้นที่จอดรถเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ จำแนกตามสถานที่ตั้ง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	สถานที่ตั้ง (ศูนย์คอมพิวเตอร์)				
	คอมพิวเตอร์ พลาซ่า	ไอคอน สแควร์	คอมพิวเตอร์ และการศึกษา ซีเอ็ม	คอมพิวเตอร์ ซีดี	พันทิพย์ สาขาเชียงใหม่
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
มีการโฆษณาศูนย์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นต่างๆ	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	2.40 (น้อย)	4.60 (มากที่สุด)
สัญญาระยะเวลาเช่าส่วนลดค่าเช่า	3.69 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	1.70 (น้อย)	4.13 (มาก)
มีส่วนลดเมื่อขยายพื้นที่เช่า	3.31 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	4.26 (มาก)
มีการจัดงานต่างๆ เพื่อดึงดูดคนใหม่มาที่ศูนย์	3.38 (ปานกลาง)	4.11 (มาก)	2.56 (ปานกลาง)	2.10 (น้อย)	4.15 (มาก)
มีการติดป้ายโฆษณาศูนย์ขนาดใหญ่ตามสถานที่ต่างๆ	3.69 (มาก)	3.50 (มาก)	2.93 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	4.34 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.62 (มาก)	3.55 (มาก)	2.93 (ปานกลาง)	2.14 (น้อย)	4.29 (มาก)

จากตารางที่ 33 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามสถานที่ตั้ง ดังนี้ ศูนย์คอมพิวเตอร์พลาซ่า ศูนย์คอมพิวเตอร์ไอคอน สแควร์ และศูนย์คอมพิวเตอร์พันทิพย์ สาขาเชียงใหม่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก ในขณะที่ร้านค้าที่ตั้งอยู่ที่ ศูนย์คอมพิวเตอร์และการศึกษาซีเอ็ม ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง และศูนย์คอมพิวเตอร์ซีดี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับน้อย

โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในแต่ละประเภทธุรกิจ มีดังนี้

- ร้านค้าที่มีที่ตั้งที่ศูนย์คอมพิวเตอร์พลาซ่า ได้แก่ มีการโฆษณาศูนย์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นต่างๆ ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก

- ร้านค้าที่มีที่ตั้งที่ศูนย์คอมพิวเตอร์ ไอคอน สแควร์ ได้แก่ มีการจัดงานต่างๆเพื่อดึงดูดคนให้มาที่ศูนย์ ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก
- ร้านค้าที่มีที่ตั้งที่ศูนย์คอมพิวเตอร์และการศึกษาซีเอ็ม ได้แก่ มีการโฆษณาศูนย์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นต่างๆซึ่งให้ความสำคัญในระดับปานกลาง
- ร้านค้าที่มีที่ตั้งที่ศูนย์คอมพิวเตอร์ซีดี ได้แก่ การมีส่วนลดเมื่อขยายพื้นที่เช่า ซึ่งให้ความสำคัญในระดับปานกลาง
- ร้านค้าที่มีที่ตั้งที่ศูนย์คอมพิวเตอร์ สาขาเชียงใหม่ ได้แก่ มีการโฆษณาศูนย์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นต่างๆ ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ จำแนกตามสถานที่ตั้ง

ปัจจัยด้านบุคลากร	สถานที่ตั้ง (ศูนย์คอมพิวเตอร์)				
	คอมพิวเตอร์ พลาซ่า	ไอคอน สแควร์	คอมพิวเตอร์ และการศึกษา ซีเอ็ม	คอมพิวเตอร์ ซีดี	พันทิพย์ สาขาเชียงใหม่
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บุคลากรของศูนย์มี มนุษย์ สัมพันธ์ดี อธิบายเป็นมิตร	3.62 (มาก)	4.17 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	4.17 (มาก)
บุคลากรของศูนย์มีทักษะใน การแก้ไขปัญหาด้าน สาธารณูปโภคของศูนย์	3.46 (มาก)	4.06 (มาก)	3.07 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	4.23 (มาก)
บุคลากรของศูนย์แก้ปัญหา ให้ทันที อย่างรวดเร็ว	3.92 (มาก)	3.72 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)	2.40 (น้อย)	4.34 (มาก)
บุคลากรของศูนย์มีความ เข้าใจในข้อกำหนดการเช่า และสามารถอธิบายได้	2.92 (ปานกลาง)	4.11 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	2.30 (น้อย)	4.26 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.48 (มาก)	4.01 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	4.25 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามสถานที่ตั้ง ดังนี้ ศูนย์คอมพิวเตอร์พลาซ่า ศูนย์คอมพิวเตอร์ไอคอน สแควร์ และศูนย์คอมพิวเตอร์พันทิพย์ สาขาเชียงใหม่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวม อยู่ในระดับมาก ในขณะที่ร้านค้าที่ตั้งอยู่ที่ ศูนย์คอมพิวเตอร์และการศึกษาซีเอ็ม และศูนย์คอมพิวเตอร์ซีดี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมในระดับปานกลาง

โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในแต่ละประเภทธุรกิจ มีดังนี้

- ร้านค้าที่มีที่ตั้งที่ศูนย์คอมพิวเตอร์พลาซ่า และศูนย์คอมพิวเตอร์พันทิพย์ สาขาเชียงใหม่ ได้แก่ บุคลากรของศูนย์แก้ปัญหาให้ทันที อย่างรวดเร็ว ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก

- ร้านค้าที่มีที่ตั้งที่ ศูนย์คอมพิวเตอร์ไอคอน สแควร์ และศูนย์คอมพิวเตอร์ซีดี ได้แก่ บุคลากรของศูนย์มีมนุษย์สัมพันธ์ดี อธิบายเป็นมิตร ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก

- ร้านค้าที่มีที่ตั้งที่ ศูนย์คอมฯคอมพิวเตอร์และการศึกษาซีเอ็มได้แก่ บุคลากรของศูนย์มีมนุษย์สัมพันธ์ดี อธิบายเป็นมิตร ซึ่งให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ จำแนกตามสถานที่ตั้ง

ปัจจัย ด้านกระบวนการ	สถานที่ตั้ง (ศูนย์คอมพิวเตอร์)				
	คอมพิวเตอร์ พลาซ่า	ไอคอน สแควร์	คอมพิวเตอร์ และการศึกษา ซีเอ็ม	คอมพิวเตอร์ ซีดี	พันทิพย์ สาขาเชียงใหม่
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ศูนย์มีระบบวางบิลและออกบิลให้ผู้เช่าที่รวดเร็วและชัดเจน	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)	3.52 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	4.30 (มาก)
มีกระบวนการรับแจ้งปัญหาของผู้เช่า	3.62 (มาก)	3.72 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	4.13 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.81 (มาก)	3.89 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	4.21 (มาก)

จากตารางที่ 35 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามสถานที่ตั้ง ดังนี้ ศูนย์คอมฯคอมพิวเตอร์พลาซ่า ศูนย์คอมฯไอคอน สแควร์ และศูนย์คอมฯพันทิพย์ สาขาเชียงใหม่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวม อยู่ในระดับมาก ในขณะที่ร้านค้าที่ตั้งอยู่ที่ ศูนย์คอมฯคอมพิวเตอร์และการศึกษาซีเอ็ม และศูนย์คอมฯคอมพิวเตอร์ซีดี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมในระดับปานกลาง

โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในแต่ละประเภทธุรกิจ มีดังนี้

- ร้านค้าที่มีที่ตั้งที่ศูนย์คอมฯคอมพิวเตอร์พลาซ่า ศูนย์คอมฯไอคอน สแควร์ ศูนย์คอมฯคอมพิวเตอร์และการศึกษาซีเอ็ม และศูนย์คอมฯพันทิพย์ สาขาเชียงใหม่ ได้แก่ ศูนย์มีระบบวางบิลและออกบิลให้ผู้เช่าที่รวดเร็วและชัดเจน ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก

- ร้านค้าที่มีที่ตั้งที่ศูนย์คอมฯคอมพิวเตอร์ซีดี ได้แก่ ศูนย์มีระบบวางบิลและออกบิลให้ผู้เช่าที่รวดเร็วและชัดเจน ซึ่งให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ จำแนกตามสถานที่ตั้ง

ปัจจัยด้าน ลักษณะทางกายภาพ	สถานที่ตั้ง (ศูนย์คอมพิวเตอร์)				
	คอมพิวเตอร์ พลาซ่า	ไอคอน สแควร์	คอมพิวเตอร์ และการศึกษา ซีเอ็ม	คอมพิวเตอร์ ซีดี	พื้นที่พื สาขา เชียงใหม่
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีร้านอื่นๆ ไม่ได้เป็นด้าน คอมพิวเตอร์อย่างเดียว	3.00 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
จัดบรรยากาศ ตกแต่ง เหมาะสมกับศูนย์คอมฯ	3.23 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.07 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	4.19 (มาก)
มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่ มีชื่อเสียงเปิดในศูนย์	3.38 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
ความสะอาดของศูนย์ และ บริเวณ โดยรอบ	3.54 (มาก)	4.00 (มาก)	2.96 (ปานกลาง)	2.40 (น้อย)	4.51 (มากที่สุด)
ป้ายชื่อศูนย์ ขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจน	3.54 (มาก)	4.28 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	4.23 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.34 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.02 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.91 (มาก)

จากตารางที่ 36 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพจำแนกตามสถานที่ตั้ง ดังนี้ ศูนย์คอมฯ ไอคอน สแควร์ และศูนย์คอมฯพื้นที่พื สาขา เชียงใหม่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวม ในระดับมาก ในขณะที่ร้านค้าที่ตั้งอยู่ที่ ศูนย์คอมฯคอมพิวเตอร์พลาซ่า ศูนย์คอมฯคอมพิวเตอร์และการศึกษาซีเอ็ม และศูนย์คอมฯคอมพิวเตอร์ซีดี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในแต่ละประเภทธุรกิจ มีดังนี้

- ร้านค้าที่มีที่ตั้งที่ศูนย์คอมฯคอมพิวเตอร์พลาซ่า ได้แก่ ความสะอาดของศูนย์และบริเวณโดยรอบ และป้ายชื่อศูนย์ ขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจน ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก

- ร้านค้าที่มีที่ตั้งที่ศูนย์คอมพิวเตอร์ ไอคอน สแควร์ ได้แก่ ป้ายชื่อศูนย์ ขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจน ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก
- ร้านค้าที่มีที่ตั้งที่ศูนย์คอมพิวเตอร์และการศึกษาซีเอ็ม ได้แก่ ป้ายชื่อศูนย์ ขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจน ซึ่งให้ความสำคัญในระดับปานกลาง
- ร้านค้าที่มีที่ตั้งที่ศูนย์คอมพิวเตอร์ซีดี ได้แก่ จัดบรรยากาศ ตกแต่งเหมาะสมกับศูนย์คอมพิวเตอร์ ซึ่งให้ความสำคัญในระดับปานกลาง
- ร้านค้าที่มีที่ตั้งที่ศูนย์คอมพิวเตอร์ สาขาเชียงใหม่ ได้แก่ ความสะอาดของศูนย์ และบริเวณโดยรอบ ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

4.3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามค่าเช่า

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ จำแนกตามค่าเช่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเช่าต่อเดือน (บาท)			
	< 10,000	10,000-20,000	20,001-30,000	> 30,000
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
	(แปลผล)	(แปลผล)	(แปลผล)	(แปลผล)
ตำแหน่ง-ทำเลของห้องเช่าในพื้นที่ของศูนย์	4.48 (มาก)	4.41 (มาก)	4.46 (มาก)	4.40 (มาก)
สัดส่วนพื้นที่เช่ามีหลายขนาดให้เลือก	3.56 (มาก)	3.89 (มาก)	3.79 (มาก)	2.40 (น้อย)
พื้นที่เช่าแต่ละส่วนเห็นได้ชัดเจนสะดวกในการค้นหา	3.56 (มาก)	4.19 (มาก)	4.29 (มาก)	3.70 (มาก)
ศูนย์กำหนดพื้นที่เฉพาะ (zone) ของกลุ่มสินค้าไว้เป็นสัดส่วน	3.33 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	2.60 ปานกลาง
ศูนย์ให้สิทธิร้านค้าในการตกแต่งหน้าร้านตามต้องการ	4.07 (มาก)	4.13 (มาก)	4.17 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)
ศูนย์มีขนาดใหญ่ พื้นที่จัดสรรไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก	3.56 (มาก)	3.69 (มาก)	3.92 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
ชื่อเสียงของศูนย์ในฐานะเป็นศูนย์การค้าด้านคอมพิวเตอร์	4.07 (มาก)	4.13 (มาก)	3.92 (มาก)	3.80 (มาก)
ศูนย์มีระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง	4.15 (มาก)	3.81 (มาก)	3.83 (มาก)	3.50 (มาก)
ศูนย์ มีห้องน้ำสะอาดเพียงพอ	4.00 (มาก)	3.63 (มาก)	3.67 (มาก)	2.80 (ปานกลาง)
ศูนย์ มีร้านอาหารภายในศูนย์	3.52 (มาก)	3.06 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)

ตารางที่ 37 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ จำแนกตามค่าเช่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเช่าต่อเดือน (บาท)			
	< 10,000	10,000- 20,000	20,001- 30,000	> 30,000
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ศูนย์มีระบบปรับอากาศในพื้นที่ส่วนรวม	3.85 (มาก)	3.93 (มาก)	4.33 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)
ศูนย์มีการจัดพื้นที่สำหรับลูกค้าที่มาซื้อสินค้าพักผ่อน โดยเฉพาะ	3.37 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.30 (น้อย)
ศูนย์มีระบบอินเทอร์เน็ตชนิดไร้สายภายในศูนย์	3.63 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	2.40 (น้อย)
ศูนย์มีระบบไฟฟ้า-โทรศัพท์อย่างเพียงพอแก่ผู้เช่า	4.07 (มาก)	3.91 (มาก)	4.25 (มาก)	3.70 (มาก)
ระยะเวลาที่ศูนย์ เริ่มเปิดบริการจนถึงปัจจุบัน	3.67 (มาก)	3.70 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
เวลาในการเปิดและปิดทำการในแต่ละวันของศูนย์	3.74 (มาก)	3.94 (มาก)	3.71 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.79 (มาก)	3.77 (มาก)	3.82 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 37 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามค่าเช่า ดังนี้ พบว่าร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเช่าน้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน 10,000 ถึง 20,000 บาทต่อเดือน และ 20,001 ถึง 30,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม อยู่ในระดับมาก ในขณะที่ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเช่ามากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับปานกลาง

โดยทุกช่วงของค่าเช่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในระดับมากเท่ากัน ได้แก่ ตำแหน่ง-ทำเลของห้องเช่าในพื้นที่ของศูนย์

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ จำแนกตามค่าเช่า

ปัจจัยด้านราคา	ค่าเช่าต่อเดือน (บาท)			
	< 10,000	10,000-20,000	20,001-30,000	> 30,000
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร	3.93 (มาก)	3.83 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อห้อง	3.78 (มาก)	3.70 (มาก)	3.50 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
ไม่ต้องมัดจำค่าเช่าล่วงหน้า	3.93 (มาก)	3.78 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	2.10 (น้อย)
ตั้งราคาตามทำเลของห้องต่างๆ	4.07 (มาก)	3.65 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	2.40 (น้อย)
ราคาค่าเช่าเมื่อเทียบกับศูนย์อื่น ประหยัดกว่า	3.67 (มาก)	3.11 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
ราคาค่าเช่ารวมค่าใช้จ่าย ส่วนกลางไว้ด้วยแล้ว	4.00 (มาก)	3.52 (มาก)	3.96 (มาก)	2.30 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.90 (มาก)	3.60 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 38 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาจำแนกตามค่าเช่า ดังนี้ พบว่าร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเช่าน้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือนและ 10,000 ถึง 20,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเช่า 20,001 ถึง 30,000 บาทต่อเดือนและมากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง

โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละราคาค่าเช่าต่อเดือน มีดังนี้

- ร้านค้าที่มีค่าเช่าน้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน ได้แก่ ตั้งราคาตามทำเลของห้องต่างๆ ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก

- ร้านค้าที่มีค่าเช่า 10,000 ถึง 20,000 บาทต่อเดือน ได้แก่ ราคาเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก

- ร้านค้าที่มีค่าเช่า 20,001 ถึง 30,000 บาทต่อเดือน ได้แก่ ราคาเช่ารวมค่าใช้จ่ายส่วนกลางไว้ด้วยแล้ว ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก

- ร้านค้าที่มีค่าเช่ามากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน ได้แก่ ราคาเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร และราคาเช่าคิดแบบต่อห้อง ซึ่งให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ จำแนกตามค่าเช่า

ปัจจัยด้านสถานที่	ค่าเช่าต่อเดือน (บาท)			
	< 10,000	10,000-20,000	20,001-30,000	> 30,000
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การคมนาคมสะดวก ไม่ติดขัด	4.15 (มาก)	4.15 (มาก)	4.25 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)
อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า	4.19 (มาก)	3.93 (มาก)	4.21 (มาก)	3.80 (มาก)
อยู่ในพื้นที่ใกล้สถานศึกษา	4.11 (มาก)	3.59 (มาก)	3.46 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
มีการติดตั้งตู้ ATM บริเวณศูนย์ หรือใกล้เคียง	3.85 (มาก)	3.93 (มาก)	4.04 (มาก)	2.90 (ปานกลาง)
มีศูนย์บริการของสินค้าต่างๆ ภายในศูนย์	3.70 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	1.40 (น้อยที่สุด)
มีพื้นที่จอดรถเพียงพอกับลูกค้า ที่มาใช้บริการ	4.22 (มาก)	4.24 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	2.90 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.04 (มาก)	3.88 (มาก)	4.01 (มาก)	2.95 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 39 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามค่าเช่า ดังนี้ พบว่าร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเช่าน้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน

10,000 ถึง 20,000 บาทต่อเดือนและ 20,001 ถึง 30,000ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก ในขณะที่ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเช่า มากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมในระดับปานกลาง

โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละราคาค่าเช่าต่อเดือน มีดังนี้

- ร้านค้าที่มีค่าน้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน และ 10,000 ถึง 20,000 บาทต่อเดือน ได้แก่ ด้านมีพื้นที่จอดรถเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก
- ร้านค้าที่มีค่าเช่า 20,001 ถึง 30,000 บาทต่อเดือน ได้แก่ มีพื้นที่จอดรถเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด
- ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเช่ามากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน ได้แก่ อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า ซึ่งให้ความสำคัญระดับมาก

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ จำแนกตามค่าเช่า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเช่าต่อเดือน (บาท)			
	< 10,000	10,000-20,000	20,001-30,000	> 30,000
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นต่างๆ	4.15 (มาก)	4.00 (มาก)	4.17 (มาก)	2.90 (ปานกลาง)
สัญญาระยะเวลามีส่วนลดค่าเช่า	3.19 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.88 (มาก)	2.10 (น้อย)
มีส่วนลดเมื่อขยายพื้นที่เช่า	3.70 (มาก)	3.52 (มาก)	3.79 (มาก)	2.10 (น้อย)
มีการจัดงานต่างๆ เพื่อดึงดูดคนให้มาที่ศูนย์	3.67 (มาก)	3.59 (มาก)	3.67 (มาก)	2.20 (น้อย)
มีการคิดป้ายโฆษณาศูนย์ขนาดใหญ่ตามสถานที่ต่างๆ	3.63 (มาก)	3.65 (มาก)	3.83 (มาก)	2.70 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.67 (มาก)	3.66 (มาก)	3.87 (มาก)	2.40 (น้อย)

จากตารางที่ 40 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามค่าเช่า ดังนี้ พบว่าร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเช่าน้อยกว่า 10,000 บาท ต่อเดือน 10,000 ถึง 20,000 บาทต่อเดือนและ 20,001 ถึง 30,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม อยู่ในระดับมากโดยร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเช่ามากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับน้อย

โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละราคาค่าเช่าต่อเดือน มีดังนี้

- ร้านค้าที่มีค่าเช่าน้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน มีค่าเช่า 10,000 ถึง 20,000 บาทต่อเดือน และมีค่าเช่า 20,001 ถึง 30,000 บาทต่อเดือน ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นต่างๆ ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก

- ร้านค้าที่มีค่าเช่ามากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นต่างๆ ซึ่งให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ จำแนกตามค่าเช่า

ปัจจัยด้านบุคลากร	ค่าเช่าต่อเดือน (บาท)			
	< 10,000	10,000- 20,000	20,001- 30,000	> 30,000
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
บุคลากรของศูนย์มีมนุษยสัมพันธ์ดี อริยาศัยเป็นมิตร	4.11 (มาก)	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)	2.90 (ปานกลาง)
บุคลากรของศูนย์มีทักษะในการแก้ไข ปัญหาด้านสาธารณูปโภคของศูนย์	3.78 (มาก)	3.78 (มาก)	4.08 (มาก)	2.30 (น้อย)
บุคลากรของศูนย์แก้ปัญหาให้ทันที อย่างรวดเร็ว	3.74 (มาก)	3.78 (มาก)	4.21 (มาก)	2.60 (ปานกลาง)
บุคลากรของศูนย์มีความเข้าใจใน ข้อกำหนดการเช่าและสามารถอธิบายได้	3.81 (มาก)	3.74 (มาก)	3.92 (มาก)	2.40 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.9 (มาก)	3.8 (มาก)	4.1 (มาก)	2.6 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 41 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามค่าเช่า ดังนี้ พบว่าร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเช่าน้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน 10,000 ถึง 20,000 บาทต่อเดือนและ 20,001 ถึง 30,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวม อยู่ในระดับมาก โดยร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเช่า มากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมในระดับปานกลาง

โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละราคาค่าเช่าต่อเดือน มีดังนี้

- ร้านค้าที่มีค่าเช่าน้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือนและ 10,000 ถึง 20,000 บาทต่อเดือน ได้แก่ บุคลากรของศูนย์มีมนุษยสัมพันธ์ดี อริยาศัยเป็นมิตร ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก
- ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเช่า 20,001 ถึง 30,000 บาทต่อเดือน ได้แก่ บุคลากรของศูนย์แก้ปัญหาให้ทันที อย่างรวดเร็ว ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก
- ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเช่ามากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน ได้แก่ บุคลากรของศูนย์มีมนุษยสัมพันธ์ดี อริยาศัยเป็นมิตร ซึ่งให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ จำแนกตามค่าเช่า

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ค่าเช่าต่อเดือน (บาท)			
	< 10,000	10,000-20,000	20,001-30,000	> 30,000
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ศูนย์มีระบบวางบิลและออกบิลให้ ผู้เช่าที่รวดเร็วและชัดเจน	3.85 (มาก)	3.93 (มาก)	4.13 (มาก)	3.70 (มาก)
มีกระบวนการรับแจ้งปัญหา ของผู้เช่า	3.63 (มาก)	3.74 (มาก)	3.92 (มาก)	2.10 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.74 (มาก)	3.83 (มาก)	4.02 (มาก)	2.90 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 42 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามค่าเช่า ดังนี้ พบว่าร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเช่าน้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน 10,000 ถึง 20,000 บาทต่อเดือนและ 20,001 ถึง 30,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ โดยรวม อยู่ในระดับมากโดยร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเช่า มากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ โดยรวมในระดับปานกลาง

โดยทุกช่วงของค่าเช่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในระดับมากเท่ากัน ได้แก่ ศูนย์มีระบบวางบิลและออกบิลให้ผู้เช่าที่รวดเร็วและชัดเจน

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ จำแนกตามค่าเช่า

ปัจจัยด้าน ลักษณะทางกายภาพ	ค่าเช่าต่อเดือน (บาท)			
	< 10,000	10,000-20,000	20,001-30,000	> 30,000
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีร้านค้าด้านอื่นๆ ไม่ได้เป็น ด้านคอมพิวเตอร์อย่างเดียว	3.07 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
จัดบรรยากาศ ตกแต่ง เหมาะสมกับศูนย์คอมพิวเตอร์	3.63 (มาก)	3.76 (มาก)	3.96 (มาก)	2.30 (น้อย)
มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มี ชื่อเสียงเปิดในศูนย์	3.59 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)
ความสะอาดของศูนย์ และ บริเวณโดยรอบ	3.78 (มาก)	3.85 (มาก)	4.25 (มาก)	2.20 (น้อย)
ป้ายชื่อศูนย์ ขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจน	4.37 (มาก)	3.89 (มาก)	3.96 (มาก)	2.20 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.69 (มาก)	3.56 (มาก)	3.63 (มาก)	2.34 (น้อย)

จากตารางที่ 43 พบว่า ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพจำแนกตามค่าเช่า ดังนี้ พบว่าร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเช่าน้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน 10,000 ถึง 20,000 บาทต่อเดือนและ 20,001 ถึง 30,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเช่า มากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับน้อย

โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละราคาค่าเช่าต่อเดือน มีดังนี้

- ร้านค้าที่มีค่าเช่าน้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือนและ 10,000 ถึง 20,000 บาทต่อเดือน ได้แก่ ป้ายชื่อศูนย์ ขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจน ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก
- ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเช่า 20,001 ถึง 30,000 บาทต่อเดือน ได้แก่ ความสะอาดของศูนย์ และบริเวณโดยรอบ ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก

- ร้านค้าที่ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเช่ามากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน ได้แก่ มีร้านค้าด้าน
อื่นๆ ไม่ได้เป็นด้านคอมพิวเตอร์อย่างเดียว ซึ่งให้ความสำคัญในระดับปานกลาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved