

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้เช่าพื้นที่ อาคารพันธุ์ทิพย์ พลาซ่า เชียงใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เช่าพื้นที่ อาคารพันธุ์ทิพย์ พลาซ่า เชียงใหม่ จำนวน 142 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม โดยเก็บตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ในบทนี้จะกล่าวถึงสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากที่สุดมีอายุ 21-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ตำแหน่งผู้มีอำนาจในการตัดสินใจคือ เจ้าของกิจการ ระยะเวลาการเปิดดำเนินกิจการ ในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ มากกว่า 3 ปี ประเภทกิจการหรือธุรกิจ เจ้าของคนเดียว โดยพื้นที่ตั้งของร้าน ชั้นที่ 1 ขนาดของพื้นที่เช่าของร้าน 24 ตารางเมตร ราคาเช่าต่อตารางเมตร คือ ตารางเมตรละ 250 บาท ระยะเวลาในการทำสัญญาเช่าพื้นที่ คือ มากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 2 ปี ราคาเช่าที่ท่านต้องจ่ายเป็นรายเดือน (ไม่รวมค่าไฟฟ้าและค่าน้ำประปา) อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท ประเภทของการประกอบกิจการ อุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์ การทราบข้อมูลการให้เช่าพื้นที่ คือ เพื่อนผู้เช่า ส่วนใหญ่จำนวนพนักงานในร้านมีจำนวนน้อยกว่า 5 คน และไม่ต้องจ่ายชำระค่าเช่าล่วงหน้า

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าหลังการเช่าพื้นที่อาคารพันธุ์ทิพย์ พลาซ่า เชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางเรียงลำดับค่าเฉลี่ยคือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.18) ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.15) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ และปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.13) ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.11) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.06) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 2.93)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงสุด 3 ลำดับคือ ศูนย์ฯ มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.33) รองลงมาคือ ศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.28) และ ศูนย์ฯ ให้สิทธิร้านค้าในการตกแต่งหน้าร้านได้ตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.12)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาเช่าเมื่อเทียบกับศูนย์ฯอื่น และราคาค่าไฟฟ้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.13) รองลงมาคือ มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ ราคาเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร และราคาค่าน้ำประปา (ค่าเฉลี่ย 3.08) ราคาพื้นที่ห้องตามทำเลที่ตั้ง(ค่าเฉลี่ย 3.04)

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ อยู่ในย่านชุมชน และอยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.35)รองลงมาคือ อยู่ในพื้นที่ใกล้สถานศึกษาเช่น โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย โรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย (ค่าเฉลี่ย 3.26) การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.15)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆเช่นวันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.08) รองลงมาคือ การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ประจำศูนย์ฯได้แก่วารสารแจกฟรีทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 2.96) การติดป้ายโฆษณาศูนย์ฯ ขนาดใหญ่ตามสถานที่ต่าง และพื้นที่เช่าขนาดใหญ่กว่า 100 ตารางเมตรมีส่วนลดค่าเช่า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.92)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงสุด 3 ลำดับแรกคือบุคลากรของศูนย์ฯ มีจำนวนเพียงพอที่คอยให้บริการในแต่ละด้าน และบุคลากรของศูนย์ฯให้บริการเสมอภาคเท่าเทียมกัน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.08)บุคลากรของศูนย์ฯมีมนุษยสัมพันธ์ดี อธิยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 3.14)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีห้องน้ำสะอาด เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.35) รองลงมาคือ ศูนย์ฯ มีระบบปรับอากาศในพื้นที่ส่วนกลาง ความสะอาดของศูนย์ฯ และบริเวณโดยรอบ (ค่าเฉลี่ย 3.25) ศูนย์ฯ มีระบบรักษา

ความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง ชื่อเสียงของศูนย์เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.23)

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงสุด 3 ลำดับแรกคือระบบการแจ้งวางบิลและกำหนดวันชำระชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.25) รองลงมาคือ มีความรวดเร็วถูกต้องในการคิดเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.20) การติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.16)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะของลูกค้าที่เข้าพื้นที่อาคารพันธูทิพย์ พลาซ่า เชียงใหม่

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ มีร้านอาหารน้อยประเภท ร้อยละ 45.8 รองลงมาคือ บริการไม่ครบวงจร ร้อยละ 24.6 และ พื้นที่เช่าไม่สามารถยืดหยุ่นตามความต้องการของผู้เช่า ร้อยละ 20.4

ปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาเช่าต่อตารางเมตรสูงกว่าศูนย์อื่น ร้อยละ 17.6 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายส่วนกลางสูง เช่นค่าดูแลรักษาความสะอาดส่วนกลาง ร้อยละ 16.9 และมีค่าดำเนินการในการบริการซ่อมแซมอุปกรณ์ในร้านสูง ร้อยละ 5.6

ปัญหาด้านทำเลที่ตั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ ที่จอดรถสำหรับผู้เช่าไม่เพียงพอ และทางเข้าออกไม่สะดวก ร้อยละ 43.7 รองลงมาคือ ที่จอดรถลูกค้าที่มาใช้บริการมีน้อยทำให้ลูกค้าไปใช้บริการศูนย์อื่น ร้อยละ 26.1 และ การจัดพื้นที่ไม่เป็นระเบียบ ทำให้ลูกค้าหาร้านค้ายาก ร้อยละ 13.4

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ ลูกค้าได้รับข้อมูลข่าวสารของศูนย์ช้า เวลาไม่มีกิจกรรม ร้อยละ 23.9 รองลงมาคือ กิจกรรมส่งเสริมการขายของศูนย์ไม่น่าสนใจและไม่สามารถดึงดูดลูกค้าได้ และการโฆษณาในการให้เช่าพื้นที่มีน้อยไม่ทั่วถึง ร้อยละ 23.2 และ สื่อโฆษณาในสื่อต่างๆไม่ทั่วถึงลูกค้า ทำให้ลูกค้าไม่ได้รับข่าวสารต่างๆ ร้อยละ 19.0

ปัญหาด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานขายไม่สามารถแก้ไขปัญหาบางกรณีได้ และแก้ปัญหาช้า ร้อยละ 28.9 รองลงมาคือ พนักงานขายไม่เอาใจใส่ ในการออกเยี่ยมพบปะผู้เช่า ร้อยละ 21.8 และ พนักงานขายไม่มีความสามารถในการติดตามแก้ปัญหาให้ผู้เช่าได้อย่างรวดเร็ว ร้อยละ 16.2

ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา มากที่สุด 3 ลำดับแรกคือที่จอดรถไม่สะดวกสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ ร้อยละ 41.5 รองลงมาคือ มุมนั่งพักผ่อนในศูนย์ฯมีเก้าอี้ไม่เพียงพอ ร้อยละ 26.8 และ ไม่มีป้ายบอกทางเข้าออกที่ชัดเจน สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ ร้อยละ 21.8

ปัญหาด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา มากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ระบบการประสานงานของศูนย์ฯไม่ดี ร้อยละ 11.3 รองลงมาคือ ระบบสาธารณูปโภค เช่น ระบบน้ำระบบไฟฟ้าเสียบ่อยแก้ไขช้า ร้อยละ 10.6 และ การบริการรักษาความปลอดภัยไม่เพียงพอ และไม่น่าเชื่อถือ ร้อยละ 9.9

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าหลังการเข้าพื้นที่อาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ จำแนกตามระยะเวลาการเปิดดำเนินการ ในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ ประเภท กิจการ และพื้นที่ตั้งของร้าน

4.1 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าหลังการเข้าพื้นที่อาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ จำแนกตามระยะเวลาการเปิดดำเนินการ ในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามระยะเวลาการเปิดดำเนิน กิจการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ใน ระดับปาน กลาง ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ 1-2 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ 2-3 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ มากกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ใน ระดับปานกลาง ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้าน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.19)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการ ในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.35) รองลงมาคือ ศูนย์ฯ มีระบบเครือข่าย

ไฟฟ้าและโทรศัพท์ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.29) และการออกแบบรูปแบบของอาคารทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.24) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีดังนี้

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

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

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

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธู์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาค่าไฟฟ้า (ค่าเฉลี่ย 3.35) รองลงมาคือ ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร ราคาค่าน้ำประปา (ค่าเฉลี่ย 3.24) และราคาค่าเช่าคิดแบบต่อห้อง ราคาพื้นที่ห้องตามทำเลที่ตั้ง ราคาค่าเช่าเมื่อเทียบกับศูนย์ฯ อื่น เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.18) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธู์ทิพย์พลาซ่า 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)

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

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธู์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ มากกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาเช่าคิดแบบต่อตาราง เมตร (ค่าเฉลี่ย 3.10) รองลงมาคือ ราคาเช่าเมื่อเทียบกับศูนย์ฯอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.08) และ ราคาค่า ไฟฟ้า มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 3.06)

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคาร พันธู์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ อยู่ในพื้นที่ ที่เป็นย่านการค้า (ค่าเฉลี่ย 3.53) รองลงมาคือ การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.47) และอยู่ในย่าน ชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.41) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีดังนี้

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

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธู์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ 2-3 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า (ค่าเฉลี่ย 3.32) รองลงมาคือ การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.24) และอยู่ในพื้นที่ใกล้สถานศึกษา เช่น โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย โรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย อยู่ในย่านชุมชน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธู์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ มากกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า และอยู่ในย่านชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.25) รองลงมาคืออยู่ในพื้นที่ใกล้สถานศึกษาเช่น โรงเรียนมงฟอร์ต วิทยาลัย โรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย (ค่าเฉลี่ย 3.24) และช่วงเวลาเปิด - ปิดศูนย์ฯ ในแต่ละวัน (ค่าเฉลี่ย 3.05)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนิน กิจการในอาคารพันธู์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ แรกคือ การโฆษณาศูนย์ฯผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นต่างๆเช่นแจกโบปลิวิ (ค่าเฉลี่ย 3.18) รองลงมา คือ การติดป้ายโฆษณาศูนย์ฯขนาดใหญ่ตามสถานที่ต่างๆ การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ประจำศูนย์ฯได้แก่ วารสารแจกฟรีทั่วประเทศ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.12) รองลงมาคือ พื้นที่เช่าขนาดใหญ่กว่า 100 ตาราง เมตรมีส่วนลดค่าเช่า (ค่าเฉลี่ย 3.06) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธู์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ 1-2 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทางศูนย์ฯมีการจัดกิจกรรมการขาย ตามเทศกาลต่างๆเช่นวันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.05) รองลงมาคือ การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์

ประจำศูนย์ฯ ได้แก่วารสารแจกฟรีทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.03) และการติดป้ายโฆษณาศูนย์ฯ ขนาดใหญ่ตามสถานที่ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.92)

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

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

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธู์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บุคลากรของศูนย์ฯให้บริการเสมอภาคเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 3.29) รองลงมาคือ บุคลากรของศูนย์ฯมีมนุษยสัมพันธ์ดี อธิษาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 3.24) และ บุคลากรของศูนย์ฯมีจำนวนเพียงพอที่คอยให้บริการในแต่ละด้าน (ค่าเฉลี่ย 3.18) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีดังนี้

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

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

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ มากกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บุคลากรของศูนย์ฯมีมนุษยสัมพันธ์ดี อธยา ศัยดี บุคลากรของศูนย์ฯมีความรู้ความสามารถแก้ไขปัญหาในแต่ละด้านรวดเร็ว ได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.17) รองลงมาคือ บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.16) และบุคลากรของศูนย์ฯให้บริการเสมอภาคเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ 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) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีดังนี้

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

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ 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)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ 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)

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเปิดดำเนินการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ระบบการแจ้งวางบิลและกำหนดวันชำระชัดเจน กระบวนการรับแจ้งปัญหาของผู้เช่าที่รวดเร็ว มี

ความรวดเร็วถูกต้องในการคิดเงิน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.12) รองลงมาคือ ขั้นตอนการให้บริการด้านต่างๆแก่ผู้เช่ารวดเร็ว และการติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่สะดวก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.06) และ ขั้นตอนการทำสัญญาเช่าที่สะดวกไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.00) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีดังนี้

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

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

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

4.2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้ำหลังการเช่าพื้นที่อาคารพัสดุพัสดุพัสดุเช่า เชียงใหม่ จำแนกตามประเภทกิจการ

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการเจ้าของคนเดียวมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ย ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.13) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัท จำกัด มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ย ลำดับแรกคือปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.03)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัท จำกัด มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ย ลำดับแรกคือปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.32)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเจ้าของคนเดียวมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ศูนย์ฯ มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.28) รองลงมาคือ ศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย

3.25) และการออกแบบรูปแบบของอาคารทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.12) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีดังนี้

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

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

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการเจ้าของคนเดียวมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร ราคาค่าไฟฟ้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.13) รองลงมาคือ ราคาเช่าเมื่อเทียบกับศูนย์ฯอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.12) และราคาค่าน้ำประปา มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.09) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีดังนี้

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

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

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการเจ้าของคนเดียวมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ อยู่ในย่านชุมชน รองลงมาคือ อยู่ในย่านชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.34) รองลงมาคือ อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า (ค่าเฉลี่ย 3.29) และ อยู่ในพื้นที่ใกล้สถานศึกษาเช่น โรงเรียน มงฟอร์ตวิทยาลัย โรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย (ค่าเฉลี่ย 3.22) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัดมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ อยู่ในย่านชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.18) รองลงมาคือ อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า (ค่าเฉลี่ย

3.14) และอยู่ในพื้นที่ใกล้สถานศึกษาเช่น โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย โรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย (ค่าเฉลี่ย 3.09)

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

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆ เช่น วันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.06) รองลงมาคือ การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ประจำศูนย์ฯ ได้แก่ วารสารแจกฟรีทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.01) และการโฆษณาศูนย์ฯผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นต่างๆ เช่น แจกใบปลิว (ค่าเฉลี่ย 2.90) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัดมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การติดป้ายโฆษณาศูนย์ฯขนาดใหญ่ตามสถานที่ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.77) รองลงมาคือ พื้นที่เช่าขนาดใหญ่กว่า 100 ตารางเมตรมีส่วนลดค่าเช่า (ค่าเฉลี่ย 2.73) และ การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ประจำศูนย์ฯ ได้แก่ วารสารแจกฟรีทั่วประเทศ โฆษณาผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงในพื้นที่และจังหวัดใกล้เคียง ทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆ เช่น วันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.68)

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

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการเจ้าของคนเดียวมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.21) รองลงมาคือ บุคลากรของศูนย์ฯ มีมนุษยสัมพันธ์ดี อธิษาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 3.09) และบุคลากรของศูนย์ฯ ให้บริการเสมอภาคเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 3.06) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัดมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บุคลากรของศูนย์ฯ มีจำนวนเพียงพอที่คอยให้บริการในแต่ละด้าน บุคลากรของศูนย์ฯ ให้บริการเสมอภาคเท่าเทียมกัน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.95) รองลงมาคือ บุคลากรของศูนย์ฯ มีจำนวนเพียงพอที่คอยให้บริการในแต่ละด้าน บุคลากรสามารถให้คำอธิบายและคำแนะนำแก่ผู้เช่า

ได้อย่างชัดเจน บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.91) และบุคลากรของศูนย์ฯ มีความรู้ความสามารถแก้ไขปัญหาในแต่ละด้านรวดเร็ว ได้ถูกต้อง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.82)

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

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการเจ้าของคนเดียวมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดของศูนย์ฯ และบริเวณโดยรอบ (ค่าเฉลี่ย 3.22) รองลงมาคือ มีห้องน้ำสะอาด เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.21) และศูนย์ฯ มีระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 3.19) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัดมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีห้องน้ำสะอาด เพียงพอ รองลงมาคือ มีห้องน้ำสะอาด เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.23) รองลงมาคือ ชื่อเสียงของศูนย์ฯเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.18) และศูนย์ฯ มีระบบปรับอากาศในพื้นที่ส่วนกลาง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.09) และมีเทคโนโลยีใหม่ๆ ไว้รองรับการบริการ เช่น อินเทอร์เน็ต ไร้สาย 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)

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการเจ้าของคนเดียวมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ระบบการแจ้งวางบิลและกำหนดวันชำระชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.22) รองลงมาคือ มีความรวดเร็วถูกต้องในการคิดเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.21) และการติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.18) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีดังนี้

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 กระบวนการ

รับแจ้งปัญหาของผู้เช่าที่รวดเร็ว การติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่สะดวก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.29) และ ขั้นตอนการทำสัญญาเช่าที่สะดวกไม่ยุ่งยาก มีความรวดเร็วถูกต้องในการคิดเงิน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.21)

4.3 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าหลังการเช่าพื้นที่อาคารพาณิชย์พลาซ่า เชียงใหม่ จำแนกตามพื้นที่ตั้งของร้าน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 1 มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 2 มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 3 มีความพึงพอใจลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้าน ตั้งอยู่ชั้นที่ มีความพึงพอใจลำดับแรกคือปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.23)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 1 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ศูนย์ฯ มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.35) รองลงมาคือ ศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.25) และพื้นที่เช่ามีหลายขนาดให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.19) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีดังนี้

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

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 3 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ศูนย์ฯ ให้สิทธิร้านค้าในการตกแต่งหน้าร้านได้ตามต้องการ และศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.36) รองลงมาคือ ภายในศูนย์ฯมีบริการร้านอาหาร (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) และมีศูนย์ให้สิทธิ
ร้านค้าในการตกแต่งหน้าร้านได้ตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.28) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมี
ดังนี้

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 1 มีความพึงพอใจมี
ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาค่าไฟฟ้า (ค่าเฉลี่ย 3.12) รองลงมาคือ ราคาเช่าคิดแบบต่อ
ตารางเมตร ราคาพื้นที่ห้องตามทำเลที่ตั้ง ราคาค่าน้ำประปา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.08) และมีวิธีการ
ชำระเงินหลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 3.04) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 2 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3
ลำดับแรกคือ มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 3.12) รองลงมาคือ ราคาเช่าเมื่อเทียบกับ
ศูนย์อื่น ค่าประกันความเสียหายจากการตกแต่งห้องเช่า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.06) และราคาเช่า
คิดแบบต่อตารางเมตร ราคาเช่าคิดแบบต่อห้อง ราคาค่าไฟฟ้า ราคาค่าน้ำประปา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย
3.00)

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

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 4 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3
ลำดับแรกคือ ราคาเช่าเมื่อเทียบกับศูนย์อื่น และราคาค่าไฟฟ้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.20)
รองลงมาคือ ราคาเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร ราคา น้ำประปา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.15) และราคาเช่า
เช่าคิดแบบต่อห้อง มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 1 มีความพึง
พอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ อยู่ในย่านชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.38) รองลงมาคือ อยู่ในพื้นที่ที่
เป็นย่านการค้า (ค่าเฉลี่ย 3.37) และอยู่ในพื้นที่ใกล้สถานศึกษาเช่น โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย
โรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย (ค่าเฉลี่ย 3.33) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีดังนี้

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 อยู่

ในพื้นที่ใกล้สถานศึกษาเช่น 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)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 1 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆ เช่นวันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.13) รองลงมาคือ การติดป้ายโฆษณาศูนย์ฯขนาดใหญ่ตามสถานที่ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.08) และพื้นที่เช่าขนาดใหญ่กว่า 100 ตารางเมตรมีส่วนลดค่าเช่า (ค่าเฉลี่ย 2.94) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีดังนี้

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) และการ โฆษณาศูนย์ฯผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นต่างๆเช่นแจกใบปลิว 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)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 1 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือบุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.21) รองลงมาคือ บุคลากรของศูนย์ฯมีมนุษยสัมพันธ์ดี อธิษาศัยดี บุคลากรของศูนย์ฯมีความรู้ความสามารถแก้ไขปัญหาในแต่ละด้านรวดเร็ว ได้ถูกต้อง บุคลากรสามารถให้คำอธิบายและคำแนะนำแก่ผู้เช่าได้อย่างชัดเจน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.17) และบุคลากรของศูนย์ฯมีจำนวนเพียงพอที่คอยให้บริการในแต่ละด้าน (ค่าเฉลี่ย 3.13) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีดังนี้

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

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

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

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 1 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ชื่อเสียงของศูนย์ฯ เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.23) รองลงมาคือ มีป้ายแสดงที่ตั้งของร้านค้าชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.21) และในศูนย์ฯ มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง (ค่าเฉลี่ย 3.19) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 2 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีห้องน้ำสะอาดเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.36) รองลงมาคือ ความสะอาดของศูนย์ฯ และบริเวณโดยรอบ (ค่าเฉลี่ย 3.33) และในศูนย์ฯ มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง และมีการติดตั้งตู้ ATM บริเวณในศูนย์ฯ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 3 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ชื่อเสียงของศูนย์ฯ เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป และ มีห้องน้ำสะอาดเพียงพอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.55) รองลงมาคือ ในศูนย์ฯ มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง 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)

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 1 มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ระบบการแจ้งวางบิลและกำหนดวันชำระชัดเจน ขั้นตอนการทำสัญญาเช่าที่สะดวกไม่ยุ่งยาก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.21) รองลงมาคือ การติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.19) และกระบวนการรับแจ้งปัญหาของผู้เช่าที่รวดเร็ว มีความรวดเร็วถูกต้องในการคิดเงิน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.15) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีดังนี้

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) และระบบการแจ้งวางบิลและกำหนดวันชำระชัดเจน ขั้นตอนการทำสัญญาเช่าที่สะดวกไม่ยุ่งยาก การติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่สะดวก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.91)

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

อภิปรายผล

การศึกษาความพึงพอใจของผู้เช่าพื้นที่ของ อาคารพันธุ์ทิพย์ พลาซ่า เชียงใหม่ อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Services Marketing Mix) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) ได้กล่าวไว้ถึงแนวคิดทางการตลาดว่าธุรกิจที่ให้บริการจะส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์/บริการ (Product/Service) ราคา (Price) ท่าเลที่ตั้ง (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) การสร้างและนำเสนอการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการบริการ (Process) ดังนี้

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผลการศึกษาภาณุมนต์ หนองขุนสาร (2548) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของ ร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านสถานที่

สำหรับการศึกษาคั้งนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ซึ่งมีความต่างกักับการศึกษาของภาณุมนต์ หนองขุ่นสาร

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผลการศึกษาภาณุมนต์ หนองขุ่นสาร (2548) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ ในระดับมากลำดับแรกคือ ตำแหน่ง-ทำเลของห้องเช่าในพื้นที่ของศูนย์

สำหรับการศึกษาคั้งนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ลำดับแรก คือ ศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก ซึ่งผลการศึกษาในคั้งนี้ต่างกักับการศึกษาของภาณุมนต์ หนองขุ่นสาร และจะเห็นได้ว่าผู้เช่ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่านั้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่าบริษัทฯ จึงยังทำไม่ได้ดีในส่วนที่ลูกค้าเป้าหมายให้ความสำคัญ

ปัจจัยด้านราคา ผลการศึกษาภาณุมนต์ หนองขุ่นสาร (2548)พบว่าที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ ในระดับมากลำดับแรกคือ ราคาเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร

สำหรับการศึกษาคั้งนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ลำดับแรก คือ มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ ซึ่งผลการศึกษาในคั้งนี้ต่างกักับการศึกษาของภาณุมนต์ หนองขุ่นสาร และจะเห็นได้ว่าผู้เช่ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่านั้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่าบริษัทฯ จึงยังทำไม่ได้ดีในส่วนที่ลูกค้าเป้าหมายให้ความสำคัญ

ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง ผลการศึกษาภาณุมนต์ หนองขุ่นสาร (2548)พบว่าที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ ในระดับมากลำดับแรกคือ มีพื้นที่จอดรถเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ

สำหรับการศึกษาคั้งนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ลำดับแรก คือ อยู่ในย่านชุมชน ซึ่งผลการศึกษาในคั้งนี้ต่างกักับการศึกษาของภาณุมนต์ หนองขุ่นสาร และจะเห็นได้ว่าผู้เช่ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่านั้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่าบริษัทฯ จึงยังทำไม่ได้ดีในส่วนที่ลูกค้าเป้าหมายให้ความสำคัญ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการศึกษาภาณุมนต์ หนองขุ่นสาร (2548)พบว่าที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ ในระดับมากลำดับแรกคือ มีการโฆษณาศูนย์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นต่างๆ

สำหรับการศึกษาคั้งนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ลำดับแรกคือ ทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆเช่นวันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ ซึ่งผลการศึกษาในคั้งนี้ต่างกักับการศึกษาของภาณุมนต์ หนองขุ่นสาร และจะเห็นได้ว่าผู้เช่า

มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ดังนั้นบริษัทฯ จึงยังทำไม่ได้ดีในส่วนที่ถูกค่าเป้าหมายให้
ความสำคัญ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผลการศึกษาภาคนุมณ์ หนองขุนสาร (2548)พบว่าที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ ในระดับมากลำดับแรกคือ บุคลากรของศูนย์แก้ปัญหาให้ทันทีอย่างรวดเร็ว

สำหรับผลการศึกษาครั้งนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ลำดับแรกคือ บุคลากรของศูนย์ มีความซื่อสัตย์ ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้ต่างกับผลการศึกษาของภาคนุมณ์ หนองขุนสาร และจะเห็นว่าผู้เช่ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ดังนั้นบริษัทฯ จึงยังทำไม่ได้ดีในส่วนที่ถูกค่าเป้าหมายให้ความสำคัญ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผลการศึกษาภาคนุมณ์ หนองขุนสาร (2548)พบว่าที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ ในระดับมากลำดับแรกคือป้ายชื่อศูนย์ขนาดใหญ่เห็นได้ชัดเจนในระยะไกล

สำหรับผลการศึกษาครั้งนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการตัดสินใจเช่าพื้นที่ มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง ลำดับแรกคือ มีห้องน้ำสะอาดเพียงพอ ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้ต่างกับผลการศึกษาของภาคนุมณ์ หนองขุนสาร แต่จะเห็นว่าผู้เช่ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ดังนั้นบริษัทฯ จึงยังทำไม่ได้ดีในส่วนที่ถูกค่าเป้าหมายให้ความสำคัญ

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ผลการศึกษาภาคนุมณ์ หนองขุนสาร (2548)พบว่าที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ ในระดับมากลำดับแรกคือศูนย์มีระบบวางบิลและออกบิลให้ผู้เช่าที่รวดเร็วและชัดเจน

สำหรับผลการศึกษาครั้งนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ลำดับแรกคือ ระบบการแจ้งวางบิลและกำหนดวันชำระชัดเจน ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของภาคนุมณ์ หนองขุนสาร แต่จะเห็นว่าผู้เช่ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่านั้น ดังนั้นบริษัทฯ จึงยังทำไม่ได้ดีในส่วนที่ถูกค่าเป้าหมายให้ความสำคัญ

ข้อค้นพบ

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเช่าพื้นที่อาคาร พันธุ์ทิพย์ พลาซ่า เชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็น เจ้าของกิจการ แต่ผู้จัดการทั่วไป และกรรมการผู้จัดการ จะมีส่วนร่วมในการตัดสินใจน้อยกว่า และพบว่าผู้เช่าส่วนใหญ่มีระยะเวลาการ

เปิดดำเนินการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ มากกว่า 3 ปี และเป็นเจ้าของกิจการเพียงคนเดียวมากที่สุด โดยพื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้น 1 มากกว่าชั้นอื่น และยังพบว่าได้รับทราบข้อมูลอาคารพันธุ์ทิพย์ พลาซ่า เชียงใหม่ มาจากเพื่อนผู้เช่าเดิม วารสารพันธุ์ทิพย์ ป้ายโฆษณา และเว็บไซต์พันธุ์ทิพย์ พลาซ่า โดยประเภทของการประกอบกิจการเป็น อุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์มากที่สุด

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเช่าพื้นที่ อาคารพันธุ์ทิพย์ พลาซ่า เชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจกับปัจจัยที่มีผลต่อการเช่าพื้นที่โดยรวมในระดับปานกลาง เรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ดังนี้

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในค่าเฉลี่ยระดับปานกลางทุกปัจจัย โดยมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกคือ มีห้องน้ำสะอาด เพียงพอ และมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ศูนย์ฯ มีการจัดพื้นที่สำหรับลูกค้ามาซื้อสินค้าพักผ่อนเพียงพอ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่พื้นที่ตั้งของร้านอยู่ชั้นที่ 3 และชั้นที่ 4 มีความพึงพอใจในค่าเฉลี่ยระดับมากปัจจัยย่อยด้าน ชื่อเสียงของศูนย์ฯเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป และมีห้องน้ำสะอาด เพียงพอ

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในค่าเฉลี่ยระดับปานกลางทุกปัจจัย โดยมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกคือ ระบบการแจ้งวางบิลและกำหนดวันชำระชัดเจน และมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ขั้นตอนการให้บริการด้านต่างๆแก่ผู้เช่ารวดเร็ว

นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระยะเวลาที่เปิดดำเนินการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ ทุกประเภทกิจการ และทุกพื้นที่ตั้งของร้าน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยย่อยในค่าเฉลี่ยระดับปานกลางเท่านั้น

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในค่าเฉลี่ยระดับปานกลางทุกปัจจัย โดยมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกคือ ศูนย์ฯ มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ และมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ภายในศูนย์ฯ มีบริการร้านอาหารน้อย

นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระยะเวลาที่เปิดดำเนินการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ ทุกประเภทกิจการ และทุกพื้นที่ตั้งของร้าน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยย่อยในค่าเฉลี่ยระดับปานกลางเท่านั้น

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในค่าเฉลี่ยระดับปานกลางทุกปัจจัย โดยมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกคือ อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า และมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีพื้นที่จอดรถเพียงพอต่อลูกค้าผู้มาใช้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจในระดับมากปัจจัยย่อยด้าน อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า และระยะเวลาเปิดดำเนินการ 1-2 ปี มีความพึงพอใจในค่าเฉลี่ยระดับมากปัจจัยย่อยด้าน อยู่ในย่านชุมชน

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในค่าเฉลี่ยระดับปานกลางทุกปัจจัย โดยมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกคือ บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ และมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ บุคลากรของศูนย์ฯ ให้บริการเสมอภาคเท่าเทียมกัน

นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระยะเวลาที่เปิดดำเนินการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ ทุกประเภทกิจการ และทุกพื้นที่ที่ตั้งของร้าน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยย่อยในค่าเฉลี่ยระดับปานกลางเท่านั้น

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในค่าเฉลี่ยระดับปานกลางทุกปัจจัย โดยมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกคือ ราคาเช่าเมื่อเทียบกับศูนย์ฯอื่น และมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีการจ่ายค่าประกันการเช่าล่วงหน้า

นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระยะเวลาที่เปิดดำเนินการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ ทุกประเภทกิจการ และทุกพื้นที่ที่ตั้งของร้าน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยย่อยในค่าเฉลี่ยระดับปานกลางเท่านั้น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในค่าเฉลี่ยระดับปานกลางทุกปัจจัย โดยมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกคือ ทางศูนย์ฯมีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆเช่น วันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่และมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การโฆษณาศูนย์ฯผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นต่างๆเช่น แจกใบปลิว

ตารางที่ 57 สรุประดับความสำคัญของปัจจัยย่อยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเช่าพื้นที่ อาคาร
พันธุ์ทิพย์ พลาซ่า เชียงใหม่ จากน้อยไปหามาก

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
การโฆษณาศูนย์ฯผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นต่างๆเช่นแจกใบปลิว	2.85	ปานกลาง
โฆษณาผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงในพื้นที่และจังหวัดใกล้เคียง	2.87	ปานกลาง
ทางศูนย์ฯมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับผู้เช่าตลอดทุก เดือน	2.89	ปานกลาง
พื้นที่เช่าขนาดใหญ่กว่า 100 ตารางเมตรมีส่วนลดค่าเช่า	2.92	ปานกลาง
การคิดป้ายโฆษณาศูนย์ฯขนาดใหญ่ตามสถานที่ต่างๆ	2.92	ปานกลาง
พื้นที่เช่าขนาดใหญ่กว่า 100 ตารางเมตรมีส่วนลดค่าเช่า	2.92	ปานกลาง
การคิดป้ายโฆษณาศูนย์ฯขนาดใหญ่ตามสถานที่ต่างๆ	2.92	ปานกลาง
มีพื้นที่จอดรถเพียงพอต่อลูกค้าผู้มาใช้บริการ	2.93	ปานกลาง
การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ประจำศูนย์ฯได้แก่วารสารแจกฟรีทั่วประเทศ	2.96	ปานกลาง
การจัดฝั่งร้านค้าสะดวก ง่ายแก่การค้นหา	2.99	ปานกลาง
มีการจ่ายค่าประกันการเช่าล่วงหน้า	2.99	ปานกลาง
มีศูนย์บริการของสินค้าต่างๆภายในศูนย์ฯเช่น อีออน คิวิกแคช ฯ	2.99	ปานกลาง
ภายในศูนย์ฯมีบริการร้านอาหาร	3.02	ปานกลาง
ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อห้อง	3.02	ปานกลาง
ค่าประกันความเสียหายจากการตกแต่งห้องเช่า	3.02	ปานกลาง
ศูนย์ฯ มีการจัดพื้นที่สำหรับลูกค้ามาซื้อสินค้าพักผ่อนเพียงพอ	3.02	ปานกลาง
ภายในศูนย์ฯมีบริการร้านอาหาร	3.02	ปานกลาง
ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อห้อง	3.02	ปานกลาง
ศูนย์ฯ มีการจัดพื้นที่สำหรับลูกค้ามาซื้อสินค้าพักผ่อนเพียงพอ	3.02	ปานกลาง
ค่าประกันความเสียหายจากการตกแต่งห้องเช่า	3.02	ปานกลาง
ราคาพื้นที่ห้องตามทำเลที่ตั้ง	3.04	ปานกลาง
มีสถาบันการเงินเช่าพื้นที่ในศูนย์ฯ	3.04	ปานกลาง
ราคาพื้นที่ห้องตามทำเลที่ตั้ง	3.04	ปานกลาง
มีสถาบันการเงินเช่าพื้นที่ในศูนย์ฯ	3.04	ปานกลาง
มีร้านค้าหลายประเภท ไม่ได้มีร้านคอมพิวเตอร์อย่างเดียว	3.05	ปานกลาง
บุคลากรสามารถให้คำอธิบายและคำแนะนำแก่ผู้เช่าได้อย่างชัดเจน	3.06	ปานกลาง
การจัดรูปแบบพื้นที่ภายในศูนย์ฯ	3.07	ปานกลาง

ตารางที่ 57 (ต่อ) สรุประดับความสำคัญของปัจจัยย่อยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเช่าพื้นที่อาคารพื้นที่พาณิชย์ พลาซ่า เชียงใหม่ จากน้อยไปหามาก

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
พื้นที่เช่ามีหลายขนาดให้เลือก	3.07	ปานกลาง
มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ	3.08	ปานกลาง
บุคลากรของศูนย์ฯ ให้บริการเสมอภาคเท่าเทียมกัน	3.08	ปานกลาง
การออกแบบรูปแบบของอาคารทันสมัย	3.08	ปานกลาง
บุคลากรของศูนย์ฯ มีจำนวนเพียงพอที่คอยให้บริการในแต่ละด้าน	3.08	ปานกลาง
ทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆ เช่น วันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่	3.08	ปานกลาง
ขั้นตอนการให้บริการด้านต่างๆ แก่ผู้เช่ารวดเร็ว	3.08	ปานกลาง
ขั้นตอนการทำสัญญาเช่าที่สะดวกไม่ยุ่งยาก	3.08	ปานกลาง
ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร	3.08	ปานกลาง
ราคาค่าน้ำประปา	3.08	ปานกลาง
ภายในศูนย์ฯ มีบรรยากาศดี การตกแต่งทันสมัย	3.08	ปานกลาง
บุคลากรของศูนย์ฯ มีความรู้ความสามารถแก้ไขปัญหาในแต่ละด้านรวดเร็วได้ถูกต้อง	3.11	ปานกลาง
กระบวนการรับแจ้งปัญหาของผู้เช่าที่รวดเร็ว	3.12	ปานกลาง
ศูนย์ฯ ให้สิทธิร้านค้าในการตกแต่งหน้าร้านได้ตามต้องการ	3.12	ปานกลาง
ช่วงเวลาเปิด - ปิดศูนย์ฯ ในแต่ละวัน	3.13	ปานกลาง
ราคาค่าเช่าเมื่อเทียบกับศูนย์ฯ อื่น	3.13	ปานกลาง
ราคาค่าไฟฟ้า	3.13	ปานกลาง
ป้ายชื่อศูนย์ฯ มีขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจนในระยะไกล	3.13	ปานกลาง
บุคลากรของศูนย์ฯ มีมนุษยสัมพันธ์ดี อธิบายดี	3.14	ปานกลาง
การคมนาคมสะดวก	3.15	ปานกลาง
มีเทคโนโลยีใหม่ๆ ไว้รองรับการบริการ เช่น อินเทอร์เน็ตไร้สาย	3.15	ปานกลาง
มีป้ายแสดงที่ตั้งของร้านค้าชัดเจน	3.15	ปานกลาง
การติดต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่สะดวก	3.16	ปานกลาง
มีการติดตั้งตู้ ATM บริเวณในศูนย์ฯ	3.19	ปานกลาง
ในศูนย์ฯ มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง	3.19	ปานกลาง
บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์	3.20	ปานกลาง

ตารางที่ 57 (ต่อ) สรุประดับความสำคัญของปัจจัยย่อยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเช่าพื้นที่อาคารพื้นที่พาณิชย์ พลาซ่า เชียงใหม่ จากน้อยไปหามาก

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
มีความรวดเร็วถูกต้องในการคิดเงิน	3.20	ปานกลาง
ศูนย์ฯ มีระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง	3.23	ปานกลาง
ชื่อเสียงของศูนย์ฯเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป	3.23	ปานกลาง
ระบบการแจ้งวางบิลและกำหนดวันชำระชัดเจน	3.25	ปานกลาง
ศูนย์ฯ มีระบบปรับอากาศในพื้นที่ส่วนกลาง	3.25	ปานกลาง
ความสะอาดของศูนย์ฯ และบริเวณโดยรอบ	3.25	ปานกลาง
อยู่ในพื้นที่ใกล้สถานศึกษาเช่น โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย โรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย	3.26	ปานกลาง
ศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก	3.28	ปานกลาง
ศูนย์ฯ มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ	3.33	ปานกลาง
อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า	3.35	ปานกลาง
อยู่ในย่านชุมชน	3.35	ปานกลาง
มีห้องน้ำสะอาด เพียงพอ	3.35	ปานกลาง

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยมีจำนวนเรียงจากน้อยไปหามาก 10 ลำดับแรก ดังนี้ การโฆษณาศูนย์ฯผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นต่างๆเช่นแจกใบปลิว โฆษณาผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงในพื้นที่และจังหวัดใกล้เคียง ทางศูนย์ฯมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับผู้เช่าตลอดทุก เดือน พื้นที่เช่าขนาดใหญ่กว่า 100 ตารางเมตรมีส่วนลดค่าเช่า การติดป้ายโฆษณาศูนย์ฯขนาดใหญ่ตามสถานที่ต่างๆ มีพื้นที่จอดรถเพียงพอต่อลูกค้าผู้ใช้บริการ การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ประจำศูนย์ฯได้แก่วารสารแจกฟรีทั่วประเทศ การจัดฝั่งร้านค้าสะดวกจ่ายแก่การค้าหน้า มีการจ่ายค่าประกันการเช่าล่วงหน้า มีศูนย์บริการของสินค้าต่างๆภายในศูนย์ฯ เช่น อีออน คิวคิกแคชฯ ภายในศูนย์ฯมีบริการร้านอาหาร ราคาเช่าคิดแบบต่อห้อง ค่าประกันความเสียหายจากการตกแต่งห้องเช่า ศูนย์ฯ มีการจัดพื้นที่สำหรับลูกค้ามาซื้อสินค้าพักผ่อนเพียงพอ ราคาพื้นที่ห้องตามทำเลที่ตั้ง มีสถาบันการเงินเช่าพื้นที่ในศูนย์ฯ ตามลำดับ

ตารางที่ 58 สรุประดับปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จากมากไปหาน้อย

ปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
มีร้านอาหารน้อยประเภท	65	45.8
ที่จอดรถสำหรับผู้เช่าไม่เพียงพอ และทางเข้าออกไม่สะดวก	62	43.7
ที่จอดรถไม่สะดวกสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ	59	41.5
พนักงานขายไม่สามารถแก้ไขปัญหาบางกรณีได้ และแก้ปัญหาซ้ำ	41	28.9
มუნั่งพักผ่อนในศูนย์มีเก้าอี้ไม่เพียงพอ	38	26.8
ที่จอดรถลูกค้าที่มาใช้บริการมีน้อยทำให้ลูกค้าไปใช้บริการศูนย์อื่น	37	26.1
บริการไม่ครบวงจร	35	24.6
ลูกค้าได้รับข้อมูลข่าวสารของศูนย์ช้า เวลาไม่มีกิจกรรม	34	23.9
กิจกรรมส่งเสริมการขายของศูนย์ไม่น่าสนใจและไม่สามารถดึงดูดลูกค้าได้	33	23.2
การโฆษณาในการให้เช่าพื้นที่มีน้อยไม่ทั่วถึง	33	23.2
พนักงานขายไม่เอาใจใส่ ในการออกเยี่ยมพบปะผู้เช่า	31	21.8
ไม่มีป้ายบอกทางเข้าออกที่ชัดเจนสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ	31	21.8
พื้นที่เช่าไม่สามารถยืดหยุ่นตามความต้องการของผู้เช่า	29	20.4
สื่อโฆษณาในสื่อต่างๆไม่ทั่วถึงลูกค้า ทำให้ลูกค้าไม่ได้รับข่าวสารต่างๆ	27	19.0
การจัดโซนพื้นที่ของร้านค้าไม่เป็นสัดส่วน	25	17.6
ราคาค่าเช่าต่อตารางเมตรสูงกว่าศูนย์อื่น	25	17.6
ค่าใช้จ่ายส่วนกลางสูง เช่นค่าดูแลรักษาความสะอาดส่วนกลาง	24	16.9
การโฆษณากิจกรรมของศูนย์ ไม่น่าสนใจ และไม่เกี่ยวข้องกับ ไอที	24	16.9
การจัดมหรสพ ไอที ของศูนย์ มีน้อยไม่น่าสนใจ	24	16.9
พนักงานขายไม่มีความสามารถในการติดตามแก้ปัญหาให้ผู้เช่าได้อย่างรวดเร็ว	23	16.2
การตัดสินใจแก้ปัญหาของทางศูนย์ช้า	22	15.5
ทำเลห้องที่เหลือให้เช่าไม่สามารถเลือกพื้นที่เช่าได้	22	15.5
พนักงานขายไม่ออกไปติดต่อผู้เช่าพื้นที่ใหม่ ส่วนมากจะทราบจากผู้เช่าเดิมหรือคนรู้จัก	21	14.8
การจัดพื้นที่ไม่เป็นระเบียบ ทำให้ลูกค้าหาร้านค้ายาก	19	13.4
ศูนย์มีระบบสื่อสารให้เลือกน้อยเช่น TOT , TT&T , CAT	18	12.7
ระบบปรับอากาศสำหรับส่วนกลางเย็นไม่ทั่วถึง	17	12.0
ระบบการประสานงานของศูนย์ไม่ดี	16	11.3
ไม่มีการประชาสัมพันธ์ศูนย์และกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	16	11.3

ตารางที่ 58 (ต่อ) สรุประดับปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จากมากไปหาน้อย

ปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานขายไม่สามารถตอบข้อซักถามได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	16	11.3
ระบบสาธารณูปโภค เช่น ระบบน้ำระบบไฟฟ้า เสียบ่อยแก้ไขช้า	15	10.6
ศูนย์ฯมีพื้นที่แต่ละขนาดมีจำนวนจำกัด	14	9.9
การบริการรักษาความปลอดภัยไม่เพียงพอและไม่น่าเชื่อถือ	14	9.9
ไม่มีระบบการรับแจ้งปัญหาผู้เช่า	13	9.2
พนักงานขายไม่มีความกระตือรือร้น ไม่มีความสุขภาพ	12	8.5
การจัดพื้นที่บริเวณในศูนย์ฯไม่สวยงาม ไม่เป็นระเบียบ ขาดการดูแล	12	8.5
บุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจในข้อกำหนดการเช่าของศูนย์ฯ	12	8.5
ทางศูนย์ฯขาดความยืดหยุ่นในการให้บริการทั่วไป	11	7.7
การตกแต่งงานระบบในพื้นที่ร้านมีข้อกำหนดมาก	10	7.0
มีค่าดำเนินการในการบริการซ่อมแซมอุปกรณ์ในร้านสูง	8	5.6
ป้ายแสดงที่ตั้งของร้านภายในศูนย์ฯ (Directory) มีขนาดเล็กและมีน้อยเกินไป	8	5.6
ขั้นตอนการให้บริการซ่อมแซมอุปกรณ์ผู้เช่ายุ่งยาก	8	5.6
ไม่คืนเงินค่าประกันการเช่าล่วงหน้า	7	4.9
ขนาดของพื้นที่เช่าไม่ตรงกับความต้องการ	7	4.9
บุคลากรของศูนย์ฯขาดความรับผิดชอบ	4	2.8

จากตารางที่ 58 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยมีจำนวนเรียงจากมากไปหาน้อย 10 ลำดับแรก ดังนี้ มีร้านอาหารน้อยประเภท ที่จอดรถสำหรับผู้เช่าไม่เพียงพอ และทางเข้าออกไม่สะดวก ที่จอดรถไม่สะดวกสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ ที่จอดรถไม่สะดวกสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ พนักงานขายไม่สามารถแก้ไขปัญหาบางกรณีได้ และแก้ปัญหาช้า มุมนั่งพักผ่อนในศูนย์ฯมีเก้าอี้ไม่เพียงพอ ที่จอดรถลูกค้าที่มาใช้บริการมีน้อยทำให้ลูกค้าไปใช้บริการศูนย์อื่น บริการไม่ครบวงจร ลูกค้าได้รับข้อมูลข่าวสารของศูนย์ฯช้า เวลาว่างมีกิจกรรม กิจกรรมส่งเสริมการขายของศูนย์ฯไม่น่าสนใจและไม่สามารถดึงดูดลูกค้าได้ การโฆษณาในการให้เช่าพื้นที่มีน้อยไม่ทั่วถึง พนักงานขายไม่เอาใจใส่ ในการออกเยี่ยมพบปะผู้เช่า ตามลำดับ

และจากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้เช่าพื้นที่ อาคารพันธุ์ทิพย์ พลาซ่า เชียงใหม่ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก

จำแนกตาม ระยะเวลาเปิดดำเนินการในอาคารพื้นที่พืชมงคล เชียงใหม่ ประเภทกิจ และพื้นที่ตั้งของร้าน มีข้อค้นพบ ดังแสดงในตารางที่ 59-61

ตารางที่ 59 สรุประดับความพึงพอใจลำดับแรกของผู้ตอบแบบที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามระยะเวลาเปิดดำเนินการในอาคารพื้นที่พืชมงคล เชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระยะเวลาเปิดดำเนินการในอาคารพื้นที่พืชมงคล เชียงใหม่			
	น้อยกว่า 1 ปี	1-2 ปี	2-3 ปี	มากกว่า 3 ปี
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	ศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก (3.35ปานกลาง)	ระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ที่ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ (3.49 ปานกลาง)	ระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ที่ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ (3.20 ปานกลาง)	ระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ที่ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ (3.20ปานกลาง)
ด้านราคา	ราคาเช่าไฟฟ้า (3.35:ปานกลาง)	ราคาค่าเช่าเมื่อเทียบกับศูนย์ฯ อื่นและราคาค่าไฟฟ้า (3.11ปานกลาง)	ราคาค่าเช่าเมื่อเทียบกับ ศูนย์ฯ อื่น (3.16ปานกลาง)	ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร (3.06ปานกลาง)
ด้านทำเลที่ตั้ง	อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า (3.53:มาก)	อยู่ในย่าน ชุมชน (3.59: มาก)	อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า (3.20ปานกลาง)	อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า และอยู่ในย่านชุมชน (3.25ปานกลาง)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การโฆษณาศูนย์ฯ ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นต่างๆเช่นแจกโบปลิว (3.06:ปานกลาง)	ทางศูนย์ฯมีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆเช่นวันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ (3.06:ปานกลาง)	ทางศูนย์ฯมีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆเช่นวันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ (2.84:ปานกลาง)	ทางศูนย์ฯมีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆ เช่นวันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ (3.11:ปานกลาง)
ด้านบุคลากร	บุคลากรของศูนย์ฯ ให้บริการเสมอภาคเท่าเทียมกัน (3.24:ปานกลาง)	บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ (3.30:ปานกลาง)	บุคลากรของศูนย์ฯมีจำนวนเพียงพอที่คอยให้บริการในแต่ละด้าน (3.12:ปานกลาง)	บุคลากรของศูนย์ฯ ให้บริการเสมอภาคเท่าเทียมกัน และบุคลากรของ ศูนย์ฯ มีความรู้ความสามารถแก้ไขปัญหาในแต่ละด้านรวดเร็วได้ถูกต้อง (3.16:ปานกลาง)
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	มีเทคโนโลยีใหม่ๆไว้รองรับการบริการ เช่น อินเทอร์เน็ตไร้สาย (3.35:ปานกลาง)	มีห้องน้ำสะอาดเพียงพอ (3.54:มาก)	ศูนย์ฯ มีระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง ศูนย์ฯ มีระบบปรับอากาศในพื้นที่ส่วนกลาง มีป้ายแสดงที่ตั้งของร้านค้าชัดเจน เท่ากัน (3.20:ปานกลาง)	มีห้องน้ำสะอาด เพียงพอ (3.37:ปานกลาง)

ตารางที่ 59 (ต่อ) สรุประดับความพึงพอใจลำดับแรกของผู้ตอบแบบที่มีต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาด บริการ จำแนกตามระยะเวลาเปิดดำเนินการในอาคารพันธูทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ระยะเวลาเปิดดำเนินการในอาคารพันธูทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่			
	น้อยกว่า 1 ปี	1-2 ปี	2-3 ปี	มากกว่า 3 ปี
ด้านกระบวนการ บริการ	ระบบการแจ้งวางบิล และกำหนดวันชำระ ชัดเจน กระบวนการ รับแจ้งปัญหาของผู้ เช่าที่รวดเร็ว มีความ รวดเร็วถูกต้องในการ คิดเงิน เท่ากัน (3.12:ปานกลาง)	ระบบการแจ้งวางบิล และกำหนดวันชำระ ชัดเจน (3.32:ปานกลาง)	ระบบการแจ้งวางบิล และกำหนดวันชำระ ชัดเจน (3.24:ปานกลาง)	ระบบการแจ้งวางบิลและ กำหนดวันชำระชัดเจน มี ความรวดเร็วถูกต้องใน การคิดเงิน เท่ากัน (3.24:ปานกลาง)

จากตารางที่ 59 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ เมื่อจำแนกตามระยะเวลาเปิดดำเนินการในอาคารพันธูทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ ได้ข้อสรุปดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้เช่าให้ความสำคัญต่อย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ ระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ ยกเว้นผู้เช่า น้อยกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญต่อย่อยเป็นอันดับแรก คือ ศูนย์ จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก

ด้านราคา ผู้เช่าให้ความสำคัญต่อย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ ราคาค่าเช่า เมื่อเทียบกับศูนย์อื่นยกเว้นผู้เช่า น้อยกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญต่อย่อยเป็นอันดับแรก คือ ราคา ค่าไฟฟ้า และผู้เช่ามากกว่า 3 ปี ให้ความสำคัญต่อย่อยเป็นอันดับแรก คือ ราคาค่าเช่าคิดแบบ ต่อตารางเมตร

ด้านทำเลที่ตั้ง ผู้เช่าให้ความสำคัญต่อย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ อยู่ใน พื้นที่ที่เป็นย่านการค้า และอยู่ในย่านชุมชน

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้เช่าให้ความสำคัญต่อย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ ทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆเช่นวันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ ยกเว้นผู้เช่า น้อยกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญต่อย่อยเป็นอันดับแรก คือ การโฆษณาศูนย์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ท้องถิ่นต่างๆเช่นแจกใบปลิว

ด้านบุคลากร ผู้เช่าให้ความสำคัญต่อย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ บุคลากรของศูนย์ให้บริการเสมอภาคเท่าเทียมกัน ยกเว้นผู้เช่า 1-2 ปี และ ตั้งแต่ 2-3 ปี ให้

ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรก คือ บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ และ บุคลากรของศูนย์ฯมีจำนวนเพียงพอที่คอยให้บริการในแต่ละด้าน ตามลำดับ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้เข้าให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ มีห้องน้ำสะอาด เพียงพอ ยกเว้นผู้เช่า น้อยกว่า 1ปี และ ตั้งแต่ 2-3 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรก คือ มีเทคโนโลยีใหม่ๆไว้รองรับการบริการ เช่น อินเทอร์เน็ตไร้สาย และ ศูนย์ฯ มีระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง ศูนย์ฯ มีระบบปรับอากาศในพื้นที่ส่วนกลาง มีป้ายแสดงที่ตั้งของร้านค้าชัดเจน ด้าน ตามลำดับ

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้เข้าให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ ระบบการแจ้งวางบิลและกำหนดวันชำระชัดเจน

ตารางที่ 60 สรุประดับความพึงพอใจลำดับแรกของผู้ตอบแบบที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามประเภทกิจการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	ประเภทกิจการ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	ศูนย์ฯ มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ (3.28:ปานกลาง)	ศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก (3.09:ปานกลาง)	ศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก (3.40:ปานกลาง)
ด้านราคา	มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ (3.09:ปานกลาง)	ค่าประกันความเสียหายจากการตกแต่งห้องเช่า (3.05:ปานกลาง)	มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ (3.15:ปานกลาง)
ด้านทำเลที่ตั้ง	อยู่ในย่านชุมชน (3.34:ปานกลาง)	อยู่ในย่านชุมชน (3.18:ปานกลาง)	อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า (3.46:ปานกลาง)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ทางศูนย์ฯมีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆ เช่นวันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ (2.97:ปานกลาง)	การติดป้ายโฆษณาศูนย์ฯขนาดใหญ่ตามสถานที่ต่างๆ (2.77:ปานกลาง)	ทางศูนย์ฯมีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆ เช่นวันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ (3.17:ปานกลาง)
ด้านบุคลากร	บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ (3.21:ปานกลาง)	บุคลากรของศูนย์ฯ มีจำนวนเพียงพอที่คอยให้บริการในแต่ละด้าน (2.91:ปานกลาง)	บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ (3.31:ปานกลาง)

ตารางที่ 60 (ต่อ) สรุประดับความพึงพอใจลำดับแรกของผู้ตอบแบบที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ จำแนกตามประเภทกิจการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	ประเภทกิจการ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ความสะอาดของศูนย์ฯ และบริเวณโดยรอบ ศูนย์ฯ มีระบบปรับอากาศในพื้นที่ส่วนกลาง เท่ากัน (3.19:ปานกลาง)	มีห้องน้ำสะอาด เพียงพอ (3.23:ปานกลาง)	มีห้องน้ำสะอาด เพียงพอ (3.52:ปานกลาง)
ด้านกระบวนการบริการ	มีความรวดเร็วถูกต้องในการคิดเงิน (3.21:ปานกลาง)	ระบบการแจ้งวางบิลและกำหนดวันชำระชัดเจน (3.09:ปานกลาง)	ระบบการแจ้งวางบิลและกำหนดวันชำระชัดเจน (3.29:ปานกลาง)

จากตารางที่ 60 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ เมื่อจำแนกตามประเภทกิจการในอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ ได้ข้อสรุปดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้เข้าให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ ศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก ยกเว้นประเภทกิจการเจ้าของคนเดียวให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรก คือ ศูนย์ฯ มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ

ด้านราคา ผู้เข้าให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ ยกเว้นผู้เช่า ประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรก คือ ค่าประกันความเสียหายจากการตกแต่งห้องเช่า

ด้านทำเลที่ตั้ง ผู้เข้าให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ อยู่ในย่านชุมชน ประเภทกิจการบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรก คือ อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้เข้าให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ ทางศูนย์ฯ มีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆ เช่น วันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ ยกเว้นประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรก คือ การติดป้ายโฆษณาศูนย์ฯ ขนาดใหญ่ตามสถานที่ต่างๆ

ด้านบุคลากร ผู้เข้าให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ ยกเว้น ประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรก คือ บุคลากรของศูนย์ฯ มีจำนวนเพียงพอที่คอยให้บริการในแต่ละด้าน

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้เช่าให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ มีห้องน้ำสะอาด เพียงพอ ยกเว้นประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรก คือ ความสะอาดของศูนย์ฯ และบริเวณโดยรอบ ศูนย์ฯ มีระบบปรับอากาศในพื้นที่ส่วนกลาง เท่ากัน

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้เช่าให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ ระบบการแจ้งวางบิลและกำหนดวันชำระชัดเจน ยกเว้นประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรก คือ มีความรวดเร็วถูกต้องในการคิดเงิน

ตารางที่ 61 สรุประดับความพึงพอใจ ลำดับแรกของผู้ตอบแบบที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามพื้นที่ตั้งของร้าน

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	พื้นที่ตั้งของร้าน			
	ชั้นที่ 1	ชั้นที่ 2	ชั้นที่ 3	ชั้นที่ 4
ด้านผลิตภัณฑ์/ บริการ	ศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่ไว้ สำหรับเช่าจำนวนมาก (3.25:ปานกลาง)	ระบบเครือข่ายไฟฟ้า และโทรศัพท์ให้แก่ผู้ เช่าอย่างเพียงพอ (3.39:ปานกลาง)	ศูนย์ฯ ให้สิทธิร้านค้า ในการตกแต่งหน้า ร้านได้ตามต้องการ และศูนย์ฯ จัดสรร พื้นที่ไว้สำหรับเช่า จำนวนมาก เท่ากัน (3.36:ปานกลาง)	ศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่ไว้ สำหรับเช่าจำนวนมาก (3.25:ปานกลาง)
ด้านราคา	ราคาค่าเช่าคิดแบบต่อ ตารางเมตร ราคาค่าพื้นที่ ห้องตามทำเลที่ตั้ง (3.08:ปานกลาง)	มีวิธีการชำระเงิน หลายรูปแบบ (3.12:ปานกลาง)	ราคาค่าเช่าเมื่อเทียบกับ กับ ศูนย์ฯ อื่น (3.27:ปานกลาง)	ราคาค่าเช่าเมื่อเทียบกับ ศูนย์ฯ อื่น และ ราคาค่า ไฟฟ้า (3.15:ปานกลาง)
ด้านทำเลที่ตั้ง	อยู่ในย่านชุมชน (3.38:ปานกลาง)	อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่าน การค้า (3.30:ปานกลาง)	อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่าน การค้า (3.64:มาก)	อยู่ในย่านชุมชน (3.35:ปานกลาง)
ด้านการส่งเสริม การตลาด	ทางศูนย์ฯ มีการจัด กิจกรรมการขายตาม เทศกาลต่างๆ เช่น วัน ตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ (3.08:ปานกลาง)	การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ ประจำศูนย์ฯ ได้แก่ วารสารแจกฟรีทั่ว ประเทศ (3.06:ปานกลาง)	ทางศูนย์ฯ มีการจัด กิจกรรมการขายตาม เทศกาลต่างๆ เช่น วัน ตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ (3.09:ปานกลาง)	ทางศูนย์ฯ มีการจัดกิจกรรม การขายตามเทศกาลต่างๆ เช่น วันตรุษจีน วันขึ้นปี ใหม่ (2.96:ปานกลาง)

ตารางที่ 61 (ต่อ) สรุประดับความพึงพอใจ ลำดับแรกของผู้ตอบแบบที่มีต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาด บริการ จำแนกตามพื้นที่ตั้งของร้าน

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	พื้นที่ตั้งของร้าน			
	ชั้นที่ 1	ชั้นที่ 2	ชั้นที่ 3	ชั้นที่ 4
ด้านบุคลากร	บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ (3.21:ปานกลาง)	บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ (3.33:ปานกลาง)	บุคลากรของศูนย์ฯ มีความรู้ความ สามารถ แก้ไขปัญหาในแต่ละด้านรวดเร็ว ได้ ถูกต้อง (3.09:ปานกลาง)	บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ (3.11:ปานกลาง)
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ในศูนย์ฯมีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง (3.19:ปานกลาง)	มีห้องน้ำสะอาดเพียงพอ (3.36:ปานกลาง)	มีห้องน้ำสะอาดเพียงพอ และชื่อเสียงของศูนย์ฯเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป (3.20:ปานกลาง)	มีห้องน้ำสะอาดเพียงพอ (3.52:มาก)
ด้านกระบวนการบริการ	ขั้นตอนการทำสัญญาเช่าที่สะดวกไม่ยุ่งยาก (3.21:ปานกลาง)	ระบบการแจ้งวางบิล และกำหนดวันชำระชัดเจน (3.39:ปานกลาง)	มีความรวดเร็ว ถูกต้องในการคิดเงิน (3.00:ปานกลาง)	มีความรวดเร็วถูกต้องในการคิดเงิน (3.17:ปานกลาง)

จากตารางที่ 61 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ เมื่อจำแนกตามพื้นที่ตั้งในอาคาร พันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ ได้ข้อสรุปดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้เช่าให้ความสำคัญต่อย่อยย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ ศูนย์ฯ จัดสรรพื้นที่ไว้สำหรับเช่าจำนวนมาก ยกเว้น ชั้นที่ 2 ให้ความสำคัญต่อย่อยย่อยเป็นอันดับแรก คือ ศูนย์ฯ มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ

ด้านราคา ผู้เช่าให้ความสำคัญต่อย่อยย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ ราคาเช่าเมื่อเทียบกับศูนย์ฯอื่น ยกเว้นผู้เช่า ชั้นที่ 1 และชั้นที่ 2 ให้ความสำคัญต่อย่อยย่อยเป็นอันดับแรก คือ ราคาเช่าคิดแบบต่อตารางเมตร และราคาพื้นที่ห้องตามทำเลที่ตั้ง ตามลำดับ

ด้านทำเลที่ตั้ง ผู้เช่าชั้นที่ 1 และ 4 ให้ความสำคัญต่อย่อยย่อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ อยู่ในย่านชุมชน ชั้นที่ 2 และ 3 ให้ความสำคัญต่อย่อยย่อยเป็นอันดับแรก คือ อยู่ในพื้นที่ที่เป็นย่านการค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้เช่าให้ความสำคัญต่อบัจจย้อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ ทางศูนย์มีการจัดกิจกรรมการขายตามเทศกาลต่างๆเช่นวันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ ยกเว้น ชั้นที่ 2 ให้ความสำคัญต่อบัจจย้อยเป็นอันดับแรก คือ การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ประจำศูนย์ได้แก่วารสารแจกฟรีทั่วประเทศ

ด้านบุคลากร ผู้เช่าให้ความสำคัญต่อบัจจย้อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ ยกเว้น ชั้นที่ 3 ให้ความสำคัญต่อบัจจย้อยเป็นอันดับแรก คือ บุคลากรของศูนย์ฯมีความรู้ความ สามารถแก้ไขปัญหาในแต่ละด้านรวดเร็ว ได้ถูกต้อง

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้เช่าให้ความสำคัญต่อบัจจย้อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ มีห้องน้ำสะอาดเพียงพอ ชั้นที่ 1 ให้ความสำคัญต่อบัจจย้อยเป็นอันดับแรก คือ ในศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้เช่าให้ความสำคัญต่อบัจจย้อยเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ มีความรวดเร็วถูกต้องในการคิดเงิน ยกเว้นชั้นที่ 1 และชั้นที่ 2 ให้ความสำคัญต่อบัจจย้อยเป็นอันดับแรก คือ ขั้นตอนการทำสัญญาเช่าที่สะดวกไม่ยุ่งยาก และระบบการแจ้งวางบิล และกำหนดวันชำระชัดเจน ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาความพึงพอใจของผู้เช่าพื้นที่อาคารพันธุ์ทิพย์ พลาซ่า เชียงใหม่ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะโดยให้ความสนใจต่อบัจจย้อยที่มีผล โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางที่มากที่สุดและปรับปรุงแก้ไขปัญหาค่าเช่าที่ผู้เช่าพบในระดับปานกลางที่มากที่สุด ในการใช้เช่าพื้นที่ในแต่ละด้าน รวมถึงการแก้ไขปัญหาทุกปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ดังนี้

บัจจย้อยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ อาคารพันธุ์ทิพย์ พลาซ่า เชียงใหม่ โดยผู้จัดการแผนกขายและบริการควรที่จะจัดหาร้านร้านอาหารเข้ามาเปิดให้บริการหลายๆประเภท โดยการออกจดหมายเชิญให้ร้านอาหารเข้ามาเปิดให้บริการ เช่น ประเภทร้านอินเทอร์เน็ตร้าน เช่น เคเอฟซี พิซซ่าฮัท รวมถึงความหลากหลายทั้งอาหารไทยและอาหารนานาชาติ โดยการจัดโซนร้านอาหาร เพื่อความสะดวกในการให้บริการแก่ผู้เช่าและลูกค้าที่มาใช้บริการ สำหรับขนาดของพื้นที่ ความต้องการต่างๆ ของผู้เช่าพื้นที่ ควรมีการปรับความยืดหยุ่นในขนาดพื้นที่เช่าตามความต้องการของผู้เช่าพื้นที่ และที่ความต้องการจะมาเช่าพื้นที่ใหม่ และคอยจัดหาร้านค้าผู้เช่าให้มีความหลากหลาย ไว้คอยบริการลูกค้าที่มาใช้บริการ สำหรับบริการต่างๆที่ควรที่จะเพิ่มในการให้บริการ ได้แก่ การปรับปรุงระบบการสื่อสารให้ดีขึ้น และควรเพิ่มเครือข่ายใหม่ที่เปิดให้บริการ เช่น ระบบสื่อสารด้วยภาพและเสียง เป็นต้น และเพิ่มบริการที่ผู้เช่าต้องการตามความเป็นไปได้

ปัจจัยด้านราคา ในการประกอบธุรกิจของร้านค้าทุกรายจะคำนึงถึงต้นทุนการเช่าพื้นที่ และค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นเป็นหลัก ได้แก่ ต้นทุนค่าเช่า ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าสาธารณูปโภค ฯลฯ ซึ่งอาคาร พันธุ์ทิพย์ พลาซ่า เชียงใหม่ ก็ย่อมมีต้นทุนเช่นกัน ดังนั้นอาคารฯ ควรพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการปรับปรุงราคาเช่าพื้นที่ต่อตารางเมตร หรือการให้เช่าพื้นที่โดยมีเงื่อนไขการเช่าที่กำหนดขึ้นเป็นกรณีพิเศษ เช่น ให้เช่าพื้นที่โดยไม่ต้องมีค่าใช้จ่ายในระยะเวลา 3 เดือนแรก ก็จะเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะทำให้ผู้เช่ามาเช่าพื้นที่มากขึ้น รวมถึงวิธีการชำระเงินให้มีความหลากหลายรูปแบบมากขึ้น สำหรับค่าประกันความเสียหายในการตกแต่งห้องควรมีความชัดเจนมากขึ้น

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง อาคารพันธุ์ทิพย์ พลาซ่า เชียงใหม่ ควรเช่าพื้นที่สำหรับผู้เช่าสำหรับจอดรถไว้บริการผู้เช่าโดยเฉพาะรวมทั้งมีพนักงานคอยดูแลความสะดวกและความปลอดภัยในสถานที่จอดรถทั้งของผู้เช่าและของลูกค้าที่มาใช้บริการควรมีพนักงานไว้บริการ เพื่อเพิ่มความสะดวกเร็วในการจอด ทำให้ทางเข้าออกสะดวก การจราจรไม่ติดขัด หรือสร้างอาคารที่จอดรถในพื้นที่ว่างของอาคารฯ จะทำให้มีลูกค้าที่มาใช้บริการ มีความพอใจที่มาใช้บริการ นอกจากนั้นอาคารควรจัดโซนของร้านค้าแต่ละประเภทให้เป็นสัดส่วน เพื่อความสะดวกแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการในการหาสินค้าที่ต้องการได้ง่าย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในปัจจุบันการแข่งขันพื้นที่ให้เช่ามีจำนวนมากขึ้น อาคารพันธุ์ทิพย์ พลาซ่า เชียงใหม่ควรทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ารู้จักมากขึ้น โดยอีกกลยุทธ์หนึ่งที่อาคารฯ ควรที่จะมีการโฆษณา ได้แก่ สื่อทีวี วิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ โบปปลิว ป้ายโฆษณา ป้ายผ้า ซึ่งสื่อเหล่านี้ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้เป็นอย่างดี และลูกค้าจะได้ทราบถึงการประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง รวมถึงการจัดรายการ การรณรงค์ และการร่วมงานมหกรรมต่างๆ ของอาคารฯ อย่างสม่ำเสมอ รวมไปถึงการส่งเสริมการตลาดโดยการจัดกิจกรรมร่วมกับผู้เช่าที่มีความแตกต่างและน่าสนใจ เป็นที่ดึงดูดและเป็นที่ต้องการของลูกค้า จะทำให้มีลูกค้ามาใช้บริการอาคารฯ มากยิ่งขึ้น

ปัจจัยด้านบุคลากร อาคารพันธุ์ทิพย์ พลาซ่า เชียงใหม่ ประกอบธุรกิจ กิจการให้เช่าพื้นที่ งานบริการที่ประทับใจจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ควรให้ความสำคัญมาก โดยเฉพาะพนักงานผู้ที่มีหน้าที่ให้บริการ ต้องมีความรู้ มีความสามารถ มีทักษะในการให้บริการ และที่สำคัญต้องมีจิตสำนึกในการให้บริการลูกค้า แผนกบุคคลควรที่จะมีการจัดฝึกอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับการบริการให้ประทับใจลูกค้าเป็นประจำทุกปี เพื่อให้พนักงานได้มีการเตรียมตัวทั้งบุคลิกภาพและการแต่งกายที่เหมาะสมกับงาน การแสดงออก การมีอัธยาศัยที่ดี ความกระตือรือร้นที่จะให้บริการลูกค้าด้วยความเสมอภาค เมื่อผู้เช่ามีปัญหา พนักงานต้องแนะนำวิธีการหรือแก้ไขปัญหาได้ด้วย

ความรวดเร็ว พนักงานต้องสามารถแก้ไขปัญหาให้กับผู้เช่าได้ทุกปัญหา โดยใช้ความรู้ที่ได้รับ การฝึกอบรมมา หากไม่ทราบให้สอบถามจากเพื่อนร่วมงานหรือผู้บังคับบัญชา เพื่อให้ผู้เช่าได้รับ คำตอบที่ถูกต้อง ตรงประเด็น และประทับใจ อาคารฯควรจัดเตรียมผู้รับความคิดเห็นและเบอร์ โทรศัพท์ เพื่อคอยรับแจ้งปัญหาจากการใช้บริการของอาคารฯ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการ ปรับปรุงแก้ไขการให้บริการของศูนย์ฯสำหรับผู้เช่าพื้นที่และลูกค้าที่มาใช้บริการ เพื่อให้เกิดความ ประทับและมาใช้บริการมากขึ้น

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ การที่จะใช้บริการอาคารฯ สิ่งที่ผู้เช่าและลูกค้าต้องคำนึงถึงอันดับแรก ก็คือสิ่งอำนวยความสะดวกหรือการจัดสถานที่ให้มี ความพร้อมและเพียงพอ ดังนั้นอาคารพันธุ์ทิพย์ พลาซ่า เชียงใหม่ ควรจัดทำป้ายชื่ออาคาร ป้ายแสดงทางเข้า-ออกอาคารและลานจอดรถให้ชัดเจนขนาดใหญ่ สามารถมองเห็นได้ชัดเจนใน ระยะไกล เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ มีป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของร้านค้าชัดเจน ในบริเวณก่อนขึ้น-ลง บันไดเลื่อนและลิฟต์ เพื่อให้ลูกค้าที่มาใช้บริการหาร้านค้าได้ง่ายขึ้น และผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบใน ด้านอาคารสถานที่ควรจะมีการตรวจสอบพื้นที่ในด้านความสะอาด ความเป็นระเบียบ ความ สบายงาม รวมถึงมีการจัดมุมพักผ่อนให้เพียงพออยู่ตลอดเวลา

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ งานบริการเป็นหนึ่งในปัจจัยที่จะทำให้เกิดความ ประทับใจที่มอบให้ลูกค้าหรือผู้เช่าพึงพอใจ พนักงานต้องแจ้งรายละเอียดให้ลูกค้าทราบอย่าง ชัดเจนตรงประเด็นกับที่ลูกค้าสอบถาม จะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาติดต่อใช้ บริการได้ อีกทั้งการแก้ไขปัญหาต่างๆให้กับลูกค้าอย่างรวดเร็ว ขั้นตอนการให้บริการกระชับไม่ ยุ่งยาก ชับช้อน จะทำให้การให้บริการเป็นที่ประทับใจ ศูนย์ควรจัดระบบการจัดการภายใน ระหว่างแผนกให้มีความกระชับ ขั้นตอนที่ง่ายและสะดวก จะทำให้เกิดความชัดเจนในการ ประสานงานระหว่างแผนกที่ดีขึ้น ควรปรับปรุงมาตรฐานการทำงานให้มากขึ้น รวมถึงมาตรฐาน ของการบริการรักษาความปลอดภัยที่เพียงพอและน่าเชื่อถือ เพื่อให้ผู้เช่าและลูกค้าที่มาใช้บริการ เกิดความมั่นใจในการมาใช้บริการ