

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจาก กลุ่มผู้มาใช้บริการ ศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ จำนวน 359 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง อายุ 20-30 ปี สถานภาพ โสด อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท สถานที่อยู่อาศัยอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ความถี่ในการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ วันที่ชอบใช้บริการ ไม่กำหนดวันที่แน่นอน ช่วงเวลาที่ชอบมาใช้บริการเวลา 15.01-18.00 น. ระยะเวลาที่เข้ามาใช้บริการ 1-2 ชั่วโมง ยอดซื้อสินค้าบริการเมื่อเข้ามาใช้บริการต่อครั้งต่ำกว่า 500 บาท ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าและบริการคอมพิวเตอร์ที่ซื้อและใช้บริการอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ไอที และ Accessories สินค้าและบริการนอกจากคอมพิวเตอร์และสินค้าไอทีที่ใช้บริการในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า ศูนย์อาหารฟู้ดเซ็นเตอร์ ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในศูนย์ พันธ์ทิพย์พลาซ่าคือ ตนเอง จำนวนคนที่มาใช้บริการที่ศูนย์พันธุ์ทิพย์พลาซ่า ในแต่ละครั้ง 2 คน เหตุผลที่เลือกมาใช้บริการ ศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ราคาสินค้าที่เหมาะสม การส่งเสริมการขายของศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ที่สนใจ/ชอบลดราคา และ สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ที่พบเห็นบ่อยที่สุดป้ายคัดเอาท์

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสบการณ์ตลาดบริการ ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากทุกปัจจัยเรียงลำดับได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด

ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยย่อยพบว่ามีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมา มีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.08) และชื่อเสียงของศูนย์เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป (ร้อยละ 4.01)

ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยย่อยพบว่ามีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.85) รองลงมา ความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.70) และร้านค้าในศูนย์มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ปัจจัยย่อยพบว่ามีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯ มีความเหมาะสม ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา ทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกในการเดินทาง เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน (ค่าเฉลี่ย 3.92) และ ที่จอดรถของศูนย์ฯ มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.50) ปัจจัยย่อยพบว่ามีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.67) รองลงมา การจัดรายการลด แลก แจกแถม การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าในศูนย์ฯ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.58) และ การจัดกิจกรรม เช่น งานแสดงสินค้าไอที การจัดงาน Note Book Fair เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) ปัจจัยย่อยพบว่ามีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมา พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.18) และพนักงานมีความพร้อมและเอาใจใส่ ต่อลูกค้าตลอดเวลา พนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอภาค เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.01)

ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ปัจจัยย่อยพบว่ามีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา ความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.99) และความกว้างขวาง และความสะอาดของร้านค้า การตกแต่งพื้นที่อาคารและบรรยากาศภายในร้านค้า สถานที่ของศูนย์ฯ มีความโอ่โง่ง กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการ ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ปัจจัยย่อยพบว่ามีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา การส่งมอบสินค้าถูกต้อง ร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความ รับผิดชอบ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.99) และความถูกต้องแม่นยำในการคิดค่าบริการ การส่งมอบสินค้าตรงตามเวลา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้

3.1 ความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.93) รองลงมาด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.92) และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้าน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.68)

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

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับปานกลาง ส่วนเพศหญิง มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก

เพศชายมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา มีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.07) และชื่อเสียงของศูนย์ฯเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.05)

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

ความพึงพอใจต่อบริการด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก

เพศชายมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สินค้าของร้านค้าใน ศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ มีหลายระดับราคาให้เลือก(ค่าเฉลี่ย 3.92) รองลงมา ร้านค้าในศูนย์ฯ มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตร เครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.70) และความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ส่วนเพศหญิงมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สินค้าของร้านค้าใน ศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่มีหลายระดับราคาให้เลือก(ค่าเฉลี่ย 3.79) รองลงมา สินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ มีป้ายบอกราคาขายที่ชัดเจน ความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.71) และร้านค้าในศูนย์ฯมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ความพึงพอใจต่อบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก

เพศชายมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา เวลาเปิด-ปิดบริการ10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.99) และทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกในการเดินทาง เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน (ค่าเฉลี่ย 3.81)

ส่วนเพศหญิงมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เวลาเปิด-ปิดบริการ10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯมีความเหมาะสม และตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมา ที่จอดรถของศูนย์ฯมีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.99) และการจัดแบ่งโซนร้านค้าได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ความพึงพอใจต่อปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ส่วนเพศหญิง มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก เพศชายมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.65) รองลงมา การจัดกิจกรรม เช่น งานแสดงสินค้าไอที การจัดงาน Note Book Fair เป็นต้น และการจัดรายการ ลด แลก แจกแถม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.51) และ การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ส่วนเพศหญิงมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.70) รองลงมา การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.68) และการจัดรายการลด แลก แจกแถม (ค่าเฉลี่ย 3.65)

ความพึงพอใจต่อปัจจัย ด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก

เพศชายมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย และพนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมา พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ส่วนเพศหญิงมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมา พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.21) และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก

เพศชายมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ ความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.95) รองลงมา สถานที่ของศูนย์ฯ มีความโอ่โถง กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 3.84) และการตกแต่งพื้นที่อาคารและบรรยากาศภายในร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 3.83)

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

ความพึงพอใจต่อปัจจัย ด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก

เพศชายมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา การส่งมอบสินค้าถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.99) และ ร้านค้ามีบริการหลังการขาย ดี มีความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ส่วนเพศหญิงมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมา ร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 4.05) และ การส่งมอบสินค้าถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.98)

3.2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านบุคลากร รองลงมา ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.81)

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมา ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.81)

อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.96) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.72)

อาชีพรับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ มีความความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.06) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.87)

อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆ มีความความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.91) และด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ อาชีพธุรกิจส่วนตัวและอื่นๆ ส่วนอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ ปานกลาง

อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา มีสินค้า

อุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.06) และชื่อเสียงของศูนย์ฯเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.04) อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา ศูนย์ฯมีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.97) และชื่อเสียงของศูนย์ฯเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.93)

อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ศูนย์ฯมีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง 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 มีความความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ ศูนย์ฯมีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา ชื่อเสียงของศูนย์ฯเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.00) และภัตตาคารร้านอาหารญี่ปุ่นฟูจิ-ซาบุชิ (ค่าเฉลี่ย 3.83)

อาชีพธุรกิจส่วนตัวและอื่นๆ มีความความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ศูนย์ฯมีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง 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)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพมีความพึงพอใจ

โดยรวมในระดับมาก ได้แก่ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน อาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ อาชีพธุรกิจส่วนตัวและอื่นๆ

อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมา ความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.69) และร้านค้าในศูนย์ฯมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.68)

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.74) รองลงมา สินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ มีป้ายบอกราคาขายที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.65) และความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 3.64)

อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมา สินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ มีป้ายบอกราคาขายที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.77) และความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 3.73)

อาชีพรับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ มีความความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สินค้าของร้านค้า ในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมา ร้านค้าในศูนย์ฯ มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.78) และความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.73)

อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ มีความความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมา สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่มีราคาถูกกว่าที่อื่น และร้านค้าในศูนย์ฯ มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.85) และความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ อาชีพธุรกิจส่วนตัวและอาชีพอื่น ๆ

อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯ มีความเหมาะสม ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา ทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกในการเดินทาง เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน (ค่าเฉลี่ย 3.94) และที่จอดรถของศูนย์ฯ มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.87)

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

อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯ มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมา ทำเลที่ตั้งไปมา

สะดวกในการเดินทาง เช่น ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.05) และที่จอดรถของศูนย์ฯ มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.00)

อาชีพรับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯ ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมา ทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกในการเดินทาง เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน (ค่าเฉลี่ย 3.73) และการจัดแบ่งโซนร้านค้าได้อย่างเหมาะสม การจัดวางแผนผังของอาคารมีความสะดวกสบายในการใช้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.56)

อาชีพธุรกิจส่วนตัวและอื่นๆ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมา เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯ มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.02) และที่จอดรถของศูนย์ฯ มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ

อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมา การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.64) และการจัดรายการลด แลก แจกแถม (ค่าเฉลี่ย 3.61)

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจก (ค่าเฉลี่ย 3.62) รองลงมา การโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น พันธุ์ทิพย์ ไลฟ์ ป้ายโฆษณา วิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ ท้องถิ่น และเว็บไซต์ การจัดรายการลด แลก แจกแถม มีการจัดรายการส่งเสริมการตลาดสินค้าเฉพาะ อย่าง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.41) และ การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.39)

อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจสูงสุด 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 มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจก (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมา การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้า

ในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.49) และการโฆษณาตามสื่อต่างๆเช่น พันธุ์ทิพย์ไกด์ป้ายโฆษณา วิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ ท้องถิ่น และเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.44)

อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.94) รองลงมา การจัดรายการสด แลก แจก แถม(ค่าเฉลี่ย 3.92) และมีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน อาชีพ ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่น ๆ

อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความสุภาพ เป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อ ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมา พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.21) และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.06)

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.17) และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.09)

อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อ ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมา พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.25) และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.18)

อาชีพรับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.10) และพนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมา พนักงานมีความกระตือ รือร้นในการให้บริการ และ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอภาค เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.15) และพนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ นักศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.81) พนักงานบริษัทเอกชน อาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่น ๆ

อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา ความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย

4.04) และการตกแต่งพื้นที่อาคารและบรรยายภายในร้านค้า สถานที่ของศูนย์ฯมี ความโอ้โง่ง กว้างขวาง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.96)

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา ความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.97) และการตกแต่งพื้นที่อาคารและบรรยายภายในร้านค้า สถานที่ของศูนย์ฯมีความโอ้โง่ง กว้างขวาง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.83)

อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความความพึงพอใจสูงสุด 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 การตกแต่งพื้นที่อาคารและบรรยายภายในร้านค้า สถานที่ของศูนย์ฯมี ความโอ้โง่ง กว้างขวาง ความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.80) และมีป้ายบอกทางไปสถานที่ต่างๆภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.78)

อาชีพธุรกิจส่วนตัว และ อาชีพอื่นๆ มีความความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความกว้างขวางและความสะอาดของร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา สถานที่ของศูนย์ฯมี ความโอ้โง่ง กว้างขวาง(ค่าเฉลี่ย 4.13) และการจัดวางตำแหน่ง (แผนผัง)พื้นที่ ของแผนกต่างๆ ภายในศูนย์ฯ มีความสะดวกเหมาะสม เช่น ชั้น 1 และ 2 คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ไอที ชั้นที่ 3 กลุ่มร้านค้าและบริการเกี่ยวกับศูนย์รวมแฟชั่นนำสมัย ชั้นที่ 4 ศูนย์อาหาร Food Centerและสำนักงานบริการต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่น ๆ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา การส่งมอบสินค้าถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.00) และร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความ รับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 3.98)

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา การส่งมอบสินค้าถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.01) และร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความ รับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 3.97)

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

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

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

3.3 ความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.97) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.79) รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) และด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.78)

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

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

ความพึงพอใจต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท

รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.14)

รองลงมา มีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือก
หลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.07) และ ชื่อเสียงของศูนย์ฯเป็นที่รู้จักของ
บุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.99)

รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ศูนย์ฯมี
ตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.17)
รองลงมา มีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือก
หลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.12) และ ชื่อเสียงของศูนย์ฯเป็นที่รู้จักของ
บุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.02)

รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ชื่อเสียง
ของศูนย์ฯเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา มีสินค้าอุปกรณ์เทคโนโลยี
หลากหลายรูปแบบตรงกับความต้องการ เช่น สินค้าคอมพิวเตอร์ ฮาร์ดแวร์ เครื่อง PC Notebook
Printer กล้องถ่ายรูป (ค่าเฉลี่ย 3.96) และมีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรม
คอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.93)

รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ศูนย์ฯมี
ตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.27)
รองลงมา มีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือก
หลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ รองลงมา (ค่าเฉลี่ย 4.11) และ มีสินค้าอุปกรณ์
Accessories คอมฯ ไอที ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเดือนมีความพึง
พอใจโดยรวมในระดับมาก

รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สินค้าของ
ร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.86) รองลงมา
ความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้า ในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และ สินค้าของร้านค้าใน
ศูนย์ฯ มีป้ายบอกราคาขายที่ชัดเจน ร้านค้าในศูนย์ฯมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตร เครดิต เท่ากัน
(ค่าเฉลี่ย 3.69)

รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สินค้าของ
ร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.84) รองลงมา
ร้านค้าในศูนย์ฯมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตร เครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.77) และ ความสะดวกในการตรวจ
ราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.75)

รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สิ้นค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมา สิ้นค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ มีป้ายบอกราคาขายที่ชัดเจน ความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.59) และ ร้านค้าในศูนย์ฯ มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตร เครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.57)

รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สิ้นค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมา สิ้นค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ มีป้ายบอกราคาขายที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.75) และ ความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้า ในศูนย์ฯ ร้านค้าในศูนย์ฯ มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตร เครดิต เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเดือนมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก

รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 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 มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯ มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.06) และ ทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกในการเดินทาง เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน (ค่าเฉลี่ย 3.91)

รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 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 บาทมีความพึงพอใจสูงสุด 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)

ความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจก ภายในศูนย์ (ค่าเฉลี่ย 3.67) รองลงมา การจัดรายการสด แลก แจกแถม การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าใน ศูนย์ฯ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.58) และ การจัดกิจกรรม เช่น งานแสดงสินค้าไอที การจัดงาน Note Book Fair เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.51)

รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจก ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมา การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.64) และการจัดรายการสด แลก แจกแถม (ค่าเฉลี่ย 3.63)

รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.57) รองลงมา การจัดกิจกรรม เช่น งานแสดงสินค้าไอที การจัดงาน Note Book Fair เป็นต้น การจัดรายการสด แลก แจกแถม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.37) และมีการจัดรายการส่งเสริมการตลาดสินค้าเฉพาะอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.33)

รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าใน ศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมา การจัดรายการสด แลก แจกแถม (ค่าเฉลี่ย 3.70) และมีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเดือนมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก

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

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

รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรและ

ชื้อสตัคต่อ ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.09) และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.96)

รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรและชื้อสตัคต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมา พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.20) และพนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ความพึงพอใจต่อปัจจัย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเดือนมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก

รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความเป็นระเบียบของรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา ความกว้างขวางและความสะอาดของร้านค้า การตกแต่งพื้นที่อาคารและบรรยากาศภายใน ศูนย์ฯ สถานที่ของศูนย์ฯ มีความโอ่โง่งกว้างขวาง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.92) และมีป้ายบอกทางไปสถานที่ต่างๆภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.86)

รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมา ความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.96) และ การตกแต่งพื้นที่อาคารและบรรยากาศภายใน ร้านค้า สถานที่ของศูนย์ฯมีความโอ่โง่ง กว้างขวาง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.93)

รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา ความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.96) และความกว้างขวางและความสะอาดของร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 3.85)

รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา การตกแต่งพื้นที่อาคารและบรรยากาศภายในร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 4.08) และสถานที่ของศูนย์ฯมีความโอ่โง่ง กว้างขวาง และความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเดือนมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก

รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา การส่งมอบสินค้าถูกต้อง ร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.01) และความถูกต้องแม่นยำในการคิดค่าบริการ การส่งมอบสินค้าตรงตามเวลา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.94)

รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงาน
ในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา ร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความ (ค่าเฉลี่ย
3.98) และ การส่งมอบสินค้าถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.97)

รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงาน
ในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา การส่งมอบสินค้าถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.93) และ
ความถูกต้องแม่นยำในการคิดค่าบริการ การส่งมอบสินค้าตรงตามเวลา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.85)

รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงาน
ในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา ร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความ รับผิดชอบ
(ค่าเฉลี่ย 4.11) และการส่งมอบสินค้าถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.00)

3.4 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสบการณ์ตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ
1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา
ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) และ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย
3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับ
แรกคือ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมาด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.92) และ ด้านช่องทาง
การจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก
คือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมาด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) และด้านช่องทางการจัด
จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ อื่นๆ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้าน
บุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา ด้าน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้าน
กระบวนการเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.95) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกความถี่ในการใช้
บริการ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 3.56) ใช้
บริการ 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 และที่ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.10,4.16,4.20) รองลงมาคือสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.06,4.14,4.08) และชื่อเสียงของศูนย์ฯเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.02,3.93,4.01)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการอื่นๆ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ชื่อเสียงของศูนย์ฯเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา มีสินค้าอุปกรณ์เทคโนโลยีหลากหลายรูปแบบตรงกับความต้องการ เช่น สินค้าคอมพิวเตอร์ ฮาร์ดแวร์ เครื่อง PC Notebook Printer กล้องถ่ายรูป (ค่าเฉลี่ย 4.09) และศูนย์ฯมีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกความถี่ในการใช้บริการ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก 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 มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.86) รองลงมา ความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.73) และร้านค้าในศูนย์ฯมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.73)

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

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ มีป้ายบอกราคาขายที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมา ร้านค้าในศูนย์ฯมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.72) และความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการอื่นๆ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ มีป้ายบอกราคาขายที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา ความสะดวกในการ

ตรวจราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.75) และร้านค้าในศูนย์ฯมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตร เครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกความถี่ในการใช้บริการ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก 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 มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจและใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา เวลาเปิด-ปิดบริการ10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.07) และทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกในการเดินทาง เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เวลาเปิด-ปิดบริการ10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจและใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.93) และทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกในการเดินทาง เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจและใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมาเวลาเปิด-ปิดบริการ10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.06) และที่จอดรถของศูนย์ฯมีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการอื่นๆ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือเวลาเปิด-ปิดบริการ10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯมีความเหมาะสม และตั้งอยู่ในย่านธุรกิจและใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา การจัดวางแผนผังของอาคารมีความสะดวกสบายในการใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.96) และที่จอดรถของศูนย์ฯมีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์(ค่าเฉลี่ย 3.52) และอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ ความถี่ บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 3.44) ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในศูนย์ฯและการจัดรายการลด

แลกเปลี่ยนกัน (ค่าเฉลี่ย 3.62) รองลงมา การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.56) และมีการจัดรายการส่งเสริมการตลาดสินค้าเฉพาะอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.53)

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

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจสูงสุด 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 มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ รองลงมา การจัดรายการลด แลก แจกแถม (ค่าเฉลี่ย 3.77) รองลงมา มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.72) และการจัดกิจกรรม เช่น งานแสดงสินค้าไอที การจัดงาน Note Book Fair เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกความถี่ในการใช้บริการ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก 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 มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือพนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อยและพนักงานมีความสุภาพ เป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมา พนักงานมีความพร้อมและเอาใจใส่ต่อลูกค้า ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.04) และพนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 4.03)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมาพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.09) และพนักงานมีความพร้อมและเอาใจใส่ต่อลูกค้า ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมาพนักงานแต่งกาย

สะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.22) และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.01)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการอื่นๆ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมา พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.30) และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกความถี่ในการใช้บริการ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก 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 มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา ความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 4.02) และมีป้ายบอกทางไปสถานที่ต่างๆ ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.91)

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

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมาความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.92) และการตกแต่งพื้นที่อาคารและบรรยากาศภายในร้านค้า และสถานที่ของศูนย์ฯมีความโอ่โถง กว้างขวาง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ อื่นๆ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความกว้างขวางและความสะอาดของร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา มีป้ายบอกทางไปสถานที่ต่างๆ ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 4.21) และความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกความถี่ในการใช้บริการ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ (ค่าเฉลี่ย 3.99) ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน (ค่าเฉลี่ย 3.94) อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ มีความพึง

พอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือพนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา ร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 3.99) และ การส่งมอบสินค้าถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.96)

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

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

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการอื่นๆ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา การส่งมอบสินค้าถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.06) และร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 3.96)

3.5 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ จำแนกตามยอดซื้อ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกยอดซื้อ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านบุคลากร รองลงมาด้านกระบวนการ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุก ยอดซื้อ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก 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 มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือมีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ และศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมาชื่อเสียงของศูนย์เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.00) และ มีสินค้าอุปกรณ์เทคโนโลยีหลากหลายรูปแบบตรงกับความต้องการ เช่น สินค้าคอมพิวเตอร์ ฮาร์ดแวร์ เครื่อง PC Notebook Printer กล้องถ่ายรูป (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อ 500 -1,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา มีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้

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

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อ มากกว่า 1,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ชื่อเสียงของศูนย์เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป มีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรม คอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ และมีสินค้าอุปกรณ์ Accessories คอมฯ ไอที ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา ศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น และมีสินค้าอุปกรณ์เทคโนโลยีหลากหลายรูปแบบตรงกับความต้องการ เช่น สินค้าคอมพิวเตอร์ ฮาร์ดแวร์ เครื่อง PC Notebook Printer กล้องถ่ายรูป เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.93) และร้านหนังสือ ออฟฟิศไตร์ ออฟฟิศดีโปท์ (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ความพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุก ยอดซื้อ มีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับมาก

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

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อ 500 -1,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมาร้านค้าในศูนย์ฯมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตร เครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.79) และ ความสะดวก ในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อ มากกว่า 1,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือสินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.93) รองลงมา ความสะดวกในการตรวจราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ และร้านค้าใน ศูนย์ฯมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.73) และ สินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ มีป้ายบอก ราคาขายที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกยอดซื้อ มีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อต่ำกว่า 500 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 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 มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯ มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.05) และ ทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกในการเดินทาง เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน (ค่าเฉลี่ย 3.94)

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

ความพึงพอใจต่อบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ ยอดซื้อต่ำกว่า 500 บาท ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ ยอดซื้อ 500-1,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.49) มากกว่า 1,000 บาท
 ปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อต่ำกว่า 500 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือมีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในศูนย์ ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมา การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าในศูนย์ ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.65) และ การจัดรายการลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อ 500 -1,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในศูนย์ ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.66) รองลงมา การจัดรายการลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 3.61) และการจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ของร้านค้าในศูนย์ ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อ มากกว่า 1,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การโฆษณา ตามสื่อต่างๆ เช่น พันธุ์ทิพย์ไกดส์ ป้ายโฆษณา วิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.57) รองลงมา มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในศูนย์ ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.40) และการลดราคาสินค้าตามเทศกาลของร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ความพึงพอใจต่อบริการด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกยอดซื้อมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก 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 มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือพนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อ

ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.27,4.23) รองลงมาพนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.21, 4.18) และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.10, 4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อ มากกว่า 1,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือพนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมา พนักงานมีความพร้อมและเอาใจใส่ต่อลูกค้า ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.10) และพนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ความพึงพอใจ ต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 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 มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา ความกว้างขวางและความสะอาดของร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 4.04) และความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 4.03)

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

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อ มากกว่า 1,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา ความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.87) และ การตกแต่งพื้นที่อาคารและบรรยากาศภายในร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ความพึงพอใจปัจจัย ด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกยอดซื้อ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก 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 มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือพนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา การส่งมอบสินค้าถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.98) และร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อ 500 -1,000 มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือพนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา ร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และการส่งมอบสินค้าถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยอดซื้อ มากกว่า 1,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือพนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา ความถูกต้องแม่นยำในการคิด ค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.05) และการส่งมอบสินค้าตรงตามเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ ร้านอาหารในศูนย์อาหารฟู๊ดเซ็นเตอร์ ร้านหนังสือ ร้านแว่นตา ร้านเสริมสวย สปา โรงเรียน ร้อยละ 40.4 รองลงมา ชื่อเสียงของศูนย์ฯ ยังไม่เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป ร้อยละ 3.37 และร้านค้าตัวแทนจำหน่ายสินค้าในศูนย์ฯ ไม่มีชื่อเสียง ร้อยละ 23.1

ปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ไม่มีหลายระดับราคาให้เลือก ร้อยละ 42.9 รองลงมา ร้านอาหารในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่มีราคาแพง ร้อยละ 32.9 และค่าบริการซ่อมของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่แพงกว่าที่อื่น ร้อยละ 26.5

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ ศูนย์ฯ มีที่จอดรถไม่กว้างขวางไม่สะดวกสบายในการจอดรถ ร้อยละ 57.1 รองลงมา ศูนย์ฯ มีที่จอดรถไม่เพียงพอสำหรับบริการลูกค้า ร้อยละ 42.3 และไม่มีเว็บไซต์ให้ข้อมูลและแนะนำศูนย์ฯ ร้อยละ 26.2

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา วิทยุท้องถิ่น และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ร้อยละ 19.8 รองลงมา ไม่มีการจัดรายการลด แลก แจกแถม ร้อยละ 17.5 และ ไม่มีกิจกรรมพิเศษที่ดึงดูดใจภายในศูนย์ฯ เช่น การแจกของขวัญของรางวัลในช่วงเทศกาลต่างๆ ร้อยละ 17.0

ปัญหาด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ พนักงานไม่มีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ร้อยละ 27.3 รองลงมา พนักงานให้ข้อมูลร้านค้าภายในศูนย์ฯ ให้ข้อมูลไม่ชัดเจนและไม่ถูกต้อง ร้อยละ 17.0 และ พนักงานไม่มีความพร้อมและไม่เอาใจใส่ต่อลูกค้า ร้อยละ 9.5

ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา มากที่สุดคือ การติดตั้งตู้ ATM ภายในบริเวณศูนย์ฯ มีน้อย ร้อยละ 36.2 รองลงมา ป้ายชื่อศูนย์ฯ มีขนาดเล็ก มองเห็นไม่ชัดเจนในระยะไกล ร้อยละ 20.1 และ ไม่มีป้ายบอกชื่อศูนย์ฯ ติดอาคาร ที่เด่นชัด ร้อยละ 17.5

ปัญหาด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ บริการหลังการขายของร้านค้าในศูนย์ ฯ ไม่ดี ไม่มีความรับผิดชอบเมื่อมีปัญหา ร้อยละ 26.7 รองลงมา ร้านค้าภายในศูนย์ไม่มีการแนะนำความรู้สินค้าและบริการแก่ลูกค้า ร้อยละ 9.5 และ พนักงานให้บริการล่าช้า การส่งมอบสินค้าไม่ถูกต้อง ร้อยละ 9.2

อภิปรายผล

การศึกษา ความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ อภิปรายผลตามแนวคิดคุณภาพการบริการของ Philip Kotler (อ้างในศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ ด้านบุคลากร ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จรรยาเจียมหาทรัพย์ (2545) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของห้างคาร์ฟูร์ สาขา เชียงใหม่ ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ ด้านสถานที่ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กันฉัตร วัฒน (2550) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทเพาเวอร์ บาย จำกัด สาขาภาคสวนแก้ว จังหวัด เชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ ด้านกระบวนการในการให้บริการ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิลาส ปัญญาวงศ์ (2552) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการร้านหนังสือสุริวงษ์บุ๊กเซ็นเตอร์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ

ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวม มีค่าเฉลี่ย ในระดับมาก ปัจจัยย่อย มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ศูนย์ฯมีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของจรรยา เจียมหาทรัพย์ (2545) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ มีสินค้าหลากหลายประเภทที่ต้องการ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของกันฉัตร วัฒน (2550) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือคุณภาพของประเภทสินค้า

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ มีหลายระดับราคาให้เลือก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จรรยา เจียมหาทรัพย์ (2545) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ ราคาสินค้าตรงกับป้ายราคา และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กันณิกานต์ ธนะวัฒน์ (2550) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ บริการผ่อนชำระค่าสินค้า

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯ มีความเหมาะสม ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จรรยา เจียมหาทรัพย์ (2545) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ การจัดวางตำแหน่ง (แผนผัง) ของแผนกต่าง ๆ ภายในห้าง และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กันณิกานต์ ธนะวัฒน์ (2550) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ เวลาเปิด-ปิด

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในศูนย์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จรรยา เจียมหาทรัพย์ (2545) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ สินค้าที่ลงโฆษณา มีจำหน่ายจริงตามที่ระบุไว้ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กันณิกานต์ ธนะวัฒน์ (2550) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ มีบริการส่งสินค้าฟรี

ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวม มีค่าเฉลี่ย ในระดับมาก ปัจจัยย่อย มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กันณิกานต์ ธนะวัฒน์ (2550) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ พนักงานมีความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้า

ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผล

การศึกษาของ จรรยา เจริญหาทรัพย์ (2545) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของห้างคาร์ฟูร์ สาขาเชียงใหม่ ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ ความถูกต้องของการคิดเงินของพนักงานเก็บเงิน (แคชเชียร์) และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของกันณิกานต์ ธนะวัฒน์ (2550) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ

ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการ ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวม มีค่าเฉลี่ย ในระดับมาก ปัจจัยย่อย มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับ แรกคือ พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของกันณิกานต์ ธนะวัฒน์ (2550) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ มีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน

ข้อค้นพบ

การศึกษา ความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ มีข้อค้นพบดังนี้

1. ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเป็นเพศหญิงมากที่สุด มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จนถึง 30 ปี อาชีพเป็นนักศึกษา อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยไม่กำหนดวันที่แน่นอน ระยะเวลาที่ใช้บริการ 1-2 ชั่วโมง
2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในศูนย์พันธุ์ทิพย์พลาซ่าตัดสินใจด้วยตนเอง และเหตุผลที่เลือกมาใช้บริการเพราะราคาสินค้าที่เหมาะสม และมีสินค้าหลากหลายประเภท
3. ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้าน ศูนย์อาหารฟู้ดเซ็นเตอร์ ร้านแว่นตา ร้านเสื้อผ้าแฟชั่นสินค้าเบ็ดเตล็ดทั่วไป ร้านเสริมสวยสปา และโรงเรียนกวดวิชา และปัญหาที่ลูกค้าพบมากที่สุดคือ ร้านอาหารในศูนย์อาหารฟู้ดเซ็นเตอร์ ร้านหนังสือ ร้านแว่นตา ร้านเสริมสวยสปา มีไม่หลากหลาย และเมื่อจำแนกตามเพศพบว่าเพศชายมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ส่วนเพศหญิงมีความพึงพอใจในระดับมาก และจำแนกตามอาชีพพบว่าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ขณะที่กลุ่มอาชีพอื่นมีความพึงพอใจในระดับมาก และเมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า 20,001-30,000 บาท และมากกว่า 40,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง

4. ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้าน สินค้า ของร้านค้า ในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่มีราคาถูกกว่าที่อื่น ราคาค่าบริการซ่อม Upgrade ลงโปรแกรม แก๊ซ คุ้ข้อมูล ให้คำปรึกษา ของร้านค้าในศูนย์ถูกกว่าที่อื่น สำหรับปัญหาที่ลูกค้าพบมากที่สุดคือ สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ไม่มีหลายระดับราคาให้เลือก รองลงมา ร้านอาหารในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่มีราคาแพง และค่าบริการซ่อมของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่แพงกว่าที่อื่น เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่า อาชีพนักเรียนนักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจ และรับจ้างทั่วไป/ อาชีพอิสระ มีความพึงพอใจในระดับปานกลางเหมือนกัน

5. ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้าน ศูนย์ฯ มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบายและเพียงพอในการจอดรถ สำหรับปัญหาที่ลูกค้าพบมากที่สุดคือ ศูนย์ฯ มีที่จอดรถไม่กว้างขวางไม่สะดวกสบายในการจอดรถ รองลงมา ศูนย์ฯ มีที่จอดรถไม่เพียงพอสำหรับบริการลูกค้า และไม่มีเว็บไซต์ให้ข้อมูลและแนะนำศูนย์ฯ

6. ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้าน การโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น พันธุ์ทิพย์ไกด์ ป้ายโฆษณา วิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และเว็บไซต์ มี การประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารกิจกรรม การลดราคาสินค้าตามเทศกาลของร้านค้า และมีการจัดรายการส่งเสริมการตลาดสินค้าเฉพาะอย่าง สำหรับปัญหาที่ลูกค้าพบมากที่สุดคือ ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา วิทยุท้องถิ่น และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น รองลงมาไม่มีการจัดรายการลด แลก แจกแถม และไม่มีกิจกรรมพิเศษที่ดึงดูดใจภายในศูนย์ฯ เช่น การแจกของขวัญของรางวัลในช่วงเทศกาลต่างๆ และพบว่าเพศชาย อาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระรายได้ต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาท ความถี่ในการใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ และ ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน ยอดซื้อ 500-1,000 บาท และมากกว่า 1,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านนี้โดยรวมในระดับปานกลาง

7. ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงทุกอาชีพ และทุกระดับรายได้มีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก สำหรับปัญหาที่ลูกค้าพบมากที่สุดคือพนักงานไม่มีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า รองลงมา พนักงานให้ข้อมูลร้านค้าภายในศูนย์ฯ ให้ข้อมูลไม่ชัดเจนและไม่ถูกต้อง

8. ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจในระดับ ปานกลางด้านศูนย์ฯมีระบบสัญญาณแจ้งเตือนภัยไฟฉุกเฉิน Smoke Detector ระบบดับเพลิง ทาง หนีไฟ และมีบริการโทรศัพท์สาธารณะ สำหรับปัญหาที่ลูกค้าพบมากที่สุดคือ การติดตั้งตู้ ATM ภายในบริเวณศูนย์ฯ มีน้อย รองลงมา มีป้ายบอกชื่อศูนย์ฯ ดิดอาคาร ที่เด่นชัด เมื่อจำแนกตาม อาชีพ พบว่า พบว่าอาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รับจ้าง ทั่วไป / อาชีพอิสระ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 75 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดสูงสุด 10 อันดับ

ปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาด	ความพึงพอใจ	ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	อันดับ
พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อ ลูกค้า	4.24 (มาก)	บุคลากร	1
พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย	4.18 (มาก)	บุคลากร	2
ศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น	4.14 (มาก)	ผลิตภัณฑ์	3
พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว	4.09 (มาก)	กระบวนการ	4
ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็น ที่รู้จักของนักท่องเที่ยว	4.08 (มาก)	ช่องทางการจัดจำหน่าย	5
เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯมี ความเหมาะสม	4.08 (มาก)	ช่องทางการจัดจำหน่าย	6
มีสินค้าอุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรม คอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลาย ประเภทตรงกับความต้องการ	4.08 (มาก)	ผลิตภัณฑ์	6
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.08 (มาก)	บุคลากร	6
ความเป็นระเบียบของร้านขายสินค้าและบริการ	4.08 (มาก)	การสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	6
พนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอ	4.01 (มาก)	บุคลากร	7

ตารางที่ 75 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดสูงสุด 10 อันดับ

ปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาด	ความพึงพอใจ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	อันดับ
ชื่อเสียงของศูนย์ฯเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป	4.01 (มาก)	ผลิตภัณฑ์	7
พนักงานมีความพร้อมและเอาใจใส่ต่อลูกค้า	4.01 (มาก)	บุคลากร	7
ความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ	3.99 (มาก)	การสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	8
ร้านค้ามีบริการหลังการขายดี มีความรับผิดชอบ	3.99 (มาก)	กระบวนการ	8
การส่งมอบสินค้าถูกต้อง	3.99 (มาก)	กระบวนการ	8
การตกแต่งพื้นที่อาคารและบรรยากาศภายในร้านค้า	3.92 (มาก)	การสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	9
สถานที่ของศูนย์ฯมีความโอ้โถง กว้างขวาง	3.92 (มาก)	การสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	9
ทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกในการเดินทาง เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน	3.92 (มาก)	ช่องทางการจัดจำหน่าย	9
ความกว้างขวางและความสะอาดของร้านค้า	3.92 (มาก)	การสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	9
การส่งมอบสินค้าตรงตามเวลา	3.92 (มาก)	กระบวนการ	9
มีสินค้าอุปกรณ์เทคโนโลยีหลากหลายรูปแบบ ตรงกับความต้องการ เช่น สินค้าคอมพิวเตอร์ ฮาร์ดแวร์ เครื่อง PC Notebook Printer กล้องถ่ายรูป	3.92 (มาก)	ผลิตภัณฑ์	9
ความถูกต้องแม่นยำในการคิดค่าบริการ	3.92 (มาก)	กระบวนการ	9
มีสินค้าอุปกรณ์ Accessories คอมฯ ไอที ให้เลือกหลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ	3.91 (มาก)	ผลิตภัณฑ์	10

ความพึงพอใจ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้านเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจสูงสุดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ 10 อันดับได้แก่ พนักงานมีความ สุภาพเป็นมิตรและซื่อสัตย์ต่อ ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.24) พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.18) ศูนย์มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น SONY HP ACER TOSHIBA เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.14) พนักงานในการให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.09) ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่ง ท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เวลาเปิด-ปิดบริการ 10.00-22.00 น. ของศูนย์ฯ มีสินค้า อุปกรณ์เสริม เช่น Software โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่างๆ ให้เลือกหลากหลายประเภท ตรงกับความต้องการ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.08) พนักงาน ให้บริการลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอ ชื่อเสียงของศูนย์ฯ เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป พนักงานมี ความพร้อมและเอาใจใส่ต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.01) ความสะอาดของพื้นที่ภายในศูนย์ฯ ร้านค้ามี บริการหลังการขายดี มีความรับผิดชอบ การส่งมอบสินค้าถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.99) การตกแต่งพื้นที่ อาคารและบรรยากาศภายในร้านค้าสถานที่ของศูนย์ฯ มีความโอโถง กว้างขวาง ทำเลที่ตั้งไปมา สะดวกในการเดินทาง เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่านความกว้างขวางและความสะอาดของร้านค้า การส่งมอบสินค้าตรงตามเวลา มีสินค้าอุปกรณ์เทคโนโลยีหลากหลายรูปแบบตรงกับความ ต้องการ เช่น สินค้าคอมพิวเตอร์ ฮาร์ดแวร์ เครื่อง PC Notebook Printer กล้องถ่ายรูป ความถูกต้องแม่นยำ ในการคิดค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.92) มีสินค้าอุปกรณ์ Accessories คอมฯ ไอที ให้เลือกหลากหลาย ประเภทตรงกับความ ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ตารางที่ 76 แสดงค่าเฉลี่ยและความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดต่ำสุด 10 อันดับ

ปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาด	ความพึงพอใจ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	อันดับ
ร้านเสริมสวย สปา	2.55 (ปานกลาง)	ผลิตภัณฑ์	1
ร้านเสื้อผ้าแฟชั่น สินค้าเบ็ดเตล็ดทั่วไป	2.80 (ปานกลาง)	ผลิตภัณฑ์	2
โรงเรียนกวดวิชา	2.86 (ปานกลาง)	ผลิตภัณฑ์	3
ร้านแว่นตา	3.21 (ปานกลาง)	ผลิตภัณฑ์	4
ศูนย์อาหารฟู้ดเซ็นเตอร์	3.22 (ปานกลาง)	ผลิตภัณฑ์	5
ศูนย์ฯ มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบายและ เพียงพอในการจอดรถ	3.33 (ปานกลาง)	ช่องทางการจัดจำหน่าย	6
มีการประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารกิจกรรม	3.35 (ปานกลาง)	การส่งเสริมการตลาด	7
มีบริการโทรศัพท์สาธารณะ	3.36 (ปานกลาง)	การสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	8
ศูนย์ฯ มีระบบสัญญาณแจ้งเตือนภัยไฟฉุกเฉิน	3.43 (ปานกลาง)	การสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	9
ราคาค่าบริการซ่อมซ่อม Upgrade ลงโปรแกรม	3.43 (ปานกลาง)	ราคา	9
การลดราคาสินค้าตามเทศกาลของร้านค้า	3.44	การส่งเสริมการตลาด	10

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้านเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจต่ำสุดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ 10 อันดับ สุดท้ายได้แก่ ร้านเสริมสวย สปา (ค่าเฉลี่ย 2.55) ร้านเสื้อผ้าแฟชั่น (ค่าเฉลี่ย 2.80) สินค้าเบ็ดเตล็ดทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 2.86) ร้านแว่นตา (ค่าเฉลี่ย 3.21) ศูนย์อาหารฟู้ดเซ็นเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.22) ศูนย์ฯ มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบายและเพียงพอในการจอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.33) มีการประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 3.35) มีบริการโทรศัพท์สาธารณะ (ค่าเฉลี่ย 3.36) ศูนย์ฯ มีระบบสัญญาณแจ้งเตือนภัยไฟฉุกเฉิน ราคาค่าบริการซ่อมซ่อม Upgrade ลงโปรแกรม (ค่าเฉลี่ย 3.43) การลดราคาสินค้าตามเทศกาลของร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 3.44)

ตารางที่ 77 แสดงปัญหาปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่พบมากที่สุด 10 อันดับ

ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	อันดับ
ศูนย์ฯ มีที่จอดรถไม่กว้างขวางไม่สะดวกสบายในการจอดรถ	205	57.1	ช่องทางการจัดจำหน่าย	1
สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ไม่มีหลายระดับราคาให้เลือก	154	42.9	ราคา	2
ศูนย์ฯ มีที่จอดรถไม่เพียงพอสำหรับบริการลูกค้า	152	42.3	ช่องทางการจัดจำหน่าย	3
ร้านอาหารในศูนย์อาหารฟู้ดเซ็นเตอร์ ร้านหนังสือ ร้านแว่นตา ร้านเสริมสวย สปา โรงเรียน	145	40.4	ผลิตภัณฑ์	4
การติดตั้งตู้ ATM ภายในบริเวณศูนย์ฯ มีน้อย	130	36.2	การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	5
ชื่อเสียงของศูนย์ฯ ยังไม่เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป	121	33.7	ผลิตภัณฑ์	6
ร้านอาหารในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่มีราคาแพง	118	32.9	ราคา	7
พนักงานไม่มีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า	98	27.3	บุคลากร	8
บริการหลังการขายของร้านค้าในศูนย์ฯ ไม่ดี ไม่มีความรับผิดชอบเมื่อมีปัญหา	96	26.7	กระบวนการ	9
ค่าบริการซ่อมของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่แพงกว่าที่อื่น	95	26.5	ราคา	10

เมื่อพิจารณาปัญหา ความพึงพอใจ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด พบว่าผู้ตอบ

แบบสอบถามพบปัญหา 10 อันดับแรก ได้แก่ ศูนย์ฯ มีที่จอดรถไม่กว้างขวางไม่สะดวกสบายในการจอดรถ จำนวน 205 ราย สินค้าของร้านค้าในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ไม่มีหลายระดับราคาให้เลือก จำนวน 154 ราย ศูนย์ฯ มีที่จอดรถไม่เพียงพอสำหรับบริการลูกค้า จำนวน 152 ราย ร้านอาหารในศูนย์อาหารฟู้ดเซ็นเตอร์ ร้านหนังสือ ร้านแว่นตา ร้านเสริมสวย สปา โรงเรียน จำนวน 145 ราย การติดตั้งตู้ ATM ภายในบริเวณศูนย์ฯ มีน้อย จำนวน 130 ราย ชื่อเสียงของศูนย์ฯ ยังไม่เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป จำนวน 121 ราย ร้านอาหารในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่มีราคาแพง จำนวน 118 ราย พนักงานไม่มีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า จำนวน 98 ราย บริการหลังการขายของร้านค้าในศูนย์ฯ ไม่ดี ไม่มีความรับผิดชอบเมื่อมีปัญหา จำนวน 96 ราย จำนวน 95 ราย

ข้อเสนอแนะ

การศึกษา ความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการศึกษาเพื่อปรับปรุงการให้บริการดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

ศูนย์พันธุ์ทิพย์พลาซ่า ควรดำเนินการดังนี้

1. จัดหาสินค้าและบริการด้านคอมพิวเตอร์และสินค้าไอทีแบรนด์เนมที่เป็นศูนย์จำหน่ายและบริการเข้ามาเปิดเพิ่มเติมมากขึ้นเช่น LENOVO DELL CANNON APPLE SAMSUNG LG และอื่นๆให้เกิดความหลากหลาย ดึงดูดความน่าสนใจในการเข้ามาใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น ตอกย้ำความเป็นผู้นำตลาดสินค้าเฉพาะทางได้ดียิ่งขึ้น
2. แนะนำให้ร้านค้าภายในศูนย์ฯ จำหน่ายสินค้ากลุ่มอุปกรณ์ Accessories ให้มีความหลากหลาย เน้นสินค้าที่ลูกค้านิยมมีความทันสมัยตรงกับความต้องการ มีความจำเป็นและควมดีในการใช้งาน เช่น อุปกรณ์ สายต่อพ่วงสัญญาณ ลำโพง เครื่องเสียง หูฟัง แจ็ค ปลั๊กไฟ แฟลชไดรว์ เมมส์ และอื่นๆ ซึ่งจะสามารถสร้างรายได้เพิ่มให้ร้านค้าได้ดียิ่งขึ้น
3. จัดหาสินค้าและบริการกลุ่มอื่นๆเพิ่มเติมเช่น กลุ่มอาหาร เครื่องดื่ม แบรินด์เนมเช่น อินเตอร์ฟู๊ด เคเอฟซี แม็คโดนัลด์ พิชซาฮัท สเวนเซน ไอศกรีมแดรี่ควีน ร้านกาแฟเครื่องดื่ม สตาร์บัคส์ แบล็คแคนยอนหรือร้านสุกี้เอ็ม เค เข้ามาเปิดให้บริการเพื่อเป็นแรงดึงดูดให้ลูกค้าสนใจเข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น
4. จัดหาสินค้าและร้านบริการกลุ่ม เสริมสวย สปา ร้านเสื้อผ้าแฟชั่น ร้านสินค้าเบ็ดเตล็ดทั่วไป โรงเรียนกวดวิชา และร้านแว่นตา ให้มีจำนวนที่หลากหลายขึ้น

ด้านราคา

1. จัดทำอर्डประชาสัมพันธ์ราคาและจุดเปรียบเทียบราคาสินค้า(Pricing Index) แสดงให้ลูกค้าได้รับทราบถึงราคากลางในตลาด และราคาของร้านค้าต่าง ๆ ในศูนย์ฯ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ในด้านราคาว่าราคาสินค้าของร้านค้าในศูนย์ฯ ไม่แพงกว่าที่อื่นๆ
2. ขอความร่วมมือร้านค้าในศูนย์ฯ ดัดป้ายบอกราคาสินค้าให้ชัดเจน ทำป้ายที่เน้นด้านราคา เช่น Sale, Save, Big saving เป็นต้น
3. ขอความร่วมมือจากร้านค้าในการจำหน่ายสินค้าในราคายุติธรรมไม่เอากำไรเกินควร ให้ร้านค้ามีการตรวจสอบราคา จากร้านค้าของศูนย์การค้าคู่แข่ง และแหล่งการค้าอื่นๆอยู่เสมอ

4. ขอความร่วมมือจากร้านค้าในศูนย์ในการจำหน่ายสินค้าให้มีหลายระดับราคาให้ลูกค้าได้เลือก
5. ขอความร่วมมือจากร้านจำหน่ายอาหารในศูนย์ฯ ในการจำหน่ายอาหารในราคาที่ ไม่แพงจนเกินไป
6. ขอความร่วมมือร้านให้บริการซ่อมในศูนย์ฯ ไม่ควรคิดราคาค่าบริการแพงกว่าที่อื่น โดยพิจารณาราคาให้เหมาะสม สมเหตุสมผล โดยเฉพาะราคาค่าบริการซ่อม Up garde ลงโปรแกรม ต่างๆ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1. ศูนย์ฯ ควร พิจารณาอำนวยความสะดวกในการจอดรถของลูกค้า จัดพื้นที่จอดรถ ภายในอาคารของศูนย์ฯ สำหรับใช้เป็นที่จอดรถของลูกค้า โดยพิจารณา เช่าพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อจัดเป็น สถานที่จอดรถสำหรับผู้ประกอบการและพนักงานนำรถไปจอด โดยขอความร่วมมือให้ ผู้ประกอบการและพนักงานนำรถไปจอดในสถานที่ที่เช่าไว้สำหรับให้จอดรถ เพื่อใช้สถานที่จอดรถในอาคารให้เพียงพอสำหรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ
2. ประสานงานขอใช้ลานจอดรถของบริษัทในเครือหรือในกลุ่มพันธมิตรฯ เชียงใหม่ เพื่อให้บริการลูกค้า เช่น โรงแรมอิมพีเรียลแม่ปิง ศูนย์หนังสือสุริวงค์บุ๊คส์ เซ็นเตอร์ ตลาดอนุสาร ศูนย์การค้า เดอะ พลาซ่า เชียงใหม่ โดยจัดให้มีรถขนส่งไฟฟ้า ไว้บริการรับส่งไปตาม ลานจอดรถ ต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า
3. ควรจัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ป้ายปิดประกาศการให้บริการเพิ่มที่จอดรถไปยังสถานที่จอดรถ ของบริษัทในกลุ่มพันธมิตรฯ ให้ลูกค้าได้รับทราบ และรับรู้อย่างต่อเนื่องในการ จัดให้มีรถไฟฟ้าบริการรับส่งอำนวยความสะดวกจากศูนย์ฯ ไปที่จอดรถและที่จอดรถจุดต่างๆ ไปส่งยังศูนย์ฯ พันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่
4. นอกจากนั้นศูนย์ฯ ควรพิจารณาการลงทุนสร้างอาคารลานจอดรถ ของโครงการ เพื่ออำนวยความสะดวกต่อลูกค้าผู้มาใช้บริการรวมทั้งรถยนต์ของพนักงาน ร้านค้าผู้ประกอบการ ในศูนย์ฯ เพื่อรองรับการขยายตัวของตลาด เพิ่มศักยภาพและความพร้อมในการแข่งขันในอนาคต

ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายแคมเปญใหญ่เพื่อสร้างแรงดึงดูดความน่าสนใจในการเข้ามาใช้บริการเช่นการจัดชิงโชค ถู๋รับรางวัล รถยนต์ หรือถู๋รับทองคำและหรืออื่นๆ เพื่อ

สร้างและกระตุ้นบรรยากาศการซื้อขายสินค้า ระหว่างลูกค้ากับร้านค้าในศูนย์ฯ ให้เคลื่อนไหวมากขึ้น

2. ควรมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ของศูนย์ฯ เช่น ข่าวสารการจัดกิจกรรม การลดราคาสินค้าตามเทศกาลของร้านค้าภายในศูนย์ฯ

ด้านบุคลากร

1. ศูนย์ฯ ควรแจ้งให้พนักงานทั้งของศูนย์ฯ และของร้านค้าภายในศูนย์ฯ ให้สอบถามถึงความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการทุกครั้ง เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า

2. ศูนย์ฯ ควรจัดให้มีกิจกรรมการฝึกอบรม(Training) ร่วมกันระหว่างพนักงานร้านค้าของผู้ประกอบการในศูนย์ฯ และพนักงานของศูนย์ฯ ในด้านการขายและบริการลูกค้าอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง โดยขอความร่วมมือและประสานงานกับร้านค้าผู้ประกอบการในการส่งตัวแทนพนักงานเข้าร่วมรับการฝึกอบรมร่วมกัน สร้างความสัมพันธ์ในการทำงานร่วมกัน เพิ่มทักษะและยกระดับคุณภาพในด้านการให้บริการที่ดีต่อลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

3. ศูนย์ฯ ควรจัดให้มีการมอบรางวัลหรือเกียรติบัตรยกย่องชมเชยให้แก่พนักงานร้านค้าภายในศูนย์ฯ ที่มีการให้บริการลูกค้าที่ดี โดยอาจจัดให้มีการประเมินผลคัดเลือกจากข้อคิดเห็นของลูกค้า ผู้มาใช้บริการและหรือจากคณะกรรมการสอดส่องดูแลการให้บริการลูกค้าในการติดตามประเมินผล เพื่อสร้างมาตรฐานและเป็นแบบอย่างที่ดีในการให้บริการลูกค้าเกิดความประทับใจ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

1. ศูนย์ฯ ควรเพิ่มบริการโทรศัพท์สาธารณะภายในศูนย์ฯ ให้มากขึ้น
2. ควรเพิ่มระบบสัญญาณแจ้งเตือนภัยไฟฉุกเฉินให้มากขึ้น มีป้ายบอกทางหนีไฟให้ลูกค้าได้มองเห็นชัดเจน
3. ควรเพิ่มจุดบริการตู้กดเงินสด ATM ให้มากขึ้น และเพิ่มตู้ ATM ของธนาคารที่ยังไม่มีเปิดให้บริการ เพื่อให้เกิดความสะดวก ตรงกับความต้องการใช้ของลูกค้า

นอกจากนั้น ควรจัดเพิ่มเก้าอี้ ม้านั่งให้ลูกค้าได้นั่งพักผ่อน ขณะรอซื้อสินค้า หรือรอนัดพบให้เกิดความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น และ ควรจัดทำป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ ภายในศูนย์ฯ ป้ายบอกทางสถานที่เพิ่มมากขึ้น ให้มองเห็นเด่นชัด เพิ่มความสะดวกในการใช้บริการของลูกค้า

ด้านกระบวนการ

1. ศูนย์ฯ ควรแจ้งถึงปัญหาที่ลูกค้าพบในเรื่องของบริการหลังการขายของร้านค้าในศูนย์ฯ ให้ร้านค้าทราบและปรับปรุงแก้ไขในกรณีที่ลูกค้ามาใช้บริการแล้วเกิดปัญหา โดยให้ร้านค้ารับผิดชอบต่อกู้ค้าเมื่อลูกค้ามาใช้บริการแล้วเกิดปัญหา

2. ศูนย์ฯ ควรประสานงานแนะนำร้านค้าในการให้ความสำคัญในการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า เพิ่มโอกาสในการขายสินค้าได้มากขึ้น โดยเป็นตัวกลางในการติดต่อและประสานกับทางธนาคารในการจัดตั้งจุดรับรูบัตรเครดิตกลางหรือเปิดให้บริการจุดรับบัตรเครดิตเพิ่มให้กับร้านค้าที่ยังไม่มีจุดรับรูบัตรเครดิต ได้มีโอกาสเปิดให้บริการ เพื่อสนับสนุนให้กลุ่มร้านค้ารายเล็กสามารถรับชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิตซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความสะดวกในการใช้บริการ ในศูนย์ฯ มากยิ่งขึ้น