

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ สามารถแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานที่อยู่อาศัย ความถี่ในการใช้บริการ ศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ วันที่ชอบมาใช้บริการ ช่วงเวลาที่ชอบมาใช้บริการ ระยะเวลาที่เข้ามาใช้บริการ ยอดซื้อสินค้าบริการเมื่อท่านเข้ามาใช้บริการต่อครั้งที่มาใช้บริการที่ ศูนย์ฯ สินค้าและบริการคอมพิวเตอร์ชนิดใดที่ท่านซื้อและใช้บริการ สินค้าและบริการนอกจาก คอมพิวเตอร์และสินค้าไอทีที่ชอบใช้บริการในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า ผู้ มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า จำนวนคนที่มาใช้บริการที่ศูนย์ฯ ในแต่ละครั้ง เหตุผลที่เลือกมาใช้บริการ (ตารางที่ 1-19)

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม การตลาด ด้าน บุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ (ตารางที่ 20-27)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อาชีพ รายได้ ยอดซื้อ และความถี่ในการใช้บริการ (ตารางที่ 28-67)

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะที่พบจากการใช้บริการ ศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ (ตารางที่ 68-74)

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	172	47.9
หญิง	187	52.1
<b>รวม</b>	<b>359</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 47.9 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.1

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	70	19.5
20-30 ปี	143	39.8
31-40 ปี	62	17.3
41-50 ปี	51	14.2
50 ปีขึ้นไป	33	9.2
<b>รวม</b>	<b>359</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 20-30 ปี มากที่สุด ร้อยละ 39.8 รองลงมาอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 19.5 อายุ 31-40 ปี ร้อยละ 17.3 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 14.2 และอายุ 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 9.2

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	266	74.1
สมรส	91	25.3
อื่นๆ	2	0.6
<b>รวม</b>	<b>359</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ: อื่นได้แก่ หย่าร้าง

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 74.1 สมรส ร้อยละ 25.3 และอื่นๆ ร้อยละ 0.6

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	157	43.7
พนักงานบริษัทเอกชน	69	19.3
ข้าราชการ	28	7.8
รัฐวิสาหกิจ	16	4.5
รับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ	41	11.4
ธุรกิจส่วนตัว	35	9.7
เกษตรกร	6	1.7
อื่นๆ	7	1.9
<b>รวม</b>	<b>359</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ: อื่นได้แก่ แม่บ้าน

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษามากที่สุด ร้อยละ 43.7 รองลงมา พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 19.3 รับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ ร้อยละ 11.4 ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 9.7 ข้าราชการ ร้อยละ 7.8 อื่นๆ ร้อยละ 1.9 เกษตรกร ร้อยละ 1.7

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช	87	24.2
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	104	29.0
ปริญญาตรี	149	41.5
สูงกว่าปริญญาตรี	19	5.3
<b>รวม</b>	<b>359</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมี ระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี มากที่สุด ร้อยละ 41.5 รองลงมา อนุปริญญาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 29.0 ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอน ปลาย/ปวช ร้อยละ 24.2 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 5.3

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยของท่านต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	154	42.9
10,000-20,000 บาท	115	32.0
20,001-30,000 บาท	46	12.8
30,001-40,000 บาท	21	5.8
มากกว่า 40,000 บาท	23	6.5
<b>รวม</b>	<b>359</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 42.9 รองลงมา 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 32.0 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 12.8 มากกว่า 40,000 บาท ร้อยละ 6.5 และ 30,001-40,000 บาท ร้อยละ 5.8

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่อยู่อาศัย

สถานที่อยู่อาศัย	จำนวน	ร้อยละ
อำเภอเมืองเชียงใหม่	214	59.6
อำเภออื่นในจังหวัดเชียงใหม่	102	28.4
ต่างจังหวัด	43	12.0
<b>รวม</b>	<b>359</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สถานที่อยู่อาศัย มากที่สุดคือ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 59.6 รองลงมา อำเภออื่นในเชียงใหม่ ร้อยละ 28.4 และต่างจังหวัด ร้อยละ 12.0

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ ศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่

ความถี่ในการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	112	31.2
ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	87	24.2
ใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือน	41	11.4
ใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือน	66	18.4
อื่นๆ	53	14.8
<b>รวม</b>	<b>359</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ: อื่นได้แก่- 1-2 ครั้ง/ปี (4 คน) ตามความจำเป็น (3 คน) เวลามาเชียงใหม่ (3 คน)

แล้วแต่ความต้องการซื้อ (10 คน) นานๆ ครั้ง (12 คน) ใช้บริการ 5-6 ครั้ง/เดือน (8 คน)

ไม่แน่นอน (13)

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ความถี่ในการใช้บริการศูนย์การค้า พันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ มากที่สุด ร้อยละ 31.2 รองลงมา ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 24.2 ใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 18.4 อื่นๆ ร้อยละ 14.8 และใช้ บริการ 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 11.4

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ชอบใช้บริการ

วันที่ชอบใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์-ศุกร์	113	31.5
เสาร์-อาทิตย์	62	17.2
ไม่กำหนดวันที่แน่นอน	184	51.3
<b>รวม</b>	<b>359</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด วันที่ชอบใช้บริการ คือ ไม่กำหนด วันที่แน่นอน ร้อยละ 51.3 รองลงมา จันทร์-ศุกร์ ร้อยละ 31.5 และเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 17.2

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ชอบมาใช้บริการ

ช่วงเวลาที่ชอบมาใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
10.00-12.00 น.	40	11.2
12.01-15.00 น.	107	29.8
15.01-18.00 น.	130	36.2
18.01-22.00 น.	82	22.8
<b>รวม</b>	<b>359</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ช่วงเวลาที่ชอบมาใช้บริการ คือ เวลา 15.01-18.00 น. ร้อยละ 36.2 รองลงมา เวลา 12.01-15.00 น. ร้อยละ 29.8 เวลา 18.01-22.00 น. ร้อยละ 22.8 และ เวลา 10.00-12.00 น. ร้อยละ 11.2

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่เข้ามาใช้บริการ

ระยะเวลาที่เข้ามาใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	103	28.7
1-2 ชั่วโมง	185	51.5
มากกว่า 2 ชั่วโมง	71	19.8
รวม	359	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ระยะเวลาที่เข้ามาใช้บริการ คือ 1-2 ชั่วโมง ร้อยละ 51.5 รองลงมา น้อยกว่า 1 ชั่วโมง ร้อยละ 28.7 และมากกว่า 2 ชั่วโมง ร้อยละ 19.8

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดซื้อสินค้าบริการเมื่อเข้ามาใช้บริการต่อครั้งที่ศูนย์พันธุ์ทิพย์พลาซ่า

ยอดซื้อสินค้าบริการเมื่อเข้ามาใช้บริการต่อครั้งที่ศูนย์พันธุ์ทิพย์พลาซ่า	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	126	35.0
500-1,000 บาท	95	26.5
1,001-2,000 บาท	15	4.2
มากกว่า 3,000 บาท	123	34.3
รวม	359	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ยอดซื้อสินค้าบริการเมื่อเข้ามาใช้บริการต่อครั้งที่ ศูนย์พันธุ์ทิพย์พลาซ่า คือ ต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 35.0 รองลงมา มากกว่า 3,000 บาท ร้อยละ 34.3 500-1,000 บาท ร้อยละ 26.5 และ 1,001-2,000 บาท ร้อยละ 4.2

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสินค้าและบริการ คอมพิวเตอร์ชนิดใดที่ซื้อและใช้บริการ

สินค้าและบริการคอมพิวเตอร์ชนิดใดที่ซื้อและใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก	85	23.7
คอมพิวเตอร์ PC	66	18.4
ซอฟต์แวร์และโปรแกรมต่างๆ	93	25.9
ซ่อม ฮาร์ดแวร์ กำจัดไวรัส ลงโปรแกรม	99	27.6
อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ไอที และ Accessories	152	42.3

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 359 ราย

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สินค้าและบริการคอมพิวเตอร์ที่ซื้อและใช้บริการ คือ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ไอที และ Accessories ร้อยละ 42.3 รองลงมา ซ่อม ฮาร์ดแวร์ กำจัดไวรัส ลงโปรแกรม ร้อยละ 27.6 ซอฟต์แวร์และโปรแกรมต่างๆ ร้อยละ 25.9 คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ร้อยละ 23.7 และคอมพิวเตอร์ PC ร้อยละ 18.4



ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสินค้าและบริการ นอกจากคอมพิวเตอร์และสินค้าไอทีที่ชอบใช้บริการในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า

สินค้าและบริการใดนอกจากคอมพิวเตอร์และ สินค้าไอทีที่ชอบใช้บริการในศูนย์การค้า พันธุ์ทิพย์พลาซ่า	จำนวน	ร้อยละ
ศูนย์อาหารฟู๊ดเซ็นเตอร์	200	55.7
ภัตตาคารร้านอาหารญี่ปุ่นฟูจิ-ซาบุชิ	100	27.9
ร้านหนังสือ ออฟฟิตส์โตร์ ออฟฟิตส์โปกท์	165	46.0
ร้านแว่นตา	23	6.4
ร้านเสื้อผ้าแฟชั่น สินค้าเบ็ดเตล็ดทั่วไป	57	15.9
ร้านเสริมสวย สปา	12	3.3
โรงเรียนกวดวิชา	29	8.1
ธนาคาร	123	34.3

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 359 ราย

จากตารางที่ 1 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ สินค้าและบริการนอกจากคอมพิวเตอร์และสินค้าไอทีที่ชอบใช้บริการในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า คือ ศูนย์อาหารฟู๊ดเซ็นเตอร์ ร้อยละ 55.7 รองลงมา ร้านหนังสือ ออฟฟิตส์โตร์ ออฟฟิตส์โปกท์ ร้อยละ 46.0 ธนาคาร ร้อยละ 34.3 ภัตตาคารร้านอาหารญี่ปุ่นฟูจิ-ซาบุชิ ร้อยละ 27.9 ร้านเสื้อผ้าแฟชั่น สินค้าเบ็ดเตล็ดทั่วไป ร้อยละ 15.9 โรงเรียนกวดวิชา ร้อยละ 8.1 ร้านแว่นตา ร้อยละ 6.4 ร้านเสริมสวย สปา ร้อยละ 3.3

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในศูนย์พันธุ์พืชพลาซ่ามากที่สุด

ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในศูนย์พันธุ์พืชพลาซ่ามากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	223	62.1
เพื่อน	59	16.4
แฟน	20	5.6
สมาชิกในครอบครัว	52	14.5
เพื่อนที่ทำงาน	5	1.4
<b>รวม</b>	<b>359</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในศูนย์พันธุ์พืชพลาซ่ามากที่สุดคือตนเอง ร้อยละ 62.1 รองลงมา เพื่อน ร้อยละ 16.4 สมาชิกในครอบครัว ร้อยละ 14.5 แฟน ร้อยละ 5.6 เพื่อนที่ทำงาน ร้อยละ 1.4

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนคนที่มาใช้บริการ ที่ศูนย์พันธุ์ทิพย์พลาซ่า ในแต่ละครั้ง

จำนวนคนที่มาใช้บริการที่ศูนย์พันธุ์ทิพย์พลาซ่า ในแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	67	18.7
2 คน	152	42.3
3-5 คน	103	28.7
มากกว่า 5 คน	37	10.3
<b>รวม</b>	<b>359</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มากที่สุดจำนวนคนที่มาใช้บริการที่ศูนย์พันธุ์ทิพย์พลาซ่าในแต่ละครั้ง คือ 2 คน ร้อยละ 42.3 รองลงมา 3-5 คน ร้อยละ 28.7 คนเดียว ร้อยละ 18.7 และมากกว่า 5 คน ร้อยละ 10.3

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกมาใช้ บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่

เหตุผลที่เลือกมาใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
ราคาสินค้าที่เหมาะสม	150	41.8
สินค้ามีหลากหลายประเภท	148	41.2
สินค้ามีหลายยี่ห้อให้เลือก	105	29.2
ศูนย์ฯ เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง	47	13.1
มีที่จอดรถสะดวก	58	16.2
ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวหรือสถานที่สำคัญอื่นๆ	33	9.2
รายการส่งเสริมการขายน่าสนใจ	31	8.6
มีบริการที่รวดเร็ว	24	6.7
เดินทางมาสะดวกอยู่ใกล้ตัวเมือง	114	31.8
อื่นๆ	17	4.7

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 359 ราย

อื่นๆ ได้แก่ อยู่ใกล้โรงเรียนลูก (5 คน) อยู่ใกล้ที่ทำงาน (6 คน) ใกล้บ้าน (2 คน) มีร้านเยอะ (1 คน)  
ร้านคนรู้จักอยู่ในพันธุ์ทิพย์ (1 คน) ใกล้ที่เรียน (1 คน) ใกล้ที่ฝึกงาน (1 คน)

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มากที่สุดเหตุผลที่เลือกมาใช้บริการ ศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ คือ ราคาสินค้าที่เหมาะสม ร้อยละ 41.8 รองลงมา สินค้ามีหลากหลายประเภท ร้อยละ 41.2 เดินทางมาสะดวกอยู่ใกล้ตัวเมือง ร้อยละ 31.8 สินค้ามีหลายยี่ห้อให้เลือก ร้อยละ 29.2 มีที่จอดรถสะดวก ร้อยละ 16.2 ศูนย์ฯ เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง ร้อยละ 13.1 ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวหรือสถานที่สำคัญอื่นๆ ร้อยละ 9.2 รายการส่งเสริมการขายน่าสนใจ ร้อยละ 8.6 มีบริการที่รวดเร็ว ร้อยละ 6.7 และอื่นๆ ร้อยละ 4.7

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งเสริมการขายของ ศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ที่สนใจ/ชอบ

การส่งเสริมการขายของศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ที่สนใจ/ชอบ	จำนวน	ร้อยละ
ของแถม	79	22.0
ลดราคา	172	47.9
ชิงโชค	20	5.6
สะสมแต้ม	23	6.4
จัดบู๊ทจัดรายการ	47	13.1
สินค้าเก่าแลกสินค้าใหม่	18	5.0
<b>รวม</b>	<b>359</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 1 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ การส่งเสริมการขายของ ศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ที่สนใจ/ชอบ คือ ลดราคา ร้อยละ 47.9 รองลงมา ของแถม ร้อยละ 22.0 จัดบู๊ทจัดรายการ ร้อยละ 13.1 สะสมแต้ม ร้อยละ 6.4 ชิงโชค ร้อยละ 5.6 และสินค้าเก่า แลกสินค้าใหม่ ร้อยละ 5.0

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ของศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ที่พบเห็นบ่อยที่สุด

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ที่พบเห็นบ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ป้ายคัดเอาท์	111	30.9
ใบปลิว แผ่นพับ	102	28.4
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	29	8.2
วารสารพันธุ์ทิพย์ไกด์	32	8.9
วิทยุ	54	15.0
เว็บไซต์	21	5.8
รถแห่ประกาศกระจายเสียง	10	2.8
<b>รวม</b>	<b>359</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ที่พบเห็นบ่อยที่สุด คือ ป้ายคัดเอาท์ ร้อยละ 30.9 รองลงมา ใบปลิว แผ่นพับ ร้อยละ 28.4 วิทยุ ร้อยละ 15.0 วารสารพันธุ์ทิพย์ไกด์ ร้อยละ 8.9 หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ร้อยละ 8.2 เว็บไซต์ ร้อยละ 5.8 รถแห่ประกาศกระจายเสียง ร้อยละ 2.8

## ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ชื่อเสียงของศูนย์เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป	31 (8.6)	300 (83.6)	28 (7.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.01 (มาก)	3
มีสินค้าอุปกรณ์เทคโนโลยีหลากหลายรูปแบบตรงกับความต้องการ เช่น สินค้าคอมพิวเตอร์ ฮาร์ดแวร์ เครื่อง PC Notebook Printer กล้องถ่ายรูป	57 (15.9)	215 (59.9)	87 (24.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.92 (มาก)	4
มีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลาย ประเภทตรงกับความ ต้องการ	59 (16.4)	268 (74.7)	32 (8.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.08 (มาก)	2
มีสินค้าอุปกรณ์ Accessories คอมฯ ไอที ให้เลือกหลากหลาย ประเภทตรงกับความ ต้องการ	39 (24.8)	178 (49.6)	64 (17.8)	28 (7.8)	0 (0.0)	3.91 (มาก)	5
มีร้านค้าให้บริการซ่อม Upgrade ลงโปรแกรม แก้ไข คุ้ข้อมูล ให้คำปรึกษา	2 (0.6)	121 (59.1)	145 (40.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.60 (มาก)	8
ศูนย์อาหารฟู้ดเซ็นเตอร์	1 (0.3)	159 (44.3)	117 (32.6)	82 (22.8)	0 (0.0)	3.22 (ปานกลาง)	10

ตารางที่ 20 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ภัตตาคารร้านอาหารญี่ปุ่น ฟูจิ-ซาบุชิ	59 (16.4)	184 (51.3)	116 (32.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.84 (มาก)	6
ร้านหนังสือ ออฟฟิศโตโร่ ออฟฟิศดีโปท์	60 (16.7)	103 (28.7)	168 (46.8)	28 (7.8)	0 (0.0)	3.54 (มาก)	9
ร้านแว่นตา	31 (8.6)	39 (10.9)	262 (73.0)	27 (7.5)	0 (0.0)	3.21 (ปานกลาง)	11
ร้านเสื้อผ้าแฟชั่น สีนก้า เบ็คเตสตีทัวไป	0 (0.0)	71 (19.8)	146 (40.7)	142 (39.6)	0 (0.0)	2.80 (ปานกลาง)	13
ร้านเสริมสวย สปา	0 (0.0)	39 (10.9)	178 (49.6)	85 (23.7)	57 (15.9)	2.55 (ปานกลาง)	14
โรงเรียนกวดวิชา	0 (0.0)	97 (27.0)	146 (40.7)	84 (23.4)	32 (8.9)	2.86 (ปานกลาง)	12
ธนาคารให้บริการ	58 (16.2)	157 (43.7)	91 (25.3)	53 (14.8)	0 (0.0)	3.61 (มาก)	7
ศูนย์ฯ มีตัวแทนจำหน่าย สินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER และ TOSHIBA เป็นต้น	118 (32.9)	205 (57.1)	4 (1.1)	32 (8.9)	0 (0.0)	4.14 (มาก)	1
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)</b>						<b>3.52 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 20 พบว่าความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม  
โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยย่อยพบว่ามีค่าเฉลี่ยในระดับ  
มากเรียงตามลำดับคือ ศูนย์ฯ มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER และ  
TOSHIBA เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมา มีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรม  
คอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.08)  
ชื่อเสียงของศูนย์ฯเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป (ร้อยละ 4.01) มีสินค้าอุปกรณ์เทคโนโลยี



หลากหลายรูปแบบตรงกับความต้องการ เช่น สินค้าคอมพิวเตอร์ ฮาร์ดแวร์ เครื่อง PC Notebook Printer กล้องถ่ายรูป (ค่าเฉลี่ย 3.92) มีสินค้าอุปกรณ์ Accessories คอมพิวเตอร์ ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ภัตตาคารร้านอาหารญี่ปุ่นฟูจิ-ซาบุชิ (ค่าเฉลี่ย 3.84) ธนาคาร ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.61) มีร้านค้าให้บริการซ่อม Upgrade ลงโปรแกรม แก้ไข กู้ข้อมูล ให้คำปรึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.60) ร้านหนังสือ ออฟฟิตสโตร์ ออฟฟิตดีโปท์ (ค่าเฉลี่ย 3.54)

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ศูนย์อาหารฟู้ดเซ็นเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.22) ร้าน แวนตา (ค่าเฉลี่ย 3.21) โรงเรียน กวดวิชา (ค่าเฉลี่ย 2.86) ร้านเสื้อผ้าแฟชั่น สินค้าเบ็ดเตล็ดทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 2.80) และร้านเสริมสวย สปา (ค่าเฉลี่ย 2.55)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สินค้าของร้านค้า ใน ศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์ พลาซ่าเชียงใหม่ มีหลาย ระดับราคาให้เลือก	59 (16.4)	187 (52.1)	113 (31.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.85 (มาก)	1
สินค้า ของร้านค้า ใน ศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์ พลาซ่า เชียงใหม่มีราคาถูก กว่าที่อื่น	32 (8.9)	94 (26.2)	233 (64.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.44 (ปานกลาง)	5
ราคาค่าบริการซ่อม Upgrade ลงโปรแกรม แก้ไข กู้ข้อมูล ให้คำปรึกษา ของร้านค้าในศูนย์ถูกกว่าที่ อื่น	0 (0.0)	184 (51.3)	145 (40.4)	30 (8.4)	0 (0.0)	3.43 (ปานกลาง)	6
สินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ มีป้ายบอกราคาขายที่ ชัดเจน	28 (7.8)	187 (52.1)	144 (40.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.68 (มาก)	4
ความสะดวกในการตรวจ ราคาสินค้าของร้านค้าใน ศูนย์ฯ	66 (18.4)	119 (33.1)	174 (48.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.70 (มาก)	2
ร้านค้าในศูนย์ฯมีบริการรับ ชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	37 (10.3)	175 (48.7)	147 (40.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.69 (มาก)	3
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)</b>						<b>3.63 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 21 พบว่าความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยย่อยพบว่า มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงตามลำดับคือ สินค้าของร้านค้า ในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.85) รองลงมา ความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ร้านค้าในศูนย์ฯมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.69) สินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ มีป้ายบอกราคาขายที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.68)

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ สินค้าของร้านค้า ในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ มีราคาถูกกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.44) และราคาค่าบริการซ่อม Upgrade ลงโปรแกรม แก้ไข กู้ข้อมูล ให้คำปรึกษา ของร้านค้าในศูนย์ฯถูกกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ศูนย์ฯ มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกสบายและเพียงพอ ในการจอดรถ	30 (8.4)	149 (41.5)	89 (24.8)	91 (25.3)	0 (0.0)	3.33 (ปานกลาง)	7
ที่จอดรถของศูนย์ฯมีความ ปลอดภัย	116 (32.3)	94 (26.2)	121 (33.7)	28 (7.8)	0 (0.0)	3.83 (มาก)	3
เวลาเปิด -ปิดบริการ 10.00- 22.00 น. ของศูนย์ฯมีความ เหมาะสม	87 (24.2)	213 (59.3)	59 (16.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.08 (มาก)	1
ทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกใน การเดินทาง เช่น มีระบบ ขนส่งมวลชนผ่าน	59 (16.4)	240 (66.9)	32 (8.9)	28 (7.8)	0 (0.0)	3.92 (มาก)	2
ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้ แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จัก ของนักท่องเที่ยว	89 (24.8)	211 (58.8)	59 (16.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.08 (มาก)	1
การจัดแบ่งโซนร้านค้าได้ อย่างเหมาะสม	89 (24.8)	128 (35.7)	114 (31.8)	28 (7.8)	0 (0.0)	3.77 (มาก)	4
การจัดวางแผนผังของ อาคารมีความสะดวก สบาย ในการใช้บริการ	56 (15.6)	135 (37.6)	168 (46.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.69 (มาก)	5
มีเว็บไซต์ให้ข้อมูลและ แนะนำศูนย์ฯ	240 (66.9)	89 (24.8)	30 (8.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.50 (มาก)	6
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)</b>						<b>3.78 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 22 พบว่าความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ปัจจัยย่อยพบว่า มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงตามลำดับคือ เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯ มีความเหมาะสม ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา ทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกในการเดินทาง เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน (ค่าเฉลี่ย 3.92) ที่จอดรถของศูนย์ฯ มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.83) การจัดแบ่งโซนร้านค้าได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.77) การจัดวางแผนผังของอาคารมีความสะดวก สบายในการใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.69) มีเว็บไซต์ให้ข้อมูลและแนะนำศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ศูนย์ฯ มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบายและเพียงพอในการจอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การโฆษณา ตามสื่อต่างๆ เช่น พันธุ์ทิพย์ไกด์ ป้ายโฆษณา วิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และ เว็บไซต์	3 (0.8)	182 (50.7)	149 (41.5)	25 (7.0)	0 (0.0)	3.45 (ปานกลาง)	4
มีการประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารกิจกรรม	0 (0.0)	156 (43.5)	173 (48.2)	30 (8.4)	0 (0.0)	3.35 (ปานกลาง)	6
การจัด กิจกรรม เช่น งานแสดงสินค้าไอที การจัด งาน Note Book Fair เป็นต้น	28 (7.8)	186 (51.8)	83 (23.1)	62 (17.3)	0 (0.0)	3.50 (มาก)	3
มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในศูนย์ฯ	2 (0.6)	267 (74.4)	60 (16.7)	30 (8.4)	0 (0.0)	3.67 (มาก)	1
การลดราคาสินค้าตามเทศกาลของร้านค้า	28 (7.8)	156 (43.5)	120 (33.4)	55 (15.3)	0 (0.0)	3.44 (ปานกลาง)	5
การจัดรายการลด แลก แจก แถม	57 (15.9)	126 (35.1)	146 (40.7)	30 (8.4)	0 (0.0)	3.58 (มาก)	2
มีการจัดรายการส่งเสริมการตลาดสินค้าเฉพาะอย่าง	1 (0.3)	215 (59.9)	88 (24.5)	55 (15.3)	0 (0.0)	3.45 (ปานกลาง)	4
การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าในศูนย์ฯ	29 (8.1)	212 (59.1)	88 (24.5)	0 (0.0)	30 (8.4)	3.58 (มาก)	2
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)</b>						<b>3.50 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 23 พบว่าความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.50) ปัจจัยย่อยพบว่า มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงตามลำดับคือ มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.67) รองลงมา การจัดรายการลด แลก แจกแถม การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าในศูนย์ฯ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.58) การจัด กิจกรรม เช่น งานแสดงสินค้าไอที การจัดงาน Note Book Fair เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.50)

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ การโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น พันธุ์ทิพย์ไกดส์ ป้ายโฆษณา วิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.45) การลดราคาสินค้าตามเทศกาลของร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 3.44) และมี การประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 3.35)

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีจำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกเพียงพอ	59 (15.6)	195 (54.3)	108 (30.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.86 (มาก)	5
พนักงานให้ข้อมูลร้านค้าภายในศูนย์ฯแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องและชัดเจน	57 (15.9)	188 (52.4)	114 (31.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.84 (มาก)	6
พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า	58 (16.2)	187 (52.1)	114 (31.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.84 (มาก)	6
พนักงานมีความสามารถในการตอบคำถามที่ลูกค้าต้องการทราบ	85 (23.7)	131 (36.5)	143 (39.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.84 (มาก)	6
พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย	123 (34.3)	179 (49.9)	57 (15.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.18 (มาก)	2
พนักงานมีความพร้อมและเอาใจใส่ต่อลูกค้าตลอดเวลา	85 (23.7)	220 (61.3)	26 (7.2)	28 (7.8)	0 (0.0)	4.01 (มาก)	4
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	86 (24.0)	214 (59.6)	59 (16.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.08 (มาก)	3
พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	116 (32.3)	214 (59.6)	29 (8.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.24 (มาก)	1
พนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอภาค	59 (16.4)	245 (68.2)	55 (15.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.01 (มาก)	4
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)</b>						<b>3.99 (มาก)</b>	



จากตารางที่ 24 พบว่าความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) ปัจจัยย่อยพบว่า มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงตามลำดับคือ พนักงานมีความสุขและเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมา พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.18) พนักงานมีความพร้อมและเอาใจใส่ต่อลูกค้าตลอดเวลา พนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอภาค เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.01) มีจำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.86) และพนักงานให้ข้อมูลร้านค้าภายในศูนย์ฯแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องและชัดเจน พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า พนักงานมีความสามารถในการตอบคำถามที่ลูกค้าต้องการทราบ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การจัดวางตำแหน่ง (แผนผัง)พื้นที่ ของแผนก ต่างๆ ภายในศูนย์ฯมีความ สะดวกเหมาะสม เช่น ชั้น 1 และ 2 คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ไอที ชั้นที่ 3 กลุ่ม ร้านค้าและบริการเกี่ยวกับ ศูนย์รวมแพชชั่นนำสมัย ชั้น ที่ 4 ศูนย์อาหาร Food Center!และสำนักงาน บริการต่างๆ	63 (17.5)	155 (43.2)	111 (30.9)	30 (8.4)	0 (0.0)	3.70 (มาก)	7
ความกว้างขวางและความ สะอาดของร้านค้า	117 (32.6)	126 (35.1)	86 (24.0)	30 (8.4)	0 (0.0)	3.92 (มาก)	3
ความเป็นระเบียบของร้าน ขายสินค้าและบริการ	91 (25.3)	205 (57.1)	62 (17.3)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.08 (มาก)	1
การตกแต่งพื้นที่อาคารและ บรรยากาศภายในร้านค้า	57 (15.9)	217 (60.4)	85 (23.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.92 (มาก)	3
สถานที่ของศูนย์ฯมี ความ โอ้โถง กว้างขวาง	57 (15.9)	217 (60.4)	85 (23.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.92 (มาก)	3
ความสะอาดของพื้นที่ ภายในศูนย์ฯ	56 (15.6)	244 (68.0)	59 (16.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.99 (มาก)	2
ป้ายชื่อศูนย์ฯมีขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจนในระยะไกล	85 (23.7)	103 (28.7)	171 (47.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.76 (มาก)	5

ตารางที่ 25 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในอาคาร ลิฟต์-บันไดเลื่อน และที่นั่งพักผ่อนสำหรับลูกค้า	56 (15.6)	189 (52.6)	84 (23.4)	30 (8.4)	0 (0.0)	3.75 (มาก)	6
มีการติดตั้งตู้ ATM บริเวณในศูนย์ฯ	85 (23.7)	130 (36.2)	114 (31.8)	30 (8.4)	0 (0.0)	3.75 (มาก)	6
ศูนย์มีระบบสัญญาณแจ้งเตือนภัยไฟฉุกเฉิน Smoke Detector ระบบดับเพลิงทางหนีไฟ	0 (0.0)	183 (51.0)	146 (40.7)	30 (8.4)	0 (0.0)	3.43 (ปานกลาง)	9
อุณหภูมิภายในบริเวณห้างเย็นสบายตลอดไปรุ่งไม่รู้สึกอึดอัด	85 (23.7)	129 (35.9)	90 (25.1)	30 (8.4)	25 (7.0)	3.61 (มาก)	8
มีป้ายบอกทางไปสถานที่ต่างๆภายในศูนย์ฯ	92 (25.6)	150 (41.8)	86 (24.0)	31 (8.6)	0 (0.0)	3.84 (มาก)	4
มีบริการโทรศัพท์สาธารณะ	0 (0.0)	184 (51.3)	119 (33.1)	56 (15.6)	0 (0.0)	3.36 (ปานกลาง)	10
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)</b>						<b>3.77 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 25 พบว่าความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ปัจจัยย่อยพบว่า มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงตามลำดับคือ ความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา ความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.99) ความกว้างขวางและความสะอาดของร้านค้า การตกแต่งพื้นที่อาคารและบรรยากาศภายในร้านค้า สถานที่ของศูนย์มีความโอโง่ง กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 3.92) มีป้ายบอกทางไปสถานที่ต่างๆภายในศูนย์ฯ

(ค่าเฉลี่ย 3.84) ป้ายชื่อศูนย์ฯมีขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจนในระยะไกล (ค่าเฉลี่ย 3.76) มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในอาคาร ลิฟต์-บันไดเลื่อน และที่นั่งพักผ่อนสำหรับลูกค้า มีการติดตั้งตู้ ATM บริเวณในศูนย์ฯ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.75) การจัดวางตำแหน่ง (แผนผัง)พื้นที่ ของแผนกต่างๆ ภายในศูนย์ฯมีความสะดวกเหมาะสม เช่น ชั้น 1 และ 2 คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ไอที ชั้นที่ 3 กลุ่มร้านค้าและบริการเกี่ยวกับศูนย์รวมแฟชั่นนำสมัย ชั้นที่ 4 ศูนย์อาหาร Food Center และสำนักงานบริการต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.70) อุณหภูมิภายในบริเวณห้างเย็นสบายตลอดไปรุ่งไม่รู้สึกร้อน (ค่าเฉลี่ย 3.61)

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ศูนย์มีระบบสัญญาณแจ้งเตือนภัยไฟฉุกเฉิน Smoke Detector ระบบดับเพลิง ทางหนีไฟ (ค่าเฉลี่ย 3.43) และมีบริการโทรศัพท์สาธารณะ (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานในการให้บริการ รวดเร็ว	87 (24.2)	218 (60.7)	54 (15.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.09 (มาก)	1
ความถูกต้องแม่นยำในการ คิดค่าบริการ	56 (15.6)	217 (60.4)	86 (24.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.92 (มาก)	3
การส่งมอบสินค้าตรงตาม เวลา	57 (15.9)	216 (60.2)	86 (24.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.92 (มาก)	3
การส่งมอบสินค้าถูกต้อง	56 (15.6)	242 (67.4)	61 (17.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.99 (มาก)	2
ร้านค้ามีบริการหลังการขาย ดี มีความ รับผิดชอบ	85 (23.7)	185 (51.5)	89 (24.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.99 (มาก)	2
ร้านค้าภายในศูนย์ฯ มีการ แนะนำ ถ่ายทอดความรู้ ด้านสินค้าและบริการต่อ ลูกค้าอย่างเข้าใจเกิด ประโยชน์สูงสุดต่อการ นำไปใช้งาน	28 (7.8)	243 (67.7)	88 (24.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.83 (มาก)	4
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)</b>						<b>3.96 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 26 พบว่าความพึงพอใจต่อ ปัจจัย ด้านกระบวนการ ของผู้ตอบ  
แบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ปัจจัยย่อยพบว่า มีความพึงพอใจที่มี  
ค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงตามลำดับคือ พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา  
การส่งมอบสินค้าถูกต้อง ร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความ รับผิดชอบ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.99)  
ความถูกต้องแม่นยำในการคิดค่าบริการ การส่งมอบสินค้าตรงตามเวลา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.92)  
ร้านค้าภายในศูนย์ฯ มีการแนะนำ ถ่ายทอดความรู้ด้านสินค้าและบริการต่อลูกค้าอย่างเข้าใจเกิด  
ประโยชน์สูงสุดต่อการนำไปใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วน  
 ประสมการตลาดบริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.52	มาก	6
ด้านราคา	3.63	มาก	5
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.78	มาก	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.50	มาก	7
ด้านบุคลากร	3.99	มาก	1
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	3.77	มาก	4
ด้านกระบวนการ	3.96	มาก	2

จากตารางที่ 27 พบว่า ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบ  
 แบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากเรียงลำดับได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้าน  
 ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ปัจจัยด้าน  
 ผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ยอดซื้อ และความถี่ในการใช้บริการ

### 3.1 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย n=172	หญิง n=187	รวม N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของศูนย์เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป	4.05 (มาก)	3.97 (มาก)	4.01 (มาก)
มีสินค้าอุปกรณ์เทคโนโลยีหลากหลายรูปแบบตรงกับความต้องการ เช่น สินค้าคอมพิวเตอร์ ฮาร์ดแวร์ เครื่อง PC Notebook Printer กล้องถ่ายรูป	3.99 (มาก)	3.85 (มาก)	3.92 (มาก)
มีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์ สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ	4.07 (มาก)	4.08 (มาก)	4.08 (มาก)
มีสินค้าอุปกรณ์ Accessories คอมฯ ไอที ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ	3.84 (มาก)	3.98 (มาก)	3.91 (มาก)
มีร้านค้าให้บริการซ่อม Upgrade ลงโปรแกรมแก้ไขข้อมูล ให้คำปรึกษา	3.57 (มาก)	3.63 (มาก)	3.60 (มาก)
ศูนย์อาหารฟู้ดเซ็นเตอร์	3.15 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
ภัตตาคารร้านอาหารญี่ปุ่นฟูจิ-ซาบุชิ	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)	3.84 (มาก)
ร้านหนังสือ ออฟฟิตส์ไตร์ ออฟฟิตส์โปท์	3.50 (มาก)	3.58 (มาก)	3.54 (มาก)
ร้านแว่นตา	3.14 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ร้านเสื้อผ้าแฟชั่น สินค้าเบ็ดเตล็ดทั่วไป	2.73 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)



ตารางที่ 28 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย n=172	หญิง n=187	รวม N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านเสริมสวย สปา	2.51 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)
โรงเรียนกวดวิชา	2.77 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
ธนาคาร ให้บริการ	3.48 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.61 (มาก)
ศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น	4.17 (มาก)	4.11 (มาก)	4.14 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.48 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.52 (มาก)

จากตาราง ที่ 28 พบว่า ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) ส่วนเพศหญิง มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ปัจจัยย่อย พบว่าเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา มีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.07) และ ชื่อเสียงของศูนย์ฯเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ส่วนเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา มีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.08) และ ชื่อเสียงของศูนย์ฯเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.97)



ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		
	ชาย n=172	หญิง n=187	รวม N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่มีหลายระดับราคาให้เลือก	3.92 (มาก)	3.79 (มาก)	3.85 (มาก)
สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่มีราคาถูกกว่าที่อื่น	3.41 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
ราคาค่าบริการซ่อม Upgrade ลงโปรแกรม แก๊ส ภูเขาข้อมูล ให้คำปรึกษาของร้านค้าในศูนย์ ถูกกว่าที่อื่น	3.37 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
สินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ มีป้ายบอกราคาขายที่ชัดเจน	3.65 (มาก)	3.71 (มาก)	3.68 (มาก)
ความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ	3.69 (มาก)	3.71 (มาก)	3.70 (มาก)
ร้านค้าในศูนย์ฯมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	3.70 (มาก)	3.69 (มาก)	3.69 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.62 (มาก)</b>	<b>3.64 (มาก)</b>	<b>3.63 (มาก)</b>

จากตาราง ที่ 29 พบว่า ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 3.62) เพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ปัจจัยย่อย พบว่า เพศชายมี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่มีหลายระดับราคาให้เลือก(ค่าเฉลี่ย 3.92) รองลงมา ร้านค้าในศูนย์ฯมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.70) และความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ส่วนเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่มีหลายระดับราคาให้เลือก(ค่าเฉลี่ย 3.79) รองลงมา สินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ มีป้ายบอกราคาขายที่ชัดเจน ความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.71) และร้านค้าในศูนย์ฯ มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ		
	ชาย n=172	หญิง n=187	รวม N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ศูนย์ฯ มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบายและเพียงพอในการจอดรถ	3.23 (มาก)	3.42 (มาก)	3.33 (มาก)
ที่จอดรถของศูนย์ฯมีความปลอดภัย	3.65 (มาก)	3.99 (มาก)	3.83 (มาก)
เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯมีความเหมาะสม	3.99 (มาก)	4.16 (มาก)	4.08 (มาก)
ทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกในการเดินทาง เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน	3.81 (มาก)	4.02 (มาก)	3.92 (มาก)
ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว	4.00 (มาก)	4.16 (มาก)	4.08 (มาก)
การจัดแบ่งโซนร้านค้าได้อย่างเหมาะสม	3.66 (มาก)	3.88 (มาก)	3.77 (มาก)
การจัดวางแผนผังของอาคารมีความสะดวกสบายในการใช้บริการ	3.66 (มาก)	3.72 (มาก)	3.69 (มาก)
มีเว็บไซต์ให้ข้อมูลและแนะนำศูนย์	3.41 (มาก)	3.59 (มาก)	3.50 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.68 (มาก)</b>	<b>3.87 (มาก)</b>	<b>3.78 (มาก)</b>

จากตาราง ที่ 30 พบว่า ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 3.68) เพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ปัจจัยย่อย พบว่า เพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา เวลาเปิด-ปิด

บริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.99) และ ทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกในการเดินทาง เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน (ค่าเฉลี่ย 3.81)

ส่วนเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์มีความเหมาะสม และตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมา ที่จอดรถของศูนย์มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.99) และการจัดแบ่งโซนร้านค้าได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.88)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

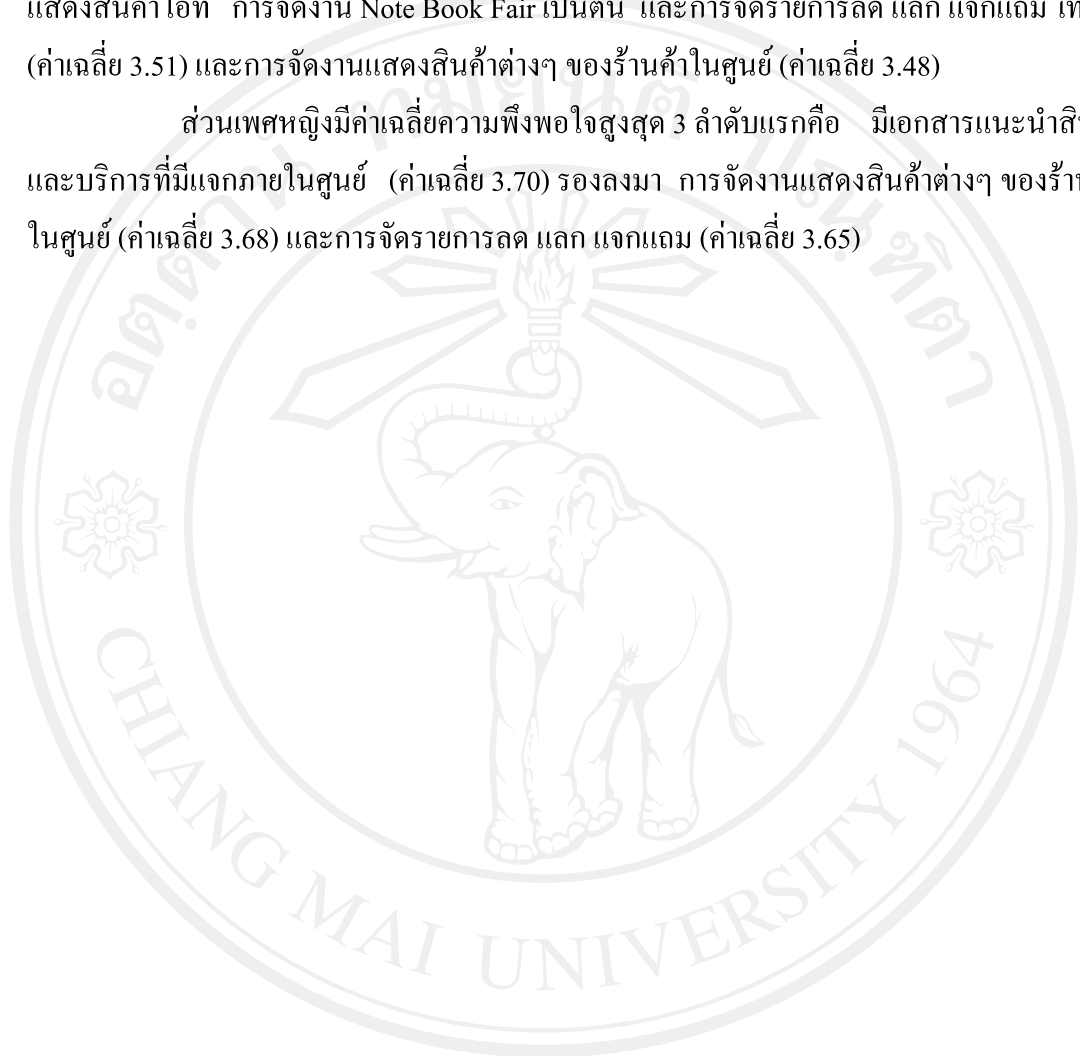
ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย n=172	หญิง n=187	รวม N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น พันธุ์ทิพย์ไกด์ ป้ายโฆษณา วิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ ท้องถิ่น และเว็บไซต์	3.41 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
มีการประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารกิจกรรม	3.32 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
การจัดกิจกรรม เช่น งานแสดงสินค้าไอที การจัดงาน Note Book Fair เป็นต้น	3.51 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในศูนย์	3.65 (มาก)	3.70 (มาก)	3.67 (มาก)
การลดราคาสินค้าตามเทศกาลของร้านค้า	3.38 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
การจัดรายการลด แลก แจกแถม	3.51 (มาก)	3.65 (มาก)	3.58 (มาก)
มีการจัดรายการส่งเสริมการตลาดสินค้าเฉพาะอย่าง	3.36 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าในศูนย์	3.48 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.58 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.45 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.50 (มาก)

จากตาราง ที่ 31 พบว่า ความพึงพอใจต่อ ปัจจัย ด้าน การส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) ส่วนเพศหญิง มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ปัจจัยย่อย พบว่า เพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในศูนย์ (ค่าเฉลี่ย 3.65) รองลงมา การจัด กิจกรรม เช่น งานแสดงสินค้าไอที การจัดงาน Note Book Fair เป็นต้น และการจัดรายการลด แลก แจกแถม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.51) และการจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าในศูนย์ (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ส่วนเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในศูนย์ (ค่าเฉลี่ย 3.70) รองลงมา การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าในศูนย์ (ค่าเฉลี่ย 3.68) และการจัดรายการลด แลก แจกแถม (ค่าเฉลี่ย 3.65)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคลากร	เพศ		
	ชาย n=172	หญิง n=187	รวม N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีจำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกเพียงพอ	3.80 (มาก)	3.91 (มาก)	3.86 (มาก)
พนักงานให้ข้อมูลร้านค้าภายในศูนย์แก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องและชัดเจน	3.78 (มาก)	3.90 (มาก)	3.84 (มาก)
พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า	3.82 (มาก)	3.87 (มาก)	3.84 (มาก)
พนักงานมีความสามารถในการตอบคำถามที่ลูกค้าต้องการทราบ	3.78 (มาก)	3.89 (มาก)	3.84 (มาก)
พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย	4.16 (มาก)	4.21 (มาก)	4.18 (มาก)
พนักงานมีความพร้อมและเอาใจใส่ต่อลูกค้า ตลอดเวลา	3.90 (มาก)	4.11 (มาก)	4.01 (มาก)
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.00 (มาก)	4.14 (มาก)	4.08 (มาก)
พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	4.16 (มาก)	4.32 (มาก)	4.24 (มาก)
พนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอภาค	3.96 (มาก)	4.06 (มาก)	4.01 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.93 (มาก)</b>	<b>4.04 (มาก)</b>	<b>3.99 (มาก)</b>

จากตาราง ที่ 32 พบว่า ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง เพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 3.93) เพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ปัจจัยย่อย พบว่า เพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย และ พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อ ลูกค้า เท่ากัน

(ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมา พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ส่วนเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความสุภาพ เป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อ ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมา พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.21) และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.14)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย n=172	หญิง n=187	รวม N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การจัดวางตำแหน่ง (แผนผัง)พื้นที่ ของแผนกต่างๆ ภายในศูนย์ฯ มีความสะดวกเหมาะสม เช่น ชั้น 1 และ 2 คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ไอที ชั้นที่ 3 กลุ่มร้านค้าและบริการเกี่ยวกับศูนย์รวมแพชชันนำสมัย ชั้นที่ 4 ศูนย์อาหาร Food Centerและสำนักงานบริการต่างๆ	3.56 (มาก)	3.82 (มาก)	3.70 (มาก)
ความกว้างขวางและความสะอาดของร้านค้า	3.81 (มาก)	4.02 (มาก)	3.92 (มาก)
ความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ	3.95 (มาก)	4.19 (มาก)	4.08 (มาก)
การตกแต่งพื้นที่อาคารและบรรยายภายในร้านค้า	3.83 (มาก)	4.01 (มาก)	3.92 (มาก)
สถานที่ของศูนย์มีความโอ่โถง กว้างขวาง	3.84 (มาก)	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)
ความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ	3.95 (มาก)	4.03 (มาก)	3.99 (มาก)
ป้ายชื่อศูนย์ฯมีขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจนใน ระยะไกล	3.67 (มาก)	3.84 (มาก)	3.76 (มาก)
มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในอาคาร ลิฟต์-บันไดเลื่อน และที่นั่งพักผ่อนสำหรับลูกค้า	3.67 (มาก)	3.83 (มาก)	3.75 (มาก)
มีการติดตั้งตู้ ATM บริเวณในศูนย์ฯ	3.62 (มาก)	3.87 (มาก)	3.75 (มาก)
ศูนย์มีระบบสัญญาณแจ้งเตือนภัยไฟฉุกเฉิน Smoke Detector ระบบดับเพลิง ทางหนีไฟ	3.36 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
อุณหภูมิภายในบริเวณห้างเย็นสบายปลอด โปรงไม่รู้สึกอึดอัด	3.49 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	3.61 (มาก)
มีป้ายบอกทางไปสถานที่ต่างๆภายในศูนย์ฯ	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)	3.84 (มาก)



ตารางที่ 33 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย n=172	หญิง n=187	รวม N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีบริการโทรศัพท์สาธารณะ	3.30 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.68 (มาก)</b>	<b>3.86 (มาก)</b>	<b>3.77 (มาก)</b>

จากตาราง ที่ 33 พบว่า ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 3.68) เพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ปัจจัยย่อย พบว่า เพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ ความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.95) รองลงมา สถานที่ของศูนย์มีความโอ้โคง กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 3.84) และการตกแต่งพื้นที่อาคารและบรรยากาศภายในร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ส่วนเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมา ความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และความกว้างขวางและความสะอาดของร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	เพศ		
	ชาย n=172	หญิง n=187	รวม N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว	4.02 (มาก)	4.16 (มาก)	4.09 (มาก)
ความถูกต้องแม่นยำในการคิดค่าบริการ	3.88 (มาก)	3.95 (มาก)	3.92 (มาก)
การส่งมอบสินค้าตรงตามเวลา	3.90 (มาก)	3.94 (มาก)	3.92 (มาก)
การส่งมอบสินค้าถูกต้อง	3.99 (มาก)	3.98 (มาก)	3.99 (มาก)
ร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความรับผิดชอบ	3.92 (มาก)	4.05 (มาก)	3.99 (มาก)
ร้านค้าภายในศูนย์ มีการแนะนำ ถ่ายทอดความรู้ด้านสินค้าและบริการต่อลูกค้าอย่างเข้าใจเกิด ประโยชน์สูงสุดต่อการนำไปใช้งาน	3.78 (มาก)	3.88 (มาก)	3.83 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.92 (มาก)</b>	<b>3.99 (มาก)</b>	<b>3.96 (มาก)</b>

จากตาราง ที่ 34 พบว่าความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 3.92) เพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ปัจจัยย่อย พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา การส่งมอบสินค้าถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.99) และ ร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ส่วนเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมา ร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 4.05) และการส่งมอบสินค้าถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ตารางที่ 35 แสดง สรุปค่าเฉลี่ย และ ระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ  
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	เพศ		
	ชาย n=172	หญิง n=187	รวม N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.48 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.52 (มาก)
ด้านราคา	3.62 (มาก)	3.64 (มาก)	3.63 (มาก)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.68 (มาก)	3.87 (มาก)	3.78 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.45 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.50 (มาก)
ด้านบุคลากร	3.93 (มาก)	4.04 (มาก)	3.99 (มาก)
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.68 (มาก)	3.86 (มาก)	3.77 (มาก)
ด้านกระบวนการ	3.92 (มาก)	3.99 (มาก)	3.96 (มาก)

จากตาราง ที่ 35 พบว่า ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.93) รองลงมาด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.92) และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ส่วนเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.99) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.87)

### 3.2 ความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	นักเรียน / นักศึกษา n=157	พนักงาน บริษัท เอกชน n=69	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ n=44	รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ n=41	ธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ n=48	รวม N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของศูนย์ฯเป็นที่รู้จัก ของบุคคลทั่วไป	4.04 (มาก)	3.93 (มาก)	3.95 (มาก)	4.00 (มาก)	4.08 (มาก)	4.01 (มาก)
มีสินค้าอุปกรณ์เทคโนโลยี หลากหลายรูปแบบตรงกับ ความต้องการ เช่น สินค้า คอมพิวเตอร์ ฮาร์ดแวร์ เครื่อง PC Notebook Printer กล้องถ่ายรูป	3.92 (มาก)	3.87 (มาก)	3.98 (มาก)	3.93 (มาก)	3.92 (มาก)	3.92 (มาก)
มีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรม คอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลายประเภท ตรงกับความต้องการ	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.02 (มาก)	4.33 (มาก)	4.08 (มาก)
มีสินค้าอุปกรณ์ Accessories คอมฯ ไอที ให้เลือก หลากหลายประเภทตรงกับ ความต้องการ	3.89 (มาก)	3.80 (มาก)	4.05 (มาก)	3.73 (มาก)	4.19 (มาก)	3.91 (มาก)
มีร้านค้าให้บริการ ซ่อม Upgrade ลง โปรแกรมแก้ไข ข้อมูล ให้คำปรึกษา	3.59 (มาก)	3.57 (มาก)	3.59 (มาก)	3.59 (มาก)	3.71 (มาก)	3.60 (มาก)
ศูนย์อาหารฟู้ดเซ็นเตอร์	3.24 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)

ตารางที่ 36 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ					
	นักเรียน / นักศึกษา n=157	พนักงาน บริษัท เอกชน n=69	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ n=44	รับจ้างทั่วไป / อาชีพ อิสระ n=41	ธุรกิจ ส่วนตัวและ อื่นๆ n=48	รวม N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภัตตาคารร้านอาหารญี่ปุ่น ฟูจิ-ซาบุจิ	3.82 (มาก)	3.77 (มาก)	3.93 (มาก)	3.83 (มาก)	3.94 (มาก)	3.84
ร้านหนังสือ ออฟฟิตสโตร์ ออฟฟิตดีโปท์	3.55 (มาก)	3.54 (มาก)	3.73 (มาก)	3.51 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
ร้านแว่นตา	3.27 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ร้านเสื้อผ้าแฟชั่น สีนค้ำ เบ็ดเตล็ดทั่วไป	2.81 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)
ร้านเสริมสวย สปา	2.57 (ปานกลาง)	2.51 (ปานกลาง)	2.41 (น้อย)	2.63 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)
โรงเรียนกวดวิชา	2.84 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
ธนาคาร ให้บริการ	3.59 (มาก)	3.57 (มาก)	3.66 (มาก)	3.54 (มาก)	3.79 (มาก)	3.61 (มาก)
ศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้า ที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น	4.15 (มาก)	3.97 (มาก)	4.16 (มาก)	4.02 (มาก)	4.44 (มาก)	4.14 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.52 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)	3.67 (มาก)	3.52 (มาก)

หมายเหตุ: อาชีพอื่นๆ ได้แก่ เกษตรกร และแม่บ้าน

จากตาราง ที่ 36 พบว่า ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.52) อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.50) รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ (ค่าเฉลี่ย 3.50) อาชีพ ธุรกิจส่วนตัวและอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ส่วนอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44)

ปัจจัยย่อย พบว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา มีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.06) และ ชื่อเสียงของศูนย์เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.04)

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีสินค้า อุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา ศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.97) และ ชื่อเสียงของศูนย์เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.93)

อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมา มีสินค้าอุปกรณ์ Accessories คอมฯ ไอที ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.05) และมีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

อาชีพรับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ ศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา ชื่อเสียงของศูนย์เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.00) และภัตตาคารร้านอาหารญี่ปุ่นฟูจิ-ซาบุชิ (ค่าเฉลี่ย 3.83)

อาชีพธุรกิจส่วนตัวและอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมา มีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.33) และมีสินค้าอุปกรณ์ Accessories คอมฯ ไอที ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	นักเรียน / นักศึกษา n=157	พนักงาน บริษัท เอกชน n=69	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ n=44	รับจ้าง ทั่วไป / อาชีพอิสระ n=41	ธุรกิจ ส่วนตัวและ อื่นๆ n=48	รวม N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สินค้าของร้านค้าใน ศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์ พลาซ่าเชียงใหม่มีหลาย ระดับราคาให้เลือก	3.88 (มาก)	3.74 (มาก)	3.89 (มาก)	3.83 (มาก)	3.90 (มาก)	3.85 (มาก)
สินค้าของร้านค้าใน ศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์ พลาซ่าเชียงใหม่มีราคาถูก กว่าที่อื่น	3.41 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
ราคาค่าบริการซ่อม Upgrade ลงโปรแกรม แก้ไข กู้ข้อมูล ให้ คำปรึกษาของร้านค้าใน ศูนย์ฯ ถูกกว่าที่อื่น	3.43 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
สินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ มีป้ายบอกราคาขายที่ ชัดเจน	3.66 (มาก)	3.65 (มาก)	3.77 (มาก)	3.66 (มาก)	3.69 (มาก)	3.68 (มาก)
ความสะดวกในการตรวจ ราคาสินค้าของร้านค้าใน ศูนย์ฯ	3.69 (มาก)	3.64 (มาก)	3.73 (มาก)	3.73 (มาก)	3.77 (มาก)	3.70 (มาก)
ร้านค้าในศูนย์ฯ มีบริการ รับชำระเงินด้วยบัตร เครดิต	3.68 (มาก)	3.62 (มาก)	3.59 (มาก)	3.78 (มาก)	3.85 (มาก)	3.69 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.63 (มาก)</b>	<b>3.55 (มาก)</b>	<b>3.63 (มาก)</b>	<b>3.63 (มาก)</b>	<b>3.78 (มาก)</b>	<b>3.63 (มาก)</b>

หมายเหตุ: อาชีพอื่นๆ ได้แก่ เกษตรกร และแม่บ้าน



จากตาราง ที่ 37 พบว่าความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.52) พนักงานบริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย 3.55) อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.63) รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ (ค่าเฉลี่ย 3.63) อาชีพธุรกิจส่วนตัวและอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ปัจจัยย่อย พบว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สินค้าของร้านค้า ในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมา ความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.69) และร้านค้าในศูนย์ฯมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.68)

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า (ค่าเฉลี่ย 3.74) รองลงมา สินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ มีป้ายบอกราคาขายที่ (ค่าเฉลี่ย 3.65) และความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 3.64)

อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมา สินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ มีป้ายบอกราคาขาย (ค่าเฉลี่ย 3.77) และความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 3.73)

อาชีพรับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สินค้าของร้านค้า ในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมา ร้านค้าในศูนย์ฯมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.78) และความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.73)

อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมา สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ มีราคาถูกกว่าที่อื่น และร้านค้าในศูนย์ฯมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.85) และความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.77)



ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อาชีพ					
	นักเรียน / นักศึกษา n=157	พนักงานบริษัทเอกชน n=69	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ n=44	รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ n=41	ธุรกิจส่วนตัวและอื่นๆ n=48	รวม N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ศูนย์ฯ มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบายและเพียงพอในการจอดรถ	3.39 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
ที่จอดรถของศูนย์ฯมีความปลอดภัย	3.87 (มาก)	3.74 (มาก)	4.00 (มาก)	3.51 (มาก)	3.96 (มาก)	3.83 (มาก)
เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯ มีความเหมาะสม	4.11 (มาก)	4.04 (มาก)	4.23 (มาก)	3.90 (มาก)	4.02 (มาก)	4.08 (มาก)
ทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกในการเดินทาง เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน	3.94 (มาก)	3.91 (มาก)	4.05 (มาก)	3.73 (มาก)	3.92 (มาก)	3.92 (มาก)
ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว	4.11 (มาก)	3.93 (มาก)	4.05 (มาก)	3.90 (มาก)	4.40 (มาก)	4.08 (มาก)
การจัดแบ่งโซนร้านค้าได้อย่างเหมาะสม	3.82 (มาก)	3.71 (มาก)	3.93 (มาก)	3.56 (มาก)	3.77 (มาก)	3.77 (มาก)
การจัดวางแผนผังของอาคารมีความสะดวกสบายในการใช้บริการ	3.75 (มาก)	3.70 (มาก)	3.86 (มาก)	3.56 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)
มีเว็บไซต์ให้ข้อมูลและแนะนำศูนย์ฯ	3.52 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.50 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.81 (มาก)</b>	<b>3.72 (มาก)</b>	<b>3.87 (มาก)</b>	<b>3.59 (มาก)</b>	<b>3.81 (มาก)</b>	<b>3.78 (มาก)</b>

หมายเหตุ: อาชีพอื่นๆ ได้แก่ เกษตรกร และแม่บ้าน

จากตาราง ที่ 38 พบว่า ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.81) พนักงานบริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย 3.72) อาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.87) รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ (ค่าเฉลี่ย 3.59) อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.81)

ปัจจัยย่อย พบว่าอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯ มีความเหมาะสม ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่ เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา ทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกในการเดินทาง เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน (ค่าเฉลี่ย 3.94) และ ที่จอดรถของศูนย์ฯ มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.87)

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯ มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่ เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.93) และ ทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกในการเดินทาง เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน (ค่าเฉลี่ย 3.91)

อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯ มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมา ทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกในการเดินทาง เช่น มี ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่ เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.05) และที่จอดรถของศูนย์ฯ มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.00)

อาชีพรับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯ ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมา ทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกในการเดินทาง เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน (ค่าเฉลี่ย 3.73) และ การจัดแบ่งโซนร้านค้าได้อย่างเหมาะสม การจัดวางแผนผังของอาคารมีความสะดวก สบายในการใช้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.56)

อาชีพธุรกิจส่วนตัวและอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่ เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมา เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯ มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.02) และ ที่จอดรถของศูนย์ฯ มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ					
	นักเรียน / นักศึกษา n=157	พนักงานบริษัทเอกชน n=69	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ n=44	รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ n=41	ธุรกิจส่วนตัวและอื่นๆ n=48	รวม N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น พันธุ์ทิพย์โกดัง ป้ายโฆษณา วิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และ เว็บไซต์	3.46 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
มีการประชาสัมพันธ์เช่น ข่าวสารกิจกรรม	3.40 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.29 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)
การจัดกิจกรรม เช่น งานแสดงสินค้าไอที การจัดงาน Note Book Fair เป็นต้น	3.55 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.52 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.50 (ปานกลาง)
มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในศูนย์ฯ	3.68 (มาก)	3.62 (มาก)	3.59 (มาก)	3.71 (มาก)	3.77 (มาก)	3.67 (มาก)
การลดราคาสินค้าตามเทศกาลของร้านค้า	3.46 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
การจัดรายการลด แลก แจก แถม	3.61 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)	3.58 (มาก)
มีการจัดรายการส่งเสริมการตลาดสินค้าเฉพาะอย่าง	3.47 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าในศูนย์ฯ	3.64 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.94 (มาก)	3.58 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.53 (ปานกลาง)</b>	<b>3.40 (ปานกลาง)</b>	<b>3.47 (ปานกลาง)</b>	<b>3.44 (ปานกลาง)</b>	<b>3.64 (มาก)</b>	<b>3.50 (ปานกลาง)</b>

หมายเหตุ: อาชีพอื่นๆ ได้แก่ เกษตรกร และแม่บ้าน

จากตาราง ที่ 39 พบว่า ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.53) อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.64) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย 3.40) อาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.47) รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ (ค่าเฉลี่ย 3.44)

ปัจจัยย่อย พบว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจก ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมา การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าใน ศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.64) และ การจัดรายการลด แลก แจกแถม (ค่าเฉลี่ย 3.61)

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจก (ค่าเฉลี่ย 3.62) รองลงมา การโฆษณาตามสื่อต่างๆเช่น พันธุ์ทิพย์ ใกล้เคียง ใกล้เคียง ใกล้เคียง ใกล้เคียง และเว็บไซต์ การจัดรายการลด แลก แจกแถม มีการจัดรายการส่งเสริมการตลาดสินค้าเฉพาะอย่าง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.41) และ การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.39)

อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจก ภายในศูนย์ฯ การจัดรายการลด แลก แจกแถม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.59) รองลงมา การจัดกิจกรรม เช่น งานแสดงสินค้าไอที การจัดงาน Note Book Fair เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.52) และการลดราคาสินค้าตามเทศกาลของร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 3.48)

อาชีพรับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจก (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมา การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าใน ศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.49) และ การโฆษณาตามสื่อต่างๆเช่น พันธุ์ทิพย์ ใกล้เคียง ใกล้เคียง ใกล้เคียง และเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.44)

อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.94) รองลงมา การจัดรายการลด แลก แจกแถม (ค่าเฉลี่ย 3.92) และมีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านบุคลากร	อาชีพ					
	นักเรียน / นักศึกษา n=157	พนักงาน บริษัท เอกชน n=69	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ n=44	รับจ้าง ทั่วไป / อาชีพอิสระ n=41	ธุรกิจ ส่วนตัวและ อื่นๆ n=48	รวม N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีจำนวนพนักงานอำนวยการ ความสะดวกเพียงพอ	3.89 (มาก)	3.84 (มาก)	4.00 (มาก)	3.73 (มาก)	3.75 (มาก)	3.86 (มาก)
พนักงานให้ข้อมูลร้านค้า ภายในศูนย์ฯแก่ ลูกค้าได้อย่างถูกต้องและ ชัดเจน	3.83 (มาก)	3.78 (มาก)	3.84 (มาก)	3.73 (มาก)	4.06 (มาก)	3.84 (มาก)
พนักงานมีความเข้าใจถึง ความต้องการของลูกค้า	3.86 (มาก)	3.77 (มาก)	3.80 (มาก)	3.73 (มาก)	4.04 (มาก)	3.84 (มาก)
พนักงานมีความสามารถในการ ตอบคำถามที่ ลูกค้าต้องการทราบ	3.86 (มาก)	3.72 (มาก)	3.93 (มาก)	3.63 (มาก)	4.02 (มาก)	3.84 (มาก)
พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย	4.21 (มาก)	4.17 (มาก)	4.25 (มาก)	4.15 (มาก)	4.08 (มาก)	4.18 (มาก)
พนักงานมีความพร้อมและ เอาใจใส่ต่อลูกค้าตลอดเวลา	3.98 (มาก)	4.03 (มาก)	4.14 (มาก)	3.88 (มาก)	4.06 (มาก)	4.01 (มาก)
พนักงานมีความกระตือ รือ ร้อนในการให้บริการ	4.06 (มาก)	4.09 (มาก)	4.18 (มาก)	3.93 (มาก)	4.15 (มาก)	4.08 (มาก)
พนักงานมีความสุภาพเป็น มิตรและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	4.25 (มาก)	4.20 (มาก)	4.32 (มาก)	4.10 (มาก)	4.31 (มาก)	4.24 (มาก)
พนักงานให้บริการลูกค้าทุก คนด้วยความเสมอภาค	3.96 (มาก)	4.00 (มาก)	4.07 (มาก)	4.00 (มาก)	4.15 (มาก)	4.01 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.99 (มาก)</b>	<b>3.96 (มาก)</b>	<b>4.06 (มาก)</b>	<b>3.88 (มาก)</b>	<b>4.07 (มาก)</b>	<b>3.99 (มาก)</b>

หมายเหตุ: อาชีพอื่นๆ ได้แก่ เกษตรกร และแม่บ้าน

จากตาราง ที่ 40 พบว่า ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุก อาชีพมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.99) พนักงานบริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย 3.96) อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.06) รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ (ค่าเฉลี่ย 3.88) อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ปัจจัยย่อย พบว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีความสุขภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อ ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมา พนักงานแต่งกาย สะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.21) และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.06)

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงาน มีความสุขภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อ ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.17) และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.09)

อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงาน มีความสุขภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมา พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.25) และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.18)

อาชีพรับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา พนักงานมีความสุขภาพเป็นมิตร และซื่อสัตย์ต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.10) และพนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความสุขภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมา พนักงานมีความ กระตือ รือร้นในการให้บริการ และ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอภาค เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.15) และพนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.08)



ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ					
	นักเรียน / นักศึกษา n=157	พนักงาน บริษัท เอกชน n=69	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ n=44	รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ n=41	ธุรกิจ ส่วนตัวและ อื่นๆ n=48	รวม N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การจัดวางตำแหน่ง (แผนผัง) พื้นที่ ของแผนกต่างๆ ภายใน ศูนย์มีความสะดวกเหมาะสม เช่น ชั้น 1 และ 2 คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ไอที ชั้นที่ 3 กลุ่ม ร้านค้าและบริการเกี่ยวกับศูนย์ รวมแพชชั่นนำสมัย ชั้นที่ 4 ศูนย์อาหาร Food Center และ สำนักงานบริการต่างๆ	3.72 (มาก)	3.51 (มาก)	3.59 (มาก)	3.59 (มาก)	4.10 (มาก)	3.70 (มาก)
ความกว้างขวางและความ สะอาดของร้านค้า	3.97 (มาก)	3.75 (มาก)	3.98 (มาก)	3.66 (มาก)	4.17 (มาก)	3.92 (มาก)
ความเป็นระเบียบของร้านขาย สินค้าและบริการ	4.11 (มาก)	4.09 (มาก)	4.14 (มาก)	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)	4.08 (มาก)
การตกแต่งพื้นที่อาคารและ บรรยากาศภายในร้านค้า	3.96 (มาก)	3.83 (มาก)	3.84 (มาก)	3.80 (มาก)	4.08 (มาก)	3.92 (มาก)
สถานที่ของศูนย์มี ความโอ โตง กว้างขวาง	3.96 (มาก)	3.83 (มาก)	3.84 (มาก)	3.80 (มาก)	4.13 (มาก)	3.92 (มาก)
ความสะอาดของพื้นที่ภายใน ศูนย์	4.04 (มาก)	3.97 (มาก)	4.16 (มาก)	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)	3.99 (มาก)
ป้ายชื่อศูนย์มีขนาดใหญ่ เห็น ได้ชัดเจนในระยะไกล	3.78 (มาก)	3.62 (มาก)	3.84 (มาก)	3.56 (มาก)	3.98 (มาก)	3.76 (มาก)

ตารางที่ 41 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้าน การสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ					
	นักเรียน / นักศึกษา n=157	พนักงาน บริษัท เอกชน n=69	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ n=44	รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ n=41	ธุรกิจ ส่วนตัวและ อื่นๆ n=48	รวม N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในอาคาร ลิฟต์-บันไดเลื่อน และที่นั่งพักผ่อนสำหรับลูกค้า	3.83 (มาก)	3.65 (มาก)	3.75 (มาก)	3.56 (มาก)	3.83 (มาก)	3.75 (มาก)
มีการติดตั้งตู้ ATM บริเวณในศูนย์ฯ	3.79 (มาก)	3.62 (มาก)	3.80 (มาก)	3.56 (มาก)	3.94 (มาก)	3.75 (มาก)
ศูนย์มีระบบสัญญาณแจ้งเตือนภัยไฟฉุกเฉิน Smoke Detector ระบบดับเพลิง ทางหนีไฟ	3.46 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
อุณหภูมิภายในบริเวณห้างเย็นสบายปลอดโปร่งไม่รู้สึกอึดอัด	3.61 (มาก)	3.57 (มาก)	3.61 (มาก)	3.54 (มาก)	3.73 (มาก)	3.61 (มาก)
มีป้ายบอกทางไปสถานที่ต่างๆภายในศูนย์ฯ	3.91 (มาก)	3.75 (มาก)	3.84 (มาก)	3.78 (มาก)	3.81 (มาก)	3.84 (มาก)
มีบริการโทรศัพท์สาธารณะ	3.40 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.81 (มาก)</b>	<b>3.67 (มาก)</b>	<b>3.77 (มาก)</b>	<b>3.64 (มาก)</b>	<b>3.90 (มาก)</b>	<b>3.77 (มาก)</b>

หมายเหตุ: อาชีพอื่นๆได้แก่ เกษตรกร และแม่บ้าน



จากตาราง ที่ 41 พบว่าความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.81) พนักงานบริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย 3.67) อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.77) รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ (ค่าเฉลี่ย 3.64) อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ปัจจัยย่อย พบว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา ความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 4.04) และการตกแต่งพื้นที่อาคารและบรรยากาศภายในร้านค้า สถานที่ของศูนย์ฯมีความโอ่โถง กว้างขวาง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.96)

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา ความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.97) และการตกแต่งพื้นที่อาคารและบรรยากาศภายในร้านค้า สถานที่ของศูนย์ฯมีความโอ่โถง กว้างขวาง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.83)

อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมา ความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) และความกว้างขวางและความสะอาดของร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 3.98)

อาชีพรับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ มีความความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.93) รองลงมา การตกแต่งพื้นที่อาคารและบรรยากาศภายในร้านค้า สถานที่ของศูนย์ฯมีความโอ่โถง กว้างขวาง ความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.80) และมีป้ายบอกทางไปสถานที่ต่างๆภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.78)

อาชีพธุรกิจส่วนตัว และ อาชีพอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความกว้างขวางและความสะอาดของร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา สถานที่ของศูนย์ฯมีความโอ่โถง กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.13) และการจัดวางตำแหน่ง (แผนผัง)พื้นที่ ของแผนกต่างๆ ภายในศูนย์ฯ มีความสะดวกเหมาะสม เช่น ชั้น 1 และ 2 คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ไอที ชั้นที่ 3 กลุ่มร้านค้าและบริการเกี่ยวกับศูนย์รวมแฟชั่นนำสมัย ชั้นที่ 4 ศูนย์อาหาร Food Center และสำนักงานบริการต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	อาชีพ					
	นักเรียน / นักศึกษา n=157	พนักงาน บริษัท เอกชน n=69	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ n=44	รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ n=41	ธุรกิจ ส่วนตัวและ อื่นๆ n=48	รวม N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานในการให้บริการ รวดเร็ว	4.07 (มาก)	4.09 (มาก)	4.18 (มาก)	4.00 (มาก)	4.17 (มาก)	4.09 (มาก)
ความถูกต้องแม่นยำในการ คิดค่าบริการ	3.92 (มาก)	3.96 (มาก)	4.07 (มาก)	3.83 (มาก)	3.77 (มาก)	3.92 (มาก)
การส่งมอบสินค้าตรงตาม เวลา	3.92 (มาก)	3.96 (มาก)	4.07 (มาก)	3.83 (มาก)	3.81 (มาก)	3.92 (มาก)
การส่งมอบสินค้าถูกต้อง	4.00 (มาก)	4.01 (มาก)	4.11 (มาก)	3.90 (มาก)	3.85 (มาก)	3.99 (มาก)
ร้านค้ามีบริการหลังการขาย ดี มีความรับผิดชอบ	3.98 (มาก)	3.97 (มาก)	4.09 (มาก)	3.85 (มาก)	4.06 (มาก)	3.99 (มาก)
ร้านค้าภายในศูนย์ฯ มีการ แนะนำ ถ่ายทอด ความรู้ด้านสินค้าและบริการ ต่อลูกค้าอย่างเข้าใจเกิด ประโยชน์สูงสุดต่อการ นำไปใช้งาน	3.83 (มาก)	3.88 (มาก)	3.89 (มาก)	3.76 (มาก)	3.77 (มาก)	3.83 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.95 (มาก)</b>	<b>3.98 (มาก)</b>	<b>4.07 (มาก)</b>	<b>3.86 (มาก)</b>	<b>3.91 (มาก)</b>	<b>3.96 (มาก)</b>

หมายเหตุ: อาชีพอื่นๆ ได้แก่ เกษตรกร และแม่บ้าน

จากตาราง ที่ 42 พบว่าความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถาม  
ทุกอาชีพมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา (ค่าเฉลี่ย  
3.95) พนักงานบริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย 3.98) อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.07) รับจ้าง  
ทั่วไป/ อาชีพอิสระ (ค่าเฉลี่ย 3.86) อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา การส่งมอบสินค้าถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.00) และร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความ รับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 3.98) อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา การส่งมอบสินค้าถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.01) และร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความ รับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 3.97)

อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมา การส่งมอบสินค้าถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.11) และร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความ รับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 3.09)

อาชีพรับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา การส่งมอบสินค้าถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.90) และร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความ รับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 3.85)

อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา ร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความ รับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 4.06) และ การส่งมอบสินค้าถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ตารางที่ 43 แสดง สรุปค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ  
จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	อาชีพ					
	นักเรียน / นักศึกษา n=157	พนักงาน บริษัท เอกชน n=69	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ n=44	รับจ้างทั่วไป / อาชีพ อิสระ n=41	ธุรกิจ ส่วนตัวและ อื่นๆ n=48	รวม N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.52 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)	3.67 (มาก)	3.52 (มาก)
ด้านราคา	3.63 (มาก)	3.55 (มาก)	3.63 (มาก)	3.63 (มาก)	3.78 (มาก)	3.63 (มาก)
ด้าน ช่องทางการจัด จำหน่าย	3.81 (มาก)	3.72 (มาก)	3.87 (มาก)	3.59 (มาก)	3.81 (มาก)	3.78 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.53 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.50 (ปานกลาง)
ด้านบุคลากร	3.99 (มาก)	3.96 (มาก)	4.06 (มาก)	3.88 (มาก)	4.07 (มาก)	3.99 (มาก)
ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	3.81 (มาก)	3.67 (มาก)	3.77 (มาก)	3.64 (มาก)	3.90 (มาก)	3.77 (มาก)
ด้านกระบวนการ	3.95 (มาก)	3.98 (มาก)	4.07 (มาก)	3.86 (มาก)	3.91 (มาก)	3.96 (มาก)

หมายเหตุ: อาชีพอื่นๆ ได้แก่ เกษตรกร และแม่บ้าน

จากตาราง ที่ 43 พบว่าความพึงพอใจต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการผู้ตอบ  
แบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านบุคลากร  
รองลงมา ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการสร้างและ  
นำเสนอลักษณะทางกายภาพเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.81)

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มี ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้าน  
บุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมา ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) และด้านช่องทางการจัด  
จำหน่าย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.81)

อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มี ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้าน  
กระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.96) และด้านช่องทางการจัด  
จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.72)

อาชีพรับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้าน  
กระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.06) และด้านช่องทางการจัด  
จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.87)

อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้าน  
บุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.91) และด้านการสร้างและนำเสนอ  
ลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.90)

### 3.3 ความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท n=154	10,000- 20,000 บาท n=115	20,001- 30,000 บาท n=46	มากกว่า 30,000- บาท n=44	รวม N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของศูนย์ฯเป็นที่รู้จักของบุคคล ทั่วไป	3.99 (มาก)	4.02 (มาก)	4.02 (มาก)	4.02 (มาก)	4.01 (มาก)
มีสินค้าอุปกรณ์เทคโนโลยีหลากหลาย รูปแบบตรงกับความต้องการ เช่น สินค้า คอมพิวเตอร์ ฮาร์ดแวร์ เครื่อง PC Notebook Printer กล้องถ่ายรูป	3.94 (มาก)	3.90 (มาก)	3.96 (มาก)	3.84 (มาก)	3.92 (มาก)
มีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับ ความต้องการ	4.07 (มาก)	4.12 (มาก)	3.93 (มาก)	4.11 (มาก)	4.08 (มาก)
มีสินค้าอุปกรณ์ Accessories คอมฯ ไอ ที ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับ ความต้องการ	3.92 (มาก)	3.92 (มาก)	3.70 (มาก)	4.09 (มาก)	3.91 (มาก)
มีร้านค้าให้บริการซ่อม Upgrade ลง โปรแกรมแก้ไขข้อมูล ให้คำปรึกษา	3.60 (มาก)	3.64 (มาก)	3.50 (มาก)	3.59 (มาก)	3.60 (มาก)
ศูนย์อาหารฟู้ดเซ็นเตอร์	3.22 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
ภัตตาคารร้านอาหารญี่ปุ่นฟูจิ-ซาบูจิ	3.84 (มาก)	3.82 (มาก)	3.76 (มาก)	4.00 (มาก)	3.84 (มาก)

ตารางที่ 44 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท n=154	10,000- 20,000 บาท n=115	20,001- 30,000 บาท n=46	มากกว่า 30,000-บาท n=44	รวม N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านหนังสือ ออฟฟิตสโตร์ ออฟฟิตดี โปท์	3.56 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.68 (มาก)	3.54 (มาก)
ร้านแว่นตา	3.21 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ร้านเสื้อผ้าแฟชั่น สีน้าเบ็ดเตล็ด ทั่วไป	2.79 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.52 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)
ร้านเสริมสวย สปา	2.56 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	2.26 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)
โรงเรียนกวดวิชา	2.86 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.46 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
ธนาคาร ให้บริการ	3.62 (มาก)	3.57 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.89 (มาก)	3.61 (มาก)
ศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มี ชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น	4.14 (มาก)	4.17 (มาก)	3.91 (ปานกลาง)	4.27 (มาก)	4.14 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.52 (มาก)</b>	<b>3.54 (มาก)</b>	<b>3.36 (ปานกลาง)</b>	<b>3.63 (มาก)</b>	<b>3.52 (มาก)</b>

จากตาราง ที่ 44 พบว่า ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ต่อเดือนมี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.52) รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.54) รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.63) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.36)



ปัจจัยย่อย พบว่า รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมา มีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.07) และ ชื่อเสียงของศูนย์เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.99)

รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มี ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา มีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.12) และ ชื่อเสียงของศูนย์เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.02)

รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มี ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ชื่อเสียงของศูนย์เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา มีสินค้าอุปกรณ์เทคโนโลยี หลากหลายรูปแบบตรงกับความต้องการ เช่น สินค้าคอมพิวเตอร์ ฮาร์ดแวร์ เครื่อง PC Notebook Printer กล้องถ่ายรูป (ค่าเฉลี่ย 3.96) และมีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.93)

รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทมี ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมา มีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ รองลงมา (ค่าเฉลี่ย 4.11) และ มีสินค้าอุปกรณ์ Accessories คอมฯ ไอที ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.09)



ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท n=154	10,000- 20,000 บาท n=115	20,001- 30,000 บาท n=46	มากกว่า 30,000- บาท n=44	รวม N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์ พลาซ่าเชียงใหม่มีหลายระดับราคาให้ เลือก	3.86 (มาก)	3.84 (มาก)	3.87 (มาก)	3.82 (มาก)	3.85 (มาก)
สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์ พลาซ่าเชียงใหม่มีราคาถูกกว่าที่อื่น	3.42 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
ราคาค่าบริการซ่อม Upgrade ลง โปรแกรม แก้ไข คู่มือ ให้คำปรึกษา ของร้านค้าในศูนย์ถูกกว่าที่อื่น	3.42 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
สินค้าของร้านค้าในศูนย์มีป้ายบอก ราคาขายที่ชัดเจน	3.69 (มาก)	3.67 (มาก)	3.59 (มาก)	3.75 (มาก)	3.68 (มาก)
ความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของ ร้านค้าในศูนย์ฯ	3.71 (มาก)	3.75 (มาก)	3.59 (มาก)	3.66 (มาก)	3.70 (มาก)
ร้านค้าในศูนย์มีบริการรับชำระเงินด้วย บัตรเครดิต	3.69 (มาก)	3.77 (มาก)	3.57 (มาก)	3.64 (มาก)	3.69 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.63 (มาก)</b>	<b>3.67 (มาก)</b>	<b>3.53 (มาก)</b>	<b>3.64 (มาก)</b>	<b>3.63 (มาก)</b>

จากตาราง ที่ 45 พบว่า ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุก  
รายได้ต่อเดือนมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000  
บาท (ค่าเฉลี่ย 3.63) รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.67) รายได้ต่อเดือน 20,001-  
30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.53) รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.64)  
ปัจจัยย่อย พบว่า รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3  
ลำดับแรกคือ สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ มีหลายระดับราคาให้เลือก  
(ค่าเฉลี่ย 3.86) รองลงมา ความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้า ในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.71)

และสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ มีป้ายบอกราคาขายที่ชัดเจน ร้านค้าในศูนย์ฯมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตร เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.69)

รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.84) รองลงมา ร้านค้าในศูนย์ฯมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.77) และความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.75)

รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สินค้าของร้านค้า ในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมา สินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ มีป้ายบอกราคาขายที่ชัดเจน ความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้า ในศูนย์ฯ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.59) และ ร้านค้าในศูนย์ฯมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.57)

รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมา สินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯมีป้ายบอกราคาขายที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.75) และ ความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้า ในศูนย์ฯ ร้านค้าในศูนย์ฯมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตร เครดิต เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท n=154	10,000- 20,000 บาท n=115	20,001- 30,000 บาท n=46	มากกว่า 30,000-บาท n=44	รวม N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ศูนย์ฯ มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกสบายและเพียงพอในการจอด รถ	3.34 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)
ที่จอดรถของศูนย์ฯมีความปลอดภัย	3.84 (มาก)	3.77 (มาก)	3.61 (มาก)	4.18 (มาก)	3.83 (มาก)
เวลาเปิด-ปิดบริการ10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯมีความเหมาะสม	4.09 (มาก)	4.06 (มาก)	3.98 (มาก)	4.20 (มาก)	4.08 (มาก)
ทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกในการเดินทาง เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน	3.94 (มาก)	3.91 (มาก)	3.78 (มาก)	4.02 (มาก)	3.92 (มาก)
ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่ง ท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว	4.08 (มาก)	4.12 (มาก)	3.91 (มาก)	4.18 (มาก)	4.08 (มาก)
การจัดแบ่งโซนร้านค้าได้อย่าง เหมาะสม	3.79 (มาก)	3.75 (มาก)	3.63 (มาก)	3.93 (มาก)	3.77 (มาก)
การจัดวางแผนผังของอาคารมีความ สะดวกสบายในการใช้บริการ	3.71 (มาก)	3.65 (มาก)	3.74 (มาก)	3.64 (มาก)	3.69 (มาก)
มีเว็บไซต์ให้ข้อมูลและแนะนำศูนย์ฯ	3.51 (มาก)	3.55 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.50 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.79 (มาก)</b>	<b>3.76 (มาก)</b>	<b>3.65 (มาก)</b>	<b>3.90 (มาก)</b>	<b>3.78 (มาก)</b>

จากตาราง ที่ 46 พบว่า ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเดือนมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.79) รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.76) รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.65) รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ปัจจัยย่อย พบว่า รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯ มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.08) และทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกในการเดินทาง เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน (ค่าเฉลี่ย 3.94)

รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯ มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.06) และทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกในการเดินทาง เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน (ค่าเฉลี่ย 3.91)

รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯ มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.91) และทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกในการเดินทาง เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน (ค่าเฉลี่ย 3.78)

รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯ มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว และ ที่จอดรถของศูนย์ฯ มีความปลอดภัย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.18) และ ทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกในการเดินทาง เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่า	10,000-	20,001-	มากกว่า	รวม
	10,000 บาท	20,000 บาท	30,000 บาท	30,000-บาท	
	n=154	n=115	n=46	n=44	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น พันธุ์ทิพย์ ไกด์ ป้ายโฆษณา วิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และเว็บไซต์	3.45 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
มีการประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสาร กิจกรรม	3.36 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
การจัดกิจกรรม เช่น งานแสดงสินค้าไอ ที่ การจัดงาน Note Book Fair เป็นต้น	3.51 (มาก)	3.55 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)
มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มี แจกภายในศูนย์ฯ	3.67 (มาก)	3.71 (มาก)	3.57 (มาก)	3.68 (มาก)	3.67 (มาก)
การลดราคาสินค้าตามเทศกาลของ ร้านค้า	3.45 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
การจัดรายการสด แลก แจกแถม	3.58 (มาก)	3.63 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.58 (มาก)
มีการจัดรายการส่งเสริมการตลาดสินค้า เฉพาะอย่าง	3.46 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้า ใน ศูนย์ฯ	3.58 (มาก)	3.64 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.58 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.51 (มาก)</b>	<b>3.54 (มาก)</b>	<b>3.35 (ปานกลาง)</b>	<b>3.56 (มาก)</b>	<b>3.50 (มาก)</b>

จากตาราง ที่ 47 พบว่า ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.51) รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.54) รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.56) ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.35)

ปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มี ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจก ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.67) รองลงมา การจัดรายการลด แลก แจกแถม การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้า ในศูนย์ฯ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.58) และ การจัดกิจกรรม เช่น งานแสดงสินค้าไอที การจัดงาน Note Book Fair เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.51)

รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มี เอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจก ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมา การจัดงานแสดง สินค้าต่างๆ ของร้านค้าใน ศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.64) และการจัดรายการลด แลก แจกแถม (ค่าเฉลี่ย 3.63)

รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มี เอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจก ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.57) รองลงมา การจัดกิจกรรม เช่น งานแสดงสินค้าไอที การจัดงาน Note Book Fair เป็นต้น การจัดรายการลด แลก แจกแถม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.37) และมีการจัดรายการส่งเสริมการตลาดสินค้าเฉพาะอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.33)

รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทมี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าใน ศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมา การจัดรายการลด แลก แจกแถม (ค่าเฉลี่ย 3.70) และมีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.68)



ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้าน บุคลากร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคลากร	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท n=154	10,000- 20,000 บาท n=115	20,001- 30,000 บาท n=46	มากกว่า 30,000-บาท n=44	รวม N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีจำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกเพียงพอ	3.87 (มาก)	3.81 (มาก)	3.80 (มาก)	3.98 (มาก)	3.86 (มาก)
พนักงานให้ข้อมูลร้านค้าภายในศูนย์ฯ แก่ ลูกค้า ได้อย่างถูกต้องและชัดเจน	3.84 (มาก)	3.88 (มาก)	3.67 (มาก)	3.91 (มาก)	3.84 (มาก)
พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการ ของ ลูกค้า	3.84 (มาก)	3.86 (มาก)	3.80 (มาก)	3.84 (มาก)	3.84 (มาก)
พนักงานมีความสามารถในการตอบ คำถามที่ลูกค้าต้องการทราบ	3.85 (มาก)	3.84 (มาก)	3.67 (มาก)	3.95 (มาก)	3.84 (มาก)
พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย	4.21 (มาก)	4.17 (มาก)	4.11 (มาก)	4.18 (มาก)	4.18 (มาก)
พนักงานมีความพร้อมและเอาใจใส่ต่อ ลูกค้าตลอดเวลา	4.02 (มาก)	3.98 (มาก)	3.89 (มาก)	4.16 (มาก)	4.01 (มาก)
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการ ให้บริการ	4.09 (มาก)	4.05 (มาก)	3.96 (มาก)	4.20 (มาก)	4.08 (มาก)
พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรและ ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	4.27 (มาก)	4.20 (มาก)	4.09 (มาก)	4.43 (มาก)	4.24 (มาก)
พนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนด้วย ความเสมอภาค	4.01 (มาก)	3.98 (มาก)	3.96 (มาก)	4.14 (มาก)	4.01 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.00 (มาก)</b>	<b>3.98 (มาก)</b>	<b>3.88 (มาก)</b>	<b>4.09 (มาก)</b>	<b>3.99 (มาก)</b>

จากตาราง ที่ 48 พบว่าความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุก รายได้ต่อเดือนมี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.00) รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.98) รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.88) รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ปัจจัยย่อย พบว่า รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อ ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมา พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.21) และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.09)

รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อ ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.17) และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.05)

รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตร และซื่อสัตย์ต่อ ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.09) และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.96)

รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทมี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อ ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมา พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.20) และพนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.18)



ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท n=154	10,000- 20,000 บาท n=115	20,001- 30,000 บาท n=46	มากกว่า 30,000-บาท n=44	รวม N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การจัดวางตำแหน่ง (แผนผัง)พื้นที่ ของแผนกต่างๆ ภายในศูนย์ฯมีความ สะดวกเหมาะสม เช่น ชั้น 1 และ 2 คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ไอที ชั้นที่ 3 กลุ่มร้านค้าและบริการเกี่ยวกับศูนย์ รวมแพชชันนารี ชั้นที่ 4 ศูนย์อาหาร Food Center และสำนักงานบริการ ต่างๆ	3.69 (มาก)	3.73 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.91 (มาก)	3.70 (มาก)
ความกว้างขวางและความสะอาดของ ร้านค้า	3.92 (มาก)	3.91 (มาก)	3.85 (มาก)	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)
ความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้า และบริการ	4.08 (มาก)	4.05 (มาก)	3.98 (มาก)	4.20 (มาก)	4.08 (มาก)
การตกแต่งพื้นที่อาคารและบรรยากาศ ภายในร้านค้า	3.92 (มาก)	3.93 (มาก)	3.76 (มาก)	4.08 (มาก)	3.92 (มาก)
สถานที่ของศูนย์ฯ มีความโอโง่ง กว้างขวาง	3.92 (มาก)	3.93 (มาก)	3.76 (มาก)	4.07 (มาก)	3.92 (มาก)
ความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ	4.01 (มาก)	3.96 (มาก)	3.96 (มาก)	4.07 (มาก)	3.99 (มาก)
ป้ายชื่อศูนย์ฯ มีขนาดใหญ่ เห็นได้ ชัดเจนในระยะไกล	3.77 (มาก)	3.75 (มาก)	3.63 (มาก)	3.91 (มาก)	3.76 (มาก)
มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกใน อาคาร ลิฟต์-บันไดเลื่อน และที่นั่ง พักผ่อนสำหรับลูกค้า	3.76 (มาก)	3.79 (มาก)	3.67 (มาก)	3.73 (มาก)	3.75 (มาก)

ตารางที่ 49 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้าน การสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท n=154	10,000- 20,000 บาท n=115	20,001- 30,000 บาท n=46	มากกว่า 30,000-บาท n=44	รวม N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการติดตั้งตู้ ATM บริเวณในศูนย์ฯ	3.76 (มาก)	3.74 (มาก)	3.57 (มาก)	3.95 (มาก)	3.75 (มาก)
ศูนย์มีระบบสัญญาณแจ้งเตือนภัย ไฟฉุกเฉิน Smoke Detector ระบบ ดับเพลิง ทางหนีไฟ	3.43 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
อุณหภูมิภายในบริเวณห้างเย็น สบายปลอดโปร่งไม่รู้สึกอึดอัด	3.64 (มาก)	3.61 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.61 (มาก)
มีป้ายบอกทางไปสถานที่ต่างๆ ภายในศูนย์ฯ	3.86 (มาก)	3.86 (มาก)	3.78 (มาก)	3.80 (มาก)	3.84 (มาก)
มีบริการโทรศัพท์สาธารณะ	3.38 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.78 (มาก)</b>	<b>3.78 (มาก)</b>	<b>3.64 (มาก)</b>	<b>3.87 (มาก)</b>	<b>3.77 (มาก)</b>

จากตาราง ที่ 49 พบว่า ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเดือนมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.78) รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.78) รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.64) รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ปัจจัยย่อย พบว่า รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา ความกว้างขวางและความสะอาดของร้านค้า การตกแต่งพื้นที่อาคารและบรรยากาศภายใน ศูนย์ฯ สถานที่ของศูนย์ฯ มีความโอ่โง่ง กว้างขวาง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.92) และ มีป้ายบอกทางไปสถานที่ต่างๆ ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.86)

รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ  
 ความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมา ความสะอาดของพื้นที่  
 ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.96) และการตกแต่งพื้นที่อาคารและบรรยากาศภายในร้านค้า สถานที่ของ  
 ศูนย์ฯมีความโอโถง กว้างขวาง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.93)

รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ  
 ความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา ความสะอาดของพื้นที่  
 ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.96) และความกว้างขวางและความสะอาดของร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 3.85)

รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ  
 ความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา การตกแต่งพื้นที่อาคาร  
 และบรรยากาศภายในร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 4.08) และ สถานที่ของศูนย์ฯมีความโอโถง กว้างขวาง และ  
 ความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้ ต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการ	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท n=154	10,000- 20,000 บาท n=115	20,001- 30,000 บาท n=46	มากกว่า 30,000-บาท n=44	รวม N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว	4.10 (มาก)	4.07 (มาก)	4.02 (มาก)	4.20 (มาก)	4.09 (มาก)
ความถูกต้องแม่นยำในการคิดค่าบริการ	3.94 (มาก)	3.90 (มาก)	3.85 (มาก)	3.95 (มาก)	3.92 (มาก)
การส่งมอบสินค้าตรงตามเวลา	3.94 (มาก)	3.91 (มาก)	3.85 (มาก)	3.95 (มาก)	3.92 (มาก)
การส่งมอบสินค้าถูกต้อง	4.01 (มาก)	3.97 (มาก)	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)	3.99 (มาก)
ร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความ รับผิดชอบ	4.01 (มาก)	3.98 (มาก)	3.83 (มาก)	4.11 (มาก)	3.99 (มาก)
ร้านค้าภายในศูนย์ฯ มีการแนะนำ ถ่ายทอดความรู้ด้านสินค้าและบริการต่อ ลูกค้าอย่างเข้าใจเกิด ประโยชน์สูงสุดต่อ การนำไปใช้งาน	3.85 (มาก)	3.84 (มาก)	3.70 (มาก)	3.89 (มาก)	3.83 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.97 (มาก)</b>	<b>3.94 (มาก)</b>	<b>3.86 (มาก)</b>	<b>4.02 (มาก)</b>	<b>3.96 (มาก)</b>

จากตาราง ที่ 50 พบว่า ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเดือนมี ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.97) รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.94) รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.86) รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ปัจจัยย่อย พบว่า รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา การส่งมอบสินค้าถูกต้อง

ร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความรับผิดชอบ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.01) และความถูกต้องแม่นยำในการคิดค่าบริการ การส่งมอบสินค้าตรงตามเวลา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.94)

รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา ร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 3.98) และ การส่งมอบสินค้าถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.97)

รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา การส่งมอบสินค้าถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.93) และความถูกต้องแม่นยำในการคิดค่าบริการ การส่งมอบสินค้าตรงตามเวลา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.85)

รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทมี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา ร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความรับผิดชอบ(ค่าเฉลี่ย 4.11) และการส่งมอบสินค้าถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 51 แสดง สรุปค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ  
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 10,000 บาท n=154	10,000- 20,000 บาท n=115	20,001- 30,000 บาท n=46	มากกว่า 30,000-บาท n=44	รวม N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.52 (มาก)	3.54 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.52 (มาก)
ด้านราคา	3.63 (มาก)	3.67 (มาก)	3.53 (มาก)	3.64 (มาก)	3.63 (มาก)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.79 (มาก)	3.76 (มาก)	3.65 (มาก)	3.90 (มาก)	3.78 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.51 (มาก)	3.54 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.50 (มาก)
ด้านบุคลากร	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)	3.88 (มาก)	4.09 (มาก)	3.99 (มาก)
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	3.78 (มาก)	3.78 (มาก)	3.64 (มาก)	3.87 (มาก)	3.77 (มาก)
ด้านกระบวนการ	3.97 (มาก)	3.94 (มาก)	3.86 (มาก)	4.02 (มาก)	3.96 (มาก)

จากตาราง ที่ 51 พบว่า ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการผู้ตอบ  
แบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ  
แรกคือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.97) และด้านช่องทาง  
การจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.79)

รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ  
ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) และด้านการสร้างและ  
นำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.78)

รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมา ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.86) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.65)

รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.02) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.90)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



### 3.4 ความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ความถี่ในการใช้บริการ				
	ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน	อื่นๆ	รวม
	n=112	n=87	n=107	n=53	N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของศูนย์ ฯเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป	4.02 (มาก)	3.93 (มาก)	4.01 (มาก)	4.11 (มาก)	4.01 (มาก)
มีสินค้าอุปกรณ์เทคโนโลยีหลากหลายรูปแบบตรงกับความต้องการ เช่น สินค้าคอมพิวเตอร์ ฮาร์ดแวร์ เครื่อง Notebook Printer กล้องถ่ายรูป	3.90 (มาก)	3.75 (มาก)	3.98 (มาก)	4.09 (มาก)	3.92 (มาก)
มีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ	4.06 (มาก)	4.14 (มาก)	4.08 (มาก)	3.98 (มาก)	4.08 (มาก)
มีสินค้าอุปกรณ์ Accessories คอมฯ ไอที ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ	3.98 (มาก)	3.87 (มาก)	3.93 (มาก)	3.79 (มาก)	3.91 (มาก)
มีร้านค้าให้บริการ ซ่อม Upgrade ลงโปรแกรมแก้ไขข้อมูล ให้คำปรึกษา	3.62 (มาก)	3.56 (มาก)	3.64 (มาก)	3.57 (มาก)	3.60 (มาก)
ศูนย์อาหารฟู้ดเซ็นเตอร์	3.26 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
ภัตตาคารร้านอาหารญี่ปุ่นฟูจิ-ซาบุชิ	3.85 (มาก)	3.85 (มาก)	3.82 (มาก)	3.85 (มาก)	3.84 (มาก)
ร้านหนังสือ ออฟฟิศโตร์ ออฟฟิศดีโปท์	3.65 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.57 (มาก)	3.54 (มาก)

ตารางที่ 52 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ความถี่ในการใช้บริการ				
	ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน	อื่นๆ	รวม
	n=112	n=87	n=107	n=53	N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านแว่นตา	3.33 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ร้านเสื้อผ้าแฟชั่น สินค้าเบ็ดเตล็ดทั่วไป	2.87 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)
ร้านเสริมสวย สปา	2.59 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)	2.43 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)
โรงเรียนกวดวิชา	2.89 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
ธนาคาร ให้บริการ	3.68 (มาก)	3.63 (มาก)	3.50 (มาก)	3.68 (มาก)	3.61 (มาก)
ศูนย์ ๑ มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น	4.10 (มาก)	4.16 (มาก)	4.20 (มาก)	4.08 (มาก)	4.14 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.56 (มาก)</b>	<b>3.50 (มาก)</b>	<b>3.51 (มาก)</b>	<b>3.50 (มาก)</b>	<b>3.52 (มาก)</b>

จากตาราง ที่ 52 พบว่าความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกความถี่ในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 3.56) ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน (ค่าเฉลี่ย 3.51) อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ และที่ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ และใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย

4.10,4.16,4.20) รองลงมา มีสินค้าอุปโภคบริโภคเสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.06,4.14,4.08) และชื่อเสียงของศูนย์ฯเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.02,3.93,4.01)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือชื่อเสียงของศูนย์ฯเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา มีสินค้าอุปโภคบริโภคเทคโนโลยีหลากหลายรูปแบบตรงกับความต้องการ เช่น สินค้าคอมพิวเตอร์ ฮาร์ดแวร์ เครื่อง PC Notebook Printer กล้องถ่ายรูป (ค่าเฉลี่ย 4.09) และศูนย์ฯมีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านราคา	ความถี่ในการใช้บริการ				
	ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน	อื่นๆ	รวม
	n=112	n=87	n=107	n=53	N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่มีหลายระดับราคาให้เลือก	3.86 (มาก)	3.64 (มาก)	3.89 (มาก)	4.09 (มาก)	3.85 (มาก)
สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่มีราคาถูกกว่าที่อื่น	3.47 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
ราคาค่าบริการซ่อม Upgrade ลงโปรแกรม แก๊ว ไข ข้อมูล ให้คำปรึกษาของร้านค้าในศูนย์ถูกกว่าที่อื่น	3.43 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
สินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ มีป้ายบอกราคาขายที่ชัดเจน	3.63 (มาก)	3.75 (มาก)	3.65 (มาก)	3.70 (มาก)	3.68 (มาก)
ความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ	3.74 (มาก)	3.63 (มาก)	3.68 (มาก)	3.75 (มาก)	3.70 (มาก)
ร้านค้าในศูนย์ฯ มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตร เครดิต	3.73 (มาก)	3.60 (มาก)	3.72 (มาก)	3.72 (มาก)	3.69 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.64 (มาก)</b>	<b>3.58 (มาก)</b>	<b>3.63 (มาก)</b>	<b>3.70 (มาก)</b>	<b>3.63 (มาก)</b>

จากตาราง ที่ 53 พบว่าความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุก ความถี่ในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 3.64) ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 3.58) ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน (ค่าเฉลี่ย 3.63) อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือสินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.86) รองลงมา ความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.73) และร้านค้าในศูนย์ฯมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ มีป้ายบอกราคาขายที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.75) รองลงมา สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.64) และความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ มีป้ายบอกราคาขายที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมา ร้านค้าในศูนย์ฯมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตร เครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.72) และความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ มีป้ายบอกราคาขายที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา ความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.75) และร้านค้าในศูนย์ฯมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตร เครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ความถี่ในการใช้บริการ				
	ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อ สัปดาห์	ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อ สัปดาห์	ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อ เดือน	อื่นๆ	รวม
	n=112	n=87	n=107	n=53	N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ศูนย์ฯ มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย และเพียงพอในการจอดรถ	3.22 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)
ที่จอดรถของศูนย์ฯมีความปลอดภัย	3.87 (มาก)	3.82 (มาก)	3.78 (มาก)	3.89 (มาก)	3.83 (มาก)
เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของ ศูนย์ฯมีความเหมาะสม	4.07 (มาก)	4.07 (มาก)	4.06 (มาก)	4.15 (มาก)	4.08 (มาก)
ทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกในการเดินทาง เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน	4.02 (มาก)	3.82 (มาก)	3.95 (มาก)	3.81 (มาก)	3.92 (มาก)
ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจและใกล้แหล่ง ท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว	4.13 (มาก)	3.93 (มาก)	4.12 (มาก)	4.15 (มาก)	4.08 (มาก)
การจัดแบ่งโซนร้านค้าได้อย่างเหมาะสม	3.87 (มาก)	3.60 (มาก)	3.77 (มาก)	3.89 (มาก)	3.77 (มาก)
การจัดวางแผนผังของอาคารมีความ สะดวกสบายในการใช้บริการ	3.71 (มาก)	3.52 (มาก)	3.66 (มาก)	3.96 (มาก)	3.69 (มาก)
มีเว็บไซต์ให้ข้อมูลและแนะนำศูนย์ฯ	3.45 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.50 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.79 (มาก)</b>	<b>3.71 (มาก)</b>	<b>3.77 (มาก)</b>	<b>3.87 (มาก)</b>	<b>3.78 (มาก)</b>

จากตาราง ที่ 54 พบว่าความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกความถี่ในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 3.79) ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 3.71) ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน (ค่าเฉลี่ย 3.77) อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจและใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯ มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.07) และทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกในการเดินทาง เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯ มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจและใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.93) และทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกในการเดินทาง เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจและใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯ มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.06) และที่จอดรถของศูนย์ฯ มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯ มีความเหมาะสม และตั้งอยู่ในย่านธุรกิจและใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา การจัดวางแผนผังของอาคารมีความสะดวกสบายในการใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.96) และที่จอดรถของศูนย์ฯ มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.89)



ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ความถี่ในการใช้บริการ				
	ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อ สัปดาห์	ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อ สัปดาห์	ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อ เดือน	อื่นๆ	รวม
	n=112	n=87	n=107	n=53	N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น พันธุ์ทิพย์โกดัง ป้ายโฆษณา วิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ ท้องถิ่น และเว็บไซต์	3.52 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
มีการประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารกิจกรรม	3.37 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
การจัดกิจกรรม เช่น งานแสดงสินค้าไอที การจัดงาน Note Book Fair เป็นต้น	3.46 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.70 (มาก)	3.50 (มาก)
มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจก ภายในศูนย์ฯ	3.62 (มาก)	3.71 (มาก)	3.67 (มาก)	3.72 (มาก)	3.67 (มาก)
การลดราคาสินค้าตามเทศกาลของร้านค้า	3.46 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.66	3.44 (ปานกลาง)
การจัดรายการลด แลก แจกแถม	3.62 (มาก)	3.53 (มาก)	3.51 (มาก)	3.77 (มาก)	3.58 (มาก)
มีการจัดรายการส่งเสริมการตลาดสินค้า เฉพาะอย่าง	3.53 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าใน ศูนย์ฯ	3.56 (มาก)	3.62 (มาก)	3.50 (มาก)	3.74 (มาก)	3.58 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.52 (มาก)</b>	<b>3.44 (ปานกลาง)</b>	<b>3.47 (ปานกลาง)</b>	<b>3.65 (มาก)</b>	<b>3.50 (มาก)</b>

จากตาราง ที่ 55 พบว่าความพึงพอใจต่อ ปัจจัย ด้าน การส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์(ค่าเฉลี่ย 3.52) และอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ

ในระดับปานกลางได้แก่ ความถี่บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 3.44) ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในศูนย์ ฯ และการจัดรายการลด แลก แจกแถม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.62) รองลงมา การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.56) และมีการจัดรายการส่งเสริมการตลาดสินค้าเฉพาะอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในศูนย์ ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมา การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.62) และการจัดรายการลด แลก แจกแถม (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในศูนย์ ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.67) รองลงมา การจัดกิจกรรม เช่น งานแสดงสินค้าไอที การจัดงาน Note Book Fair เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.53) และการจัดรายการลด แลก แจกแถม (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ รองลงมา การจัดรายการลด แลก แจกแถม (ค่าเฉลี่ย 3.77) รองลงมา มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในศูนย์ ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.72) และการจัดกิจกรรม เช่น งานแสดงสินค้าไอที การจัดงาน Note Book Fair เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ความถี่ในการใช้บริการ				
	ใช้บริการ 1-2 ครั้ง ต่อ สัปดาห์	ใช้บริการ 3-4 ครั้ง ต่อ สัปดาห์	ใช้บริการ 1-3 ครั้ง ต่อเดือน	อื่นๆ	รวม
	n=112	n=87	n=107	n=53	N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีจำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกเพียงพอ	3.88 (มาก)	3.82 (มาก)	3.80 (มาก)	3.96 (มาก)	3.86 (มาก)
พนักงานให้ข้อมูลร้านค้าภายในศูนย์ฯแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องและชัดเจน	3.89 (มาก)	3.78 (มาก)	3.88 (มาก)	3.75 (มาก)	3.84 (มาก)
พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า	3.91 (มาก)	3.71 (มาก)	3.79 (มาก)	4.02 (มาก)	3.84 (มาก)
พนักงานมีความสามารถในการตอบคำถามที่ลูกค้าต้องการทราบ	3.90 (มาก)	3.74 (มาก)	3.81 (มาก)	3.92 (มาก)	3.84 (มาก)
พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย	4.29 (มาก)	3.92 (มาก)	4.22 (มาก)	4.32 (มาก)	4.18 (มาก)
พนักงานมีความพร้อมและเอาใจใส่ต่อลูกค้าตลอดเวลา	4.04 (มาก)	4.06 (มาก)	3.95 (มาก)	3.96 (มาก)	4.01 (มาก)
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.11 (มาก)	4.09 (มาก)	4.01 (มาก)	4.11 (มาก)	4.08 (มาก)
พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	4.29 (มาก)	4.15 (มาก)	4.24 (มาก)	4.30 (มาก)	4.24 (มาก)
พนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอภาค	4.03 (มาก)	4.02 (มาก)	3.98 (มาก)	4.02 (มาก)	4.01 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.04 (มาก)</b>	<b>3.92 (มาก)</b>	<b>3.97 (มาก)</b>	<b>4.04 (มาก)</b>	<b>3.99 (มาก)</b>

จากตาราง ที่ 56 พบว่าความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกความถี่ในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์(ค่าเฉลี่ย 4.04) ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน (ค่าเฉลี่ย 3.97) อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือพนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อยและพนักงานมีความสุภาพ เป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมา พนักงานมีความพร้อมและเอาใจใส่ต่อลูกค้า ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.04) และพนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 4.03)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.09 ) และพนักงานมีความพร้อมและเอาใจใส่ต่อลูกค้า ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมา พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.22) และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.01)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ ใช้บริการ อื่นๆ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมา พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตร และซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.30) และ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ความถี่ในการใช้บริการ				
	ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อ สัปดาห์	ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อ สัปดาห์	ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อ เดือน	อื่นๆ	รวม
	n=112	n=87	n=107	n=53	N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การจัดวางตำแหน่ง (แผนผัง)พื้นที่ ของ แผนกต่างๆ ภายในศูนย์ฯมีความสะดวก เหมาะสม เช่น ชั้น 1 และ 2 คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ไอที ชั้นที่ 3 กลุ่มร้านค้าและ บริการเกี่ยวกับศูนย์รวมแฟชั่นนำสมัย ชั้น ที่ 4 ศูนย์อาหาร Food Center และ สำนักงานบริการต่างๆ	3.79 (มาก)	3.54 (มาก)	3.68 (มาก)	3.81 (มาก)	3.70 (มาก)
ความกว้างขวางและความสะอาดของ ร้านค้า	3.97 (มาก)	3.76 (มาก)	3.81 (มาก)	4.28 (มาก)	3.92 (มาก)
ความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและ บริการ	4.13 (มาก)	4.02 (มาก)	4.05 (มาก)	4.09 (มาก)	4.08 (มาก)
การตกแต่งพื้นที่อาคารและบรรยากาศ ภายในร้านค้า	3.96 (มาก)	3.86 (มาก)	3.87 (มาก)	4.04 (มาก)	3.92 (มาก)
สถานที่ของศูนย์ฯมีความ โอ่โถง กว้างขวาง	3.96 (มาก)	3.86 (มาก)	3.87 (มาก)	4.04 (มาก)	3.92 (มาก)
ความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ	4.02 (มาก)	3.98 (มาก)	3.92 (มาก)	4.11 (มาก)	3.99 (มาก)
ป้ายชื่อศูนย์ฯมีขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจน ใน ระยะไกล	3.83 (มาก)	3.62 (มาก)	3.69 (มาก)	3.98 (มาก)	3.76 (มาก)
มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในอาคาร ลิฟต์-บันไดเลื่อน และที่นั่งพักผ่อนสำหรับ ลูกค้า	3.79 (มาก)	3.64 (มาก)	3.71 (มาก)	3.96 (มาก)	3.75 (มาก)

ตารางที่ 57 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ความถี่ในการใช้บริการ				
	ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อ สัปดาห์	ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อ สัปดาห์	ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อ เดือน	อื่นๆ	รวม
	n=112	n=87	n=107	n=53	N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการติดตั้งตู้ ATM บริเวณในศูนย์ฯ	3.77 (มาก)	3.75 (มาก)	3.64 (มาก)	3.96 (มาก)	3.75 (มาก)
ศูนย์มีระบบสัญญาณแจ้งเตือนภัยไฟ ฉุกเฉิน Smoke Detector ระบบดับเพลิง ทางหนีไฟ	3.46 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
อุณหภูมิภายในบริเวณห้างเย็นสบายปลอดภัย โปร่งไม่รู้สึกอึดอัด	3.63 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.79 (มาก)	3.61 (มาก)
มีป้ายบอกทางไปสถานที่ต่างๆภายใน ศูนย์ฯ	3.91 (มาก)	3.62 (มาก)	3.78 (มาก)	4.21 (มาก)	3.84 (มาก)
มีบริการโทรศัพท์สาธารณะ	3.39 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.82 (มาก)</b>	<b>3.67 (มาก)</b>	<b>3.72 (มาก)</b>	<b>3.95 (มาก)</b>	<b>3.77 (มาก)</b>

จากตาราง ที่ 57 พบว่าความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกความถี่ในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 3.82) ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน (ค่าเฉลี่ย 3.72) อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา ความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 4.02) และมีป้ายบอกทางไปสถานที่ต่างๆภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมาความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.98) และ มีการติดตั้งตู้ ATM บริเวณในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมาความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.92) และ การตกแต่งพื้นที่อาคารและบรรยากาศภายในร้านค้า และ สถานที่ของศูนย์ฯมีความโอโถง กว้างขวาง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ อื่นๆ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความกว้างขวางและความสะอาดของร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา มีป้ายบอกทางไปสถานที่ต่างๆภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 4.21) และความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 4.11)



ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตาม ความถี่ในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ความถี่ในการใช้บริการ				
	ใช้บริการ 1-2 ครั้ง ต่อสัปดาห์	ใช้บริการ 3-4 ครั้ง ต่อสัปดาห์	ใช้บริการ 1-3 ครั้ง ต่อเดือน	อื่นๆ	รวม
	n=112	n=87	n=107	n=53	N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว	4.11 (มาก)	4.09 (มาก)	4.06 (มาก)	4.13 (มาก)	4.09 (มาก)
ความถูกต้องแม่นยำในการคิดค่าบริการ	3.89 (มาก)	3.95 (มาก)	3.92 (มาก)	3.91 (มาก)	3.92 (มาก)
การส่งมอบสินค้าตรงตามเวลา	3.89 (มาก)	3.98 (มาก)	3.91 (มาก)	3.91 (มาก)	3.92 (มาก)
การส่งมอบสินค้าถูกต้อง	3.96 (มาก)	3.99 (มาก)	3.98 (มาก)	4.06 (มาก)	3.99 (มาก)
ร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความ รับผิดชอบ	3.99 (มาก)	4.05 (มาก)	3.95 (มาก)	3.96 (มาก)	3.99 (มาก)
ร้านค้าภายในศูนย์ฯ มีการแนะนำ ถ่ายทอด ความรู้ด้านสินค้าและบริการต่อลูกค้าอย่าง เข้าใจเกิด ประโยชน์สูงสุดต่อการนำไปใช้งาน	3.84 (มาก)	3.89 (มาก)	3.84 (มาก)	3.72 (มาก)	3.83 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.95 (มาก)</b>	<b>3.99 (มาก)</b>	<b>3.94 (มาก)</b>	<b>3.95 (มาก)</b>	<b>3.96 (มาก)</b>

จากตาราง ที่ 58 พบว่าความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถาม  
ทุกความถี่ในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ ใช้บริการ 1-2 ครั้ง  
ต่อสัปดาห์(ค่าเฉลี่ย 3.95) ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 3.99) ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อ  
เดือน (ค่าเฉลี่ย 3.94) อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือพนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา ร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 3.99) และ การส่งมอบสินค้าถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา ร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 4.05) และ การส่งมอบสินค้าถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา การส่งมอบสินค้าถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.98) และร้านค้านี้มีบริการหลังการขายดี มีความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ อื่นๆ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา การส่งมอบสินค้าถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.06) และร้านค้านี้มีบริการหลังการขายดี มีความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ตารางที่ 59 แสดง สรุปค่าเฉลี่ย และ ระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ  
จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ความถี่ในการใช้บริการ				
	ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อ สัปดาห์	ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อ สัปดาห์	ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อ เดือน	อื่นๆ	รวม
	n=112	n=87	n=107	n=53	N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.56 (มาก)	3.50 (มาก)	3.51 (มาก)	3.50 (มาก)	3.52 (มาก)
ด้านราคา	3.64 (มาก)	3.58 (มาก)	3.63 (มาก)	3.70 (มาก)	3.63 (มาก)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.79 (มาก)	3.71 (มาก)	3.77 (มาก)	3.87 (มาก)	3.78 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.52 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.50 (มาก)
ด้านบุคลากร	4.04 (มาก)	3.92 (มาก)	3.97 (มาก)	4.04 (มาก)	3.99 (มาก)
ด้าน การสร้างและนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	3.82 (มาก)	3.67 (มาก)	3.72 (มาก)	3.95 (มาก)	3.77 (มาก)
ด้านกระบวนการ	3.95 (มาก)	3.99 (มาก)	3.94 (มาก)	3.95 (มาก)	3.96 (มาก)

จากตารางที่ 59 พบว่าความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมาด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมาด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.92) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมาด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา ด้านการส่งเสริมและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.95) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.87)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

### 3.5 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ จำแนกตามยอดซื้อ

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามยอดซื้อ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ยอดซื้อ			
	ต่ำกว่า 500 บาท	500-1,000 บาท	มากกว่า 1,000 บาท	รวม
	n=126	n=95	n=138	N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของศูนย์เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป	4.00 (มาก)	4.01 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
มีสินค้าอุปกรณ์เทคโนโลยีหลากหลายรูปแบบ ตรงกับความต้องการ เช่น สินค้าคอมพิวเตอร์ ฮาร์ดแวร์ เครื่อง PC Notebook Printer กล้องถ่ายรูป	3.87 (มาก)	3.95 (มาก)	3.93 (มาก)	3.90 (มาก)
มีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือก หลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ	4.02 (มาก)	4.14 (มาก)	4.00 (มาก)	4.07 (มาก)
มีสินค้าอุปกรณ์ Accessories คอมฯ ไอที ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ	3.86 (มาก)	4.02 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)
มีร้านค้าให้บริการ ซ่อม Upgrade ลงโปรแกรมแก้ไขข้อมูล ให้คำปรึกษา	3.59 (มาก)	3.63 (มาก)	3.60 (มาก)	3.61 (มาก)
ศูนย์อาหารฟู้ดเซ็นเตอร์	3.30 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
ภัตตาคารร้านอาหารญี่ปุ่นฟูจิ-ซาบุจิ	3.86 (มาก)	3.86 (มาก)	3.73 (มาก)	3.85 (มาก)
ร้านหนังสือ ออฟฟิตส์โตร์ ออฟฟิตส์โปท์	3.57 (มาก)	3.53 (มาก)	3.87 (มาก)	3.57 (มาก)
ร้านแว่นตา	3.23 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
ร้านเสื้อผ้าแฟชั่น สินค้าเบ็ดเตล็ดทั่วไป	2.77 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)

ตารางที่ 60 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามยอดซื้อ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ยอดซื้อ			
	ต่ำกว่า 500 บาท	500-1,000 บาท	มากกว่า 1,000 บาท	รวม
	n=126	n=95	n=138	N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านเสริมสวย สปา	2.52 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)
โรงเรียนกวดวิชา	2.79 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
ธนาคาร ให้บริการ	3.67 (มาก)	3.60 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)
ศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น	4.02 (มาก)	4.28 (มาก)	3.93 (มาก)	4.12 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.50 (มาก)	3.56 (มาก)	3.50 (มาก)	3.52 (มาก)

จากตาราง ที่ 60 พบว่าความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกยอดซื้อ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ ต่ำกว่า 500 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.50) 500-1,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.56) มากกว่า 1,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อต่ำกว่า 500 บาท มีค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือมีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ต่างๆ ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ และศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมาชื่อเสียงของศูนย์ฯ เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.00) และมีสินค้าอุปกรณ์เทคโนโลยีหลากหลายรูปแบบตรงกับความต้องการ เช่น สินค้าคอมพิวเตอร์ ฮาร์ดแวร์ เครื่อง PC Notebook Printer กล้องถ่ายรูป (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อ 500 -1,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา มีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ

ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) และมีสินค้าอุปกรณ์ Accessories คอมฯ ไอที ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อ มากกว่า 1,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ชื่อเสียงของศูนย์ฯเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป มีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ และมีสินค้าอุปกรณ์ Accessories คอมฯ ไอที ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา ศูนย์ฯมีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น และมีสินค้าอุปกรณ์เทคโนโลยีหลากหลายรูปแบบตรงกับความต้องการ เช่น สินค้าคอมพิวเตอร์ ฮาร์ดแวร์ เครื่อง PC Notebook Printer กล้องถ่ายรูป เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.93) และร้านหนังสือ ออฟฟิศโตร์ ออฟฟิศดีโปท์ (ค่าเฉลี่ย 3.87)



ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามยอดซื้อ

ปัจจัยด้านราคา	ยอดซื้อ			
	ต่ำกว่า 500 บาท	500-1,000 บาท	มากกว่า 1,000 บาท	รวม
	n=126	n=95	n=138	N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่มีหลายระดับราคาให้เลือก	3.81 (มาก)	3.87 (มาก)	3.93 (มาก)	3.84 (มาก)
สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่มีราคาถูกกว่าที่อื่น	3.37 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
ราคาค่าบริการซ่อม Upgrade ลงโปรแกรม แก้ไข กู้ข้อมูล ให้คำปรึกษาของร้านค้าในศูนย์ฯถูกกว่าที่อื่น	3.43 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
สินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ มีป้ายบอกราคาขายที่ชัดเจน	3.66 (มาก)	3.72 (มาก)	3.60 (มาก)	3.68 (มาก)
ความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ	3.65 (มาก)	3.78 (มาก)	3.73 (มาก)	3.71 (มาก)
ร้านค้าในศูนย์ฯมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	3.64 (มาก)	3.79 (มาก)	3.73 (มาก)	3.71 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.59 (มาก)</b>	<b>3.70 (มาก)</b>	<b>3.62 (มาก)</b>	<b>3.63 (มาก)</b>

จากตาราง ที่ 61 พบว่าความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุก ยอดซื้อ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ ต่ำกว่า 500 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.59) 500-1,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.70) มากกว่า 1,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อต่ำกว่า 500 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือสินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมา สินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ มีป้ายบอกราคาขายที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.66) และความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อ 500 -1,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือสินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมาร้านค้าในศูนย์ฯมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.79) และความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อ มากกว่า 1,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือสินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.93) รองลงมา ความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ และร้านค้าในศูนย์ฯมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตร เครดิต(ค่าเฉลี่ย 3.73) และสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ มีป้ายบอกราคาขายที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามยอดซื้อ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ยอดซื้อ			
	ต่ำกว่า 500 บาท	500-1,000 บาท	มากกว่า 1,000 บาท	รวม
	n=126	n=95	n=138	N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ศูนย์ฯ มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบายและเพียงพอในการจอดรถ	3.40 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
ที่จอดรถของศูนย์ฯมีความปลอดภัย	3.93 (มาก)	3.77 (มาก)	3.60 (มาก)	3.84 (มาก)
เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯมีความเหมาะสม	4.15 (มาก)	4.05 (มาก)	3.93 (มาก)	4.10 (มาก)
ทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกในการเดินทาง เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน	3.95 (มาก)	3.94 (มาก)	4.07 (มาก)	3.95 (มาก)
ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว	4.10 (มาก)	4.12 (มาก)	3.87 (มาก)	4.09 (มาก)
การจัดแบ่งโซนร้านค้าได้อย่างเหมาะสม	3.87 (มาก)	3.74 (มาก)	3.87 (มาก)	3.81 (มาก)
การจัดวางแผนผังของอาคารมีความสะดวกสบายในการใช้บริการ	3.79 (มาก)	3.60 (มาก)	3.73 (มาก)	3.71 (มาก)
มีเว็บไซต์ให้ข้อมูลและแนะนำศูนย์ฯ	3.60 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.85 (มาก)</b>	<b>3.74 (มาก)</b>	<b>3.63 (มาก)</b>	<b>3.78 (มาก)</b>

จากตาราง ที่ 62 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกยอดซื้อ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ ต่ำกว่า 500 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.85) 500-1,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.74) มากกว่า 1,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อต่ำกว่า 500 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯมีความเหมาะสม

(ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.10) และทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกในการเดินทาง เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อ 500 -1,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมาเวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.05) และทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกในการเดินทาง เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อ มากกว่า 1,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกในการเดินทาง เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.93) และตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว และการจัดแบ่งโซนร้านค้าได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามยอดซื้อ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ยอดซื้อ			
	ต่ำกว่า 500 บาท	500-1,000 บาท	มากกว่า 1,000 บาท	รวม
	n=126	n=95	n=138	N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น พันธุ์ทิพย์ไกดส์ ป้ายโฆษณา วิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ ท้องถิ่น และเว็บไซต์	3.48 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)
มีการประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารกิจกรรม	3.43 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
การจัดกิจกรรม เช่น งานแสดงสินค้าไอที การจัดงาน Note Book Fair เป็นต้น	3.48 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในศูนย์ฯ	3.71 (มาก)	3.66 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
การลดราคาสินค้าตามเทศกาลของร้านค้า	3.51 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
การจัดรายการลด แลก แจกแถม	3.61 (มาก)	3.61 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
มีการจัดรายการส่งเสริมการตลาดสินค้าเฉพาะอย่าง	3.57 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าในศูนย์ฯ	3.65 (มาก)	3.56 (มาก)	2.93 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.55 (มาก)</b>	<b>3.49 (ปานกลาง)</b>	<b>3.28 (ปานกลาง)</b>	<b>3.50 (มาก)</b>

จากตาราง ที่ 63 พบว่าความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ ยอดซื้อ ต่ำกว่า 500 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.55) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ยอดซื้อ 500-1,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.49) มากกว่า 1,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อต่ำกว่า 500 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือมีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมา การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.65) และการจัดรายการลดแลก แจกแถม (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อ 500 -1,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.66) รองลงมา การจัดรายการลด แลก แจกแถม (ค่าเฉลี่ย 3.61) และการจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อ มากกว่า 1,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น พันธุ์ทิพย์ไกด์ ป้ายโฆษณา วิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.57) รองลงมา มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.40) และการลดราคาสินค้าตามเทศกาลของร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามยอดซื้อ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ยอดซื้อ			
	ต่ำกว่า 500 บาท	500-1,000 บาท	มากกว่า 1,000 บาท	รวม
	n=126	n=95	n=138	N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีจำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกเพียงพอ	3.87 (มาก)	3.84 (มาก)	3.93 (มาก)	3.86 (มาก)
พนักงานให้ข้อมูลร้านค้าภายในศูนย์ฯแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องและชัดเจน	3.79 (มาก)	3.92 (มาก)	3.93 (มาก)	3.85 (มาก)
พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า	3.83 (มาก)	3.85 (มาก)	3.80 (มาก)	3.84 (มาก)
พนักงานมีความสามารถในการตอบคำถามที่ลูกค้าต้องการทราบ	3.80 (มาก)	3.89 (มาก)	3.87 (มาก)	3.84 (มาก)
พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย	4.21 (มาก)	4.18 (มาก)	4.33 (มาก)	4.21 (มาก)
พนักงานมีความพร้อมและเอาใจใส่ต่อลูกค้าตลอดเวลา	4.02 (มาก)	4.01 (มาก)	4.10 (มาก)	4.02 (มาก)
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.10 (มาก)	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)	4.08 (มาก)
พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	4.27 (มาก)	4.23 (มาก)	4.08 (มาก)	4.24 (มาก)
พนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอภาค	4.01 (มาก)	4.02 (มาก)	4.07 (มาก)	4.02 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.99 (มาก)</b>	<b>4.00 (มาก)</b>	<b>4.01 (มาก)</b>	<b>3.99 (มาก)</b>

จากตาราง ที่ 64 พบว่าความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกยอดซื้อมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ ยอดซื้อต่ำกว่า 500 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.99) ยอดซื้อ 500-1,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.00) มากกว่า 1,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.01)



ปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อต่ำกว่า 500 บาท และยอดซื้อ 500 - 1,000 มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือพนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.27,4.23) รองลงมาพนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.21, 4.18) และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.10, 4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อ มากกว่า 1,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือพนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมา พนักงานมีความพร้อมและเอาใจใส่ต่อลูกค้า ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.10) และพนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามยอดซื้อ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ยอดซื้อ			
	ต่ำกว่า 500 บาท	500-1,000 บาท	มากกว่า 1,000 บาท	รวม
	n=126	n=95	n=138	N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การจัดวางตำแหน่ง (แผนผัง)พื้นที่ ของแผนกต่างๆ ภายในศูนย์ฯมีความสะดวกเหมาะสม เช่น ชั้น 1 และ 2 คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ไอที ชั้นที่ 3 กลุ่มร้านค้าและบริการเกี่ยวกับศูนย์รวมแฟชั่นนำสมัย ชั้นที่ 4 ศูนย์อาหาร Food Centerและสำนักงานบริการต่างๆ	3.79 (มาก)	3.68 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)
ความกว้างขวางและความสะอาดของร้านค้า	4.04 (มาก)	3.86 (มาก)	3.60 (มาก)	3.94 (มาก)
ความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ	4.20 (มาก)	3.99 (มาก)	3.87 (มาก)	4.09 (มาก)
การตกแต่งพื้นที่อาคารและบรรยากาศภายในร้านค้า	3.98 (มาก)	3.88 (มาก)	3.68 (มาก)	3.92 (มาก)
สถานที่ของศูนย์ฯมีความโอ้โคง กว้างขวาง	3.98 (มาก)	3.89 (มาก)	3.67 (มาก)	3.92 (มาก)
ความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ	4.03 (มาก)	3.97 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
ป้ายชื่อศูนย์ฯมีขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจนในระยะไกล	3.79 (มาก)	3.78 (มาก)	3.60 (มาก)	3.77 (มาก)
มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในอาคาร ลิฟต์-บันไดเลื่อน และที่นั่งพักผ่อนสำหรับลูกค้า	3.87 (มาก)	3.68 (มาก)	3.53 (มาก)	3.78 (มาก)
มีการติดตั้งตู้ ATM บริเวณในศูนย์ฯ	3.83 (มาก)	3.73 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)
ศูนย์ฯมีระบบสัญญาณแจ้งเตือนภัยไฟฉุกเฉิน Smoke Detector ระบบดับเพลิง ทางหนีไฟ	3.48 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)

ตารางที่ 65 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามยอดซื้อ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	ยอดซื้อ			
	ต่ำกว่า 500 บาท	500-1,000 บาท	มากกว่า 1,000 บาท	รวม
	n=126	n=95	n=138	N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อุณหภูมิภายในบริเวณห้างเย็นสบายตลอด ไปรุ่งไม่รู้สึกร้อน	3.67 (มาก)	3.56 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)
มีป้ายบอกทางไปสถานที่ต่างๆภายในศูนย์ฯ	3.94 (มาก)	3.78 (มาก)	3.60 (มาก)	3.86 (มาก)
มีบริการโทรศัพท์สาธารณะ	3.40 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.84 (มาก)</b>	<b>3.73 (มาก)</b>	<b>3.53 (มาก)</b>	<b>3.77 (มาก)</b>

จากตาราง ที่ 65 พบว่าความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกยอดซื้อ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ ยอดซื้อต่ำกว่า 500 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.84) ยอดซื้อ 500-1,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.73) มากกว่า 1,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อต่ำกว่า 500 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาความกว้างขวางและความสะอาดของร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 4.04) และความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 4.03)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อ 500 -1,000 มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมา ความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.97) และสถานที่ของศูนย์ฯมีความโอ่โถง กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อ มากกว่า 1,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา ความเป็นระเบียบของ

ร้านขายสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.87) และ การตกแต่งพื้นที่อาคารและบรรยากาศภายในร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ตารางที่ 66 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามยอดซื้อ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ยอดซื้อ			
	ต่ำกว่า 500 บาท	500-1,000 บาท	มากกว่า 1,000 บาท	รวม
	n=126	n=95	n=138	N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว	4.10 (มาก)	4.09 (มาก)	4.13 (มาก)	4.10 (มาก)
ความถูกต้องแม่นยำในการคิดค่าบริการ	3.90 (มาก)	3.93 (มาก)	4.05 (มาก)	3.92 (มาก)
การส่งมอบสินค้าตรงตามเวลา	3.90 (มาก)	3.95 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)
การส่งมอบสินค้าถูกต้อง	3.98 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)	3.98 (มาก)
ร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความรับผิดชอบ	3.96 (มาก)	4.03 (มาก)	3.93 (มาก)	3.99 (มาก)
ร้านค้าภายในศูนย์ฯ มีการแนะนำ ถ่ายทอดความรู้ ด้านสินค้าและบริการต่อลูกค้าอย่างเข้าใจเกิด ประโยชน์สูงสุดต่อการนำไปใช้งาน	3.83 (มาก)	3.86 (มาก)	3.93 (มาก)	3.85 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.95 (มาก)</b>	<b>3.98 (มาก)</b>	<b>3.99 (มาก)</b>	<b>3.96 (มาก)</b>

จากตาราง ที่ 66 พบว่าความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถาม  
ทุกยอดซื้อมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ ยอดซื้อต่ำกว่า 500 บาท (ค่าเฉลี่ย  
3.95) ยอดซื้อ 500-1,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.98) มากกว่า 1,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อต่ำกว่า 500 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือพนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา การส่งมอบสินค้าถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.98) และร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อ 500 -1,000 มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา ร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และการส่งมอบสินค้าถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อ มากกว่า 1,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือพนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา ความถูกต้องแม่นยำในการคิดค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.05) และการส่งมอบสินค้าตรงตามเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 67 แสดง สรุปค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ  
จำแนกตามยอดซื้อ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ยอดซื้อ			
	ต่ำกว่า 500 บาท	500-1,000 บาท	มากกว่า 1,000 บาท	รวม
	n=126	n=95	n=138	N=359
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.50 (มาก)	3.56 (มาก)	3.50 (มาก)	3.52 (มาก)
ด้านราคา	3.59 (มาก)	3.70 (มาก)	3.62 (มาก)	3.63 (มาก)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.85 (มาก)	3.74 (มาก)	3.63 (มาก)	3.78 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.55 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
ด้านบุคลากร	3.99 (มาก)	4.00 (มาก)	4.01 (มาก)	3.99 (มาก)
ด้าน การสร้างและนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	3.84 (มาก)	3.73 (มาก)	3.53 (มาก)	3.77 (มาก)
ด้านกระบวนการ	3.95 (มาก)	3.98 (มาก)	3.99 (มาก)	3.96 (มาก)

จากตารางที่ 67 พบว่าความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกยอดซื้อ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.99,4.00, 4.01) รองลงมาด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.95,3.98, 3.99) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.85,3.74, 3.63)

#### ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่

ตารางที่ 68 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ชื่อเสียงของศูนย์ฯ ยังไม่เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป	121	33.7
สินค้าอุปกรณ์เทคโนโลยีของร้านค้าในศูนย์ฯ มีรูปแบบไม่หลากหลายไม่ตรงกับความต้องการ	32	8.9
สินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ มีให้เลือกไม่	3	0.8
สินค้าอุปกรณ์ Accessories คอมฯ ไอที มีประเภทให้เลือกไม่หลากหลายไม่ตรงกับความต้องการ	34	9.5
ร้านค้าที่ให้บริการ ซ่อม Upgrade ลงโปรแกรม แก้ไข กู้ข้อมูล ให้คำปรึกษา มีน้อย	61	17.0
ร้านอาหารในศูนย์อาหารฟู้ดเซ็นเตอร์ ร้านหนังสือ ร้านแว่นตา ร้านเสริมสวย สปา โรงเรียน ไม่หลากหลาย	145	40.4
ร้านค้าตัวแทนจำหน่ายสินค้าในศูนย์ฯ ไม่มีชื่อเสียง	83	23.1

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 359 ราย

จากตารางที่ 68 พบว่าปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด คือ ร้านอาหารในศูนย์อาหารฟู้ดเซ็นเตอร์ ร้านหนังสือ ร้านแว่นตา ร้านเสริมสวย สปา โรงเรียน ไม่หลากหลาย ร้อยละ 40.4 รองลงมา ชื่อเสียงของศูนย์ฯ ยังไม่เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป ร้อยละ 33.7 ร้านค้าตัวแทนจำหน่ายสินค้าในศูนย์ฯ ไม่มีชื่อเสียง ร้อยละ 23.1 ร้านค้าที่ให้บริการ ซ่อม Upgrade ลงโปรแกรม แก้ไข กู้ข้อมูล ให้คำปรึกษา มีน้อย ร้อยละ 17.0 สินค้าอุปกรณ์ Accessories คอมฯ ไอที มีประเภทให้เลือกไม่หลากหลายไม่ตรงกับความต้องการ ร้อยละ 9.5 สินค้าอุปกรณ์เทคโนโลยีของร้านค้าในศูนย์ฯ มีรูปแบบไม่หลากหลายไม่ตรงกับความต้องการ ร้อยละ 8.9 และ สินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ มีให้เลือกน้อย ร้อยละ 0.8



ตารางที่ 69 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ไม่มีหลายระดับราคาให้เลือก	154	42.9
สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่มีราคาแพงกว่าที่อื่น	28	7.8
ค่าบริการซ่อมของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่แพงกว่าที่อื่น	95	26.5
สินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ ไม่มีป้ายบอกราคาขายที่ชัดเจน	37	10.3
ร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ ไม่ให้ความสะดวกในการตรวจสอบราคา	30	8.4
ร้านอาหารในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่มีราคาแพง	118	32.9
ร้านค้าและร้านบริการในศูนย์ฯ ไม่มีบริการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	3	0.8

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 359 ราย

จากตารางที่ 69 พบว่าปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ไม่มีหลายระดับราคาให้เลือก ร้อยละ 42.9 รองลงมา ร้านอาหารในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่มีราคาแพง ร้อยละ 32.9 ค่าบริการซ่อมของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่แพงกว่าที่อื่น ร้อยละ 26.5 สินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ ไม่มีป้ายบอกราคาขายที่ชัดเจน ร้อยละ 10.3 ร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ไม่ให้ความสะดวกในการตรวจสอบราคา ร้อยละ 8.4 สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่มีราคาแพงกว่าที่อื่น ร้อยละ 7.8 และร้านค้าและร้านบริการในศูนย์ฯ ไม่มีบริการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ร้อยละ 0.8

ตารางที่ 70 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ศูนย์ฯมีที่จอดรถไม่กว้างขวางไม่สะดวกสบายในการจอดรถ	205	57.1
ศูนย์ฯ มีที่จอดรถไม่เพียงพอสำหรับบริการลูกค้า	152	42.3
ที่จอดรถของศูนย์ฯ ไม่มีความปลอดภัย	5	1.4
เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯ ไม่เหมาะสม	33	9.2
ทำเลที่ตั้งไป-มาไม่สะดวกในการเดินทาง เช่น ไม่มี ระบบขนส่งมวลชนผ่าน	34	9.5
ตั้งอยู่ไกลจากย่านธุรกิจ และไกลจากแหล่งท่องเที่ยวต่างๆในเชียงใหม่	34	9.5
การจัดแบ่งโซนร้านค้าไม่เหมาะสม	11	3.1
การจัดวางแผนผังของอาคารไม่มีความสะดวกสบายเมื่อมาใช้บริการ	1	0.3
ไม่มีเว็บไซต์ให้ข้อมูลและแนะนำศูนย์	94	26.2

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 359 ราย

จากตารางที่ 70 พบว่าปัญหาด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ ศูนย์ฯมีที่จอดรถไม่กว้างขวางไม่สะดวกสบายในการจอดรถ ร้อยละ 57.1 รองลงมา ศูนย์ฯ มีที่จอดรถไม่เพียงพอสำหรับบริการลูกค้า ร้อยละ 42.3 ไม่มีเว็บไซต์ให้ข้อมูลและแนะนำศูนย์ ร้อยละ 26.2 ทำเลที่ตั้งไป-มาไม่สะดวกในการเดินทาง เช่น ไม่มี ระบบขนส่งมวลชนผ่าน ตั้งอยู่ไกลจากย่านธุรกิจ และไกลจากแหล่งท่องเที่ยวต่างๆในเชียงใหม่ เท่ากัน ร้อยละ 9.5 เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯ ไม่เหมาะสม ร้อยละ 9.2 การจัดแบ่งโซนร้านค้าไม่เหมาะสม ร้อยละ 3.1 ที่จอดรถของศูนย์ฯ ไม่มีความปลอดภัย ร้อยละ 1.4 และ การจัดวางแผนผังของอาคารไม่มีความสะดวกสบายเมื่อมาใช้บริการ ร้อยละ 0.3

ตารางที่ 71 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา วิทยุท้องถิ่น และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	71	19.8
ไม่มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกิจกรรมผ่านสื่อแผ่นพับ แผ่นปลิว	60	16.7
ไม่มีกิจกรรมพิเศษที่ดึงดูดใจภายในศูนย์ฯ เช่น การแจกของขวัญของรางวัลในช่วงเทศกาลต่างๆ	61	17.0
ไม่มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการแจกภายในศูนย์ฯ	2	0.6
ไม่มีการจัดกิจกรรม เช่น งานแสดงสินค้า ไอที การจัดงานNote Book Fair	32	8.9
ไม่มีการจัดรายการลดราคาสินค้าตามเทศกาลของร้านค้า	32	8.9
ไม่มีการจัดรายการลด แลก แจกแถม	63	17.5
ไม่มีการจัดแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าในศูนย์ฯ	2	0.6

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 359 ราย

จากตารางที่ 71 พบว่าปัญหา ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาหนักที่สุดคือ ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา วิทยุท้องถิ่น และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ร้อยละ 19.8 รองลงมา ไม่มีการจัดรายการลด แลก แจกแถม ร้อยละ 17.5 ไม่มีกิจกรรมพิเศษที่ดึงดูดใจภายในศูนย์ฯ เช่น การแจกของขวัญของรางวัลในช่วงเทศกาลต่างๆ ร้อยละ 17.0 ไม่มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกิจกรรมผ่านสื่อแผ่นพับ แผ่นปลิว ร้อยละ 16.7 ไม่มีการจัดกิจกรรม เช่น งานแสดงสินค้า ไอที การจัดงานNote Book Fair ไม่มีการจัดรายการลดราคาสินค้าตามเทศกาลของร้านค้า เท่ากัน ร้อยละ 8.9 และ ไม่มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการแจกภายในศูนย์ฯ ไม่มีการจัดแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าในศูนย์ฯ เท่ากัน ร้อยละ 0.6

ตารางที่ 72 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านบุคลากร

ปัญหาด้านบุคลากร	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ	4	1.1
พนักงานให้ข้อมูลร้านค้าภายในศูนย์ฯให้ข้อมูลไม่ชัดเจนและไม่ถูกต้อง	61	17.0
พนักงานไม่มีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า	98	27.3
พนักงานไม่มีความสามารถในการตอบคำถามที่ลูกค้าต้องการทราบ	3	0.8
พนักงานแต่งกายไม่สะอาด ไม่สุภาพเรียบร้อย	4	1.1
พนักงานไม่มีความพร้อมและไม่เอาใจใส่ต่อลูกค้า	34	9.5
พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	10	2.8
พนักงานไม่มีความสุภาพแสดงท่าทีไม่เป็นมิตร และไม่ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	9	2.5
พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค	2	0.6

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 359 ราย

จากตารางที่ 72 พบว่า ปัญหาด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ พนักงานไม่มีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ร้อยละ 27.3 รองลงมา พนักงานให้ข้อมูลร้านค้าภายในศูนย์ฯให้ข้อมูลไม่ชัดเจนและไม่ถูกต้อง ร้อยละ 17.0 พนักงานไม่มีความพร้อมและไม่เอาใจใส่ต่อลูกค้า ร้อยละ 9.5 พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ร้อยละ 2.8 พนักงานไม่มีความสุภาพแสดงท่าทีไม่เป็นมิตร และไม่ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ร้อยละ 2.5 จำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ พนักงานแต่งกายไม่สะอาด ไม่สุภาพเรียบร้อย เท่ากัน ร้อยละ 1.1 พนักงานไม่มีความสามารถในการตอบคำถามที่ลูกค้าต้องการทราบ ร้อยละ 0.8 และพนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค ร้อยละ 0.6

ตารางที่ 73 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการจัดวางตำแหน่ง (แผนผัง) ของแผนกต่างๆ ภายในศูนย์ฯ เช่น ชั้น 1 และ 2 คอมพิวเตอร์ ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ อุปกรณ์ไอที โทรศัพท์มือถือ ชั้นที่ 3 กลุ่มร้านค้าและบริการเกี่ยวกับศูนย์ร่วมแพชชั่นนำสมัย ทั้งเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ เครื่องสำอาง	7	1.9
ไม่มีความกว้างขวางและไม่มีความสะอาดของร้านค้า	29	8.1
ไม่มีความเป็นระเบียบของร้านค้าและบริการ	5	1.4
สถานที่ของศูนย์ฯอึดอัด ไม่โล่ง	8	2.2
บริเวณพื้นที่ภายในศูนย์ฯ ไม่สะอาด	5	1.4
ป้ายชื่อศูนย์ฯมีขนาดเล็ก มองเห็นไม่ชัดเจนในระยะไกล	72	20.1
อุปกรณ์อำนวยความสะดวกในอาคาร ลิฟต์-บันไดเลื่อน, ห้องน้ำ,เครื่องปรับอากาศ และ ที่นั่ง ไม่มี	56	15.6
การติดตั้งตู้ ATM ภายในบริเวณศูนย์ฯ มีน้อย	130	36.2
การเลือกหาแผนกสินค้าที่ต้องการได้ยาก เช่น ไม่มีป้ายบอกตำแหน่งแผนกสินค้าที่ชัดเจน	30	8.4
ศูนย์ฯ ไม่มีระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง	59	16.4
การแจ้งระบบสัญญาณแจ้งเตือนภัยไฟฉุกเฉิน Smoke Detector ระบบดับเพลิง ทางหนีไฟ	31	8.6
ป้ายแสดงที่ตั้งของร้านค้ามองเห็นไม่ชัดเจน	5	1.4
ห้องน้ำมีจำนวนไม่เพียงพอ และไม่สะอาด	36	10.0
อุณหภูมิภายในบริเวณศูนย์ฯ ร้อน รู้สึกอึดอัด	27	7.5
ป้ายบอกทางไปสถานที่ต่างๆภายในศูนย์ฯ ไม่เด่นชัด มองไม่ค่อยเห็น	6	1.7
ไม่มีป้ายบอกชื่อศูนย์ฯ ติดอาคาร ที่เด่นชัด	63	17.5

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 359 ราย

จากตารางที่ 73 พบว่า ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ การติดตั้งตู้ ATM ภายในบริเวณศูนย์ฯ มีน้อย ร้อยละ 36.2 รองลงมา ป้ายชื่อศูนย์ฯมีขนาดเล็ก มองเห็นไม่ชัดเจนในระยะไกล ร้อยละ 20.1 ไม่มีป้ายบอกชื่อศูนย์ฯ ติดอาคาร ที่เด่นชัด ร้อยละ 17.5 ศูนย์ฯ ไม่มีระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง ร้อยละ 16.4 อุปกรณ์อำนวยความสะดวกในอาคาร ลิฟต์-บันไดเลื่อน,ห้องน้ำ,เครื่องปรับอากาศ และที่นั่ง ร้อยละ 15.6 ห้องน้ำมีจำนวนไม่เพียงพอ และไม่สะอาด ร้อยละ 10.0 การแจ้งระบบสัญญาณแจ้งเตือนภัยไฟฉุกเฉิน Smoke Detector ระบบดับเพลิง ทางหนีไฟ ร้อยละ 8.6 การเลือกหาแผนกสินค้าที่ต้องการได้ยาก เช่น ไม่มีป้ายบอกตำแหน่งแผนกสินค้าที่ชัดเจน ร้อยละ 8.4 ไม่มีความกว้างขวาง และไม่มีความสะอาดของร้านค้า ร้อยละ 8.1 อุณหภูมิภายในบริเวณศูนย์ฯ ร้อน รู้สึกอึดอัด ร้อยละ 7.5 สถานที่ของศูนย์ฯอึดอัด ไม่โล่ง ร้อยละ 2.2 ไม่มีการจัดวางตำแหน่ง (แผนผัง) ของแผนกต่างๆ ภายในศูนย์ฯ เช่น ชั้น 1 และ 2 คอมพิวเตอร์ ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ อุปกรณ์ไอที โทรศัพท์มือถือ ชั้นที่ 3 กลุ่มร้านค้าและบริการเกี่ยวกับศูนย์รวมแฟชั่นนำสมัย ทั้งเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ เครื่องสำอาง ร้อยละ 1.9 ป้ายบอกทางไปสถานที่ต่างๆภายในศูนย์ฯ ไม่เด่นชัด มองไม่ค่อยเห็น ร้อยละ 1.7 ไม่มีความเป็นระเบียบของร้านค้าและบริการ ป้ายแสดงที่ตั้งของร้านค้า มองเห็นไม่ชัดเจน เท่ากัน ร้อยละ 1.4

ตารางที่ 74 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการ

ปัญหาด้านกระบวนการ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานให้บริการล่าช้า	33	9.2
ไม่มีความถูกต้องแม่นยำในการคิดค่าบริการ	6	1.7
การส่งมอบสินค้าไม่ตรงตามเวลา	7	1.9
การส่งมอบสินค้าไม่ถูกต้อง	33	9.2
บริการหลังการขายของร้านค้าในศูนย์ ฯ ไม่ดี ไม่มีความรับผิดชอบเมื่อมีปัญหา	96	26.7
ร้านค้าภายในศูนย์ ฯ ไม่มีการแนะนำความรู้สินค้าและบริการแก่ลูกค้า	34	9.5

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 359 ราย

จากตารางที่ 74 พบว่า ปัญหาด้าน กระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบ ปัญหามากที่สุดคือ บริการหลังการขายของร้านค้าในศูนย์ ฯ ไม่ดี ไม่มีความรับผิดชอบเมื่อมีปัญหา ร้อยละ 26.7 รองลงมา ร้านค้าภายในศูนย์ ฯ ไม่มีการแนะนำความรู้สินค้าและบริการแก่ลูกค้า ร้อยละ 9.5 พนักงานให้บริการล่าช้า การส่งมอบสินค้าไม่ถูกต้อง ร้อยละ 9.2 การส่งมอบสินค้าไม่ตรงตามเวลา ร้อยละ 1.9 และไม่มีความถูกต้องแม่นยำในการคิดค่าบริการ ร้อยละ 1.7

#### ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง

- อากาศภายในห้างร้อนไป (22 คน)
- ควรปรับปรุงเรื่องการจอดรถ (20 คน)
- นั่งทานอาหารอยู่มีน้ำแอร์หยดมาใส่หัวขอให้ช่วยปรับปรุง และเช็คความเรียบร้อยของระบบปรับอากาศด้วย (1 คน)
- ศูนย์อาหาร น่าจะมีอาหารหลากหลายชนิดมากกว่านี้ เช่น เพิ่มอาหารยุโรปเข้ามา เพราะเห็นมีชาวต่างชาติมาเดินมากพอสมควร (1 คน)
- ร้านอาหารในศูนย์ ฯ ทำอาหารซ้ำมาก (5 คน)