

**ความพึงพอใจของผู้เช่าอาคารสำนักงานต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ  
โครงการซี.พี.ซิตี เซ็นเตอร์ ขอนแก่น  
TENANT SATISFACTION OFFICE BUILDING TOWARDS  
ON SERVICES MARKETING MIXED C.P.CITY CENTER KHON KAEN**

วิรัชพัชร ตะภา<sup>1</sup>  
จิตติวรรณ ศรีเจริญ<sup>2</sup>

**บทคัดย่อ**

การศึกษานี้ศึกษาความพึงพอใจและความสำคัญของผู้เช่าอาคารสำนักงานต่อส่วนประสมการตลาดบริการ โดยใช้แบบสอบถามสำรวจกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้จัดการและฝ่ายงานของแต่ละบริษัทที่มีส่วนในการตัดสินใจเช่าพื้นที่ จำนวนทั้งหมด 108 ตัวอย่าง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใหญ่ประกอบธุรกิจประเภทบริการด้านการเงิน/สินเชื่อ ลักษณะของกิจการได้แก่ บริษัทจำกัด (มหาชน) มีระยะเวลาที่เริ่มเช่าจนถึงปัจจุบันตั้งแต่ 6-10 ปี ตำแหน่งที่เช่า คือ อาคารพาณิชย์เฟส 1

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือโครงการมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ด้านราคา คือ ระยะสัญญาเช่ากำหนดอย่างน้อย 3 ปี ด้านสถานที่ คือโครงการอยู่บนทำเลที่เหมาะสมในการทำธุรกิจ ด้านส่งเสริมการตลาด คือ มีโปรโมชั่นฟรีค่าเช่าเดือนแรก ด้านบุคลากร คือ บุคลากรมีความรู้ความสามารถแก้ปัญหาได้ถูกต้อง ด้านลักษณะกายภาพ การจัดการความปลอดภัยในอาคาร ด้านกระบวนการบริการ คือ มีความสะดวกติดต่อเจ้าหน้าที่โครงการได้ตลอดเวลาที่มีปัญหา

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือพื้นที่โครงการมีขนาดกว้างขวาง ด้านราคา คือ ค่าเช่าเหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง ด้านสถานที่ คือโครงการอยู่บนทำเลที่เหมาะสมในการทำธุรกิจ ด้านส่งเสริมการตลาด คือ มีส่วนลดเมื่อมีการต่อสัญญา ด้านบุคลากร คือ บุคลากรให้บริการอย่างเท่าเทียม ด้านลักษณะกายภาพ รูปลักษณะอาคารตกแต่งทันสมัย ด้านกระบวนการบริการ คือ มีความสะดวกติดต่อเจ้าหน้าที่โครงการได้ตลอดเวลาที่มีปัญหา

**คำสำคัญ :** การตัดสินใจเช่าพื้นที่ โครงการซี.พี.ซิตี เซ็นเตอร์ ขอนแก่น

**Abstract**

The Objectives of this study The satisfaction and priority of the tenant of C.P. City Center Khon kaen toward on service marketing mix. The research will be conduct by handling out survey questionnaires to the target audience which is the manager and staff of each company that has rent a space within C.P. City Center Khon Kaen with the total of 108 samples. The results from the research concluded that most of the respondent of the survey whom work within the loan and institution segment. The major characteristic of these businesses is that they are a public company with a lease for up to 6-10 years in which most of the location rented is located at phase 1 commerce building zone.

The results stated that the respondent have are very satisfied toward on service marketing mix. The product is created fame and brand equity for themselves,The price is contract stated that the leasing period must be at least 3 years and ,the place is in the right location to conduct business. The tenants are exempt from the first rental bill, therefore promoting the market with promotions. People are trained to be knowledgeable and able to cope with problems in the right way, Physically the project promotes safety within the building area. While for services it is convenient to contact the staff of the project at all-time should problem arise.

The results stated that respondents gave the highest priority toward on service marketing mix. the product is project area is spacious, the price is reasonable rents on location, place is enjoys the right to do business. promotion is a discount when renewing, people is personnel carriers equally, Physical Characteristics The building looks modern, While for services it is convenient to contact the staff of the project at all-time should problem arise.

**Keywords :** The decision to lease space , C.P. City Center Khon kaen

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

<sup>2</sup> รองศาสตราจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขต ศรีราชา

## 1. บทนำ

เศรษฐกิจจังหวัดขอนแก่นในช่วงปี 2557 มีการเติบโตขยายตัวจากปีที่ผ่านมา ในอัตราร้อยละ 2.3 ต่อปี และแนวโน้มในปี 2558 จะมีการขยายตัวในอัตราร้อยละ 5.0 ต่อปี เนื่องจากจังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางของการศึกษา การแพทย์ การอบรม และการสัมมนา ส่งผลให้ประชาชนมีกำลังซื้อเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งโลจิสติกส์ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ประกอบการมีแนวโน้มขยายธุรกิจและการลงทุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (AEC) โดยธุรกิจที่มีการเติบโตของรายได้และกำไรสูงสุดในจังหวัดขอนแก่น ได้แก่ ธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจด้านการก่อสร้างบ้านจัดสรร คอนโดมิเนียม และอาคารทั่วไป ธุรกิจขายส่งและปลีกวัสดุก่อสร้าง เครื่องจักรและเครื่องใช้อื่นๆ เป็นต้น [1]

โครงการซี.พี.ซีดี เซ็นเตอร์ ขอนแก่น บริหารงานโดยบริษัท ซี.พี.แลนด์ จำกัด (มหาชน) ได้เปิดให้บริการเมื่อปี พ.ศ.2540 ประกอบธุรกิจให้เช่าอาคารสำนักงานและอาคารพาณิชย์ ซึ่งภายในโครงการประกอบด้วย อาคารสำนักงาน อาคารพาณิชย์ และห้างเทสโก้โลตัส โดยบริษัทฯ ได้วางเป้าหมายที่จะเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในจังหวัดขอนแก่นและพยายามรักษาส่วนแบ่งการตลาดเดิม แต่ปัจจุบันการลงทุนด้านธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในรูปแบบเดียวกันนี้ มีการขยายตัวที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้โครงการซี.พี.ซีดี เซ็นเตอร์ ขอนแก่น ประสบปัญหาที่ผู้เช่ารายเดิมเริ่มมีการยกเลิกสัญญาเช่าและย้ายที่ตั้งสำนักงานไปที่ใหม่ [2]

แม้ว่าเศรษฐกิจจะมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้น และมีผู้สนใจเช่าอาคารสำนักงานของโครงการอย่างต่อเนื่อง แต่ขณะเดียวกันการแข่งขันในธุรกิจอาคารสำนักงานให้เช่าภายในจังหวัดขอนแก่นก็สูงตามไปด้วย ลูกค้านั้นจึงมีทางเลือกที่หลากหลายเพิ่มขึ้น ส่งผลให้อัตราการหมุนเวียนของผู้เช่าก็มีอย่างต่อเนื่องเช่นกัน รวมทั้งจากรวบรวมข้อคิดเห็นและร้องเรียนจากลูกค้าของโครงการฯ พบว่า ลูกค้ามีความต้องการให้ทางโครงการฯ ปรับปรุงด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่โครงการฯ ในการตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว เป็นต้น ซึ่งทางบริษัท ซี.พี.แลนด์ จำกัด (มหาชน) ได้ตระหนักถึงการให้บริการแก่ลูกค้าผู้เช่าอาคารสำนักงาน และพยายามแก้ไขปัญหาเพื่อเพิ่มความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้ามากขึ้น ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้เช่าอาคารสำนักงานต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโครงการซี.พี.ซีดี เซ็นเตอร์ ขอนแก่น เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการเช่าพื้นที่แก่ลูกค้าและลดอัตราการย้ายออกไปเช่าสำนักงานที่ใหม่ รวมถึงพัฒนามาตรฐานการให้บริการของโครงการฯ ให้เกิดความพึงพอใจและดำเนินธุรกิจบนพื้นที่เช่าของโครงการฯ ในระยะยาว ควบคู่กับการยกระดับความพึงพอใจของลูกค้าให้มากที่สุด และจัดระบบบริหารอาคารสำนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## 2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เช่าอาคารสำนักงานต่อส่วนประสมการตลาดบริการ โครงการซี.พี.ซีดี เซ็นเตอร์ ขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของผู้เช่าอาคารสำนักงานต่อส่วนประสมการตลาดบริการ โครงการซี.พี.ซีดี เซ็นเตอร์ ขอนแก่น

## 3. วิธีดำเนินงาน

ในการศึกษาความพึงพอใจของผู้เช่าอาคารสำนักงานต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของโครงการซี.พี.ซีดี เซ็นเตอร์ ขอนแก่น ประชากรในการศึกษาวิจัย คือ ผู้จัดการและฝ่ายงานของแต่ละบริษัท ที่มีส่วนในการ

ตัดสินใจเข้าพื้นที่ที่เข้าพื้นที่ภายในโครงการซี.พี.ซีดี เซ็นเตอร์ ขอนแก่น จำนวน 108 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลวัดระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้เข้าพื้นที่ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ นำแบบสอบถามที่ได้รับหาคำนวณค่าเชื่อถือ (Reliability) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach Alpha Coefficient) ให้ได้ค่าความเชื่อมั่นไม่ต่ำกว่า 0.70 นำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยแบ่งแยกการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ทำการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลโดยใช้ตารางแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 ระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้เข้าพื้นที่ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโครงการซี.พี.ซีดี เซ็นเตอร์ ขอนแก่น ใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ วิเคราะห์ด้วยการหาค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวัดระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจและแปลความหมาย โดยมีการกำหนดเกณฑ์ระดับคะแนนและความสำคัญ ดังนี้ ระดับคะแนน 5 หมายถึง มีความสำคัญและความพึงพอใจมากที่สุด ระดับคะแนน 4 หมายถึง มีความสำคัญและความพึงพอใจมาก ระดับคะแนน 3 หมายถึง มีความสำคัญและความพึงพอใจปานกลาง ระดับคะแนน 2 หมายถึง มีความสำคัญและความพึงพอใจน้อย ระดับคะแนน 1 หมายถึง มีความสำคัญและความพึงพอใจน้อยที่สุด

ส่วนการกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อแปลผลซึ่งแบ่งระดับเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง มีความสำคัญและความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง มีความสำคัญและความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง มีความสำคัญและความพึงพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง มีความสำคัญและความพึงพอใจน้อย ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง มีความสำคัญและความพึงพอใจน้อยที่สุด[3]

การวิเคราะห์ระดับความสำคัญและความพึงพอใจด้วยเทคนิค IPA (Importance-Performance Analysis: IPA) [4] โดยการนำค่าระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจมาเปรียบเทียบกับในแต่ละคุณสมบัติที่ตกอยู่ใน Quadrants ใดๆ จะสามารถอธิบายได้ 4 ลักษณะดังนี้ Quadrant A (Concentrate Here) คือ คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อลูกค้าและไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ Quadrant B (Keep Up The Good Work) คือ คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อลูกค้าและได้รับการตอบสนองเป็นอย่างดี Quadrant C (Low Priority) คือ สินค้าหรือบริการมีคุณภาพต่ำในลักษณะที่ไม่มีความสำคัญต่อลูกค้ามากนัก Quadrant D (Possible Over Skill) คือ สินค้าหรือบริการที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญเกินจำเป็นในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญไม่มากนัก สามารถวิเคราะห์ได้ ดังรายละเอียดในตารางที่ 1

#### 4. ผลการศึกษา

พบว่า ผู้ตอบแบบส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจประเภทบริการด้านการเงิน/สินเชื่อ ลักษณะของกิจการส่วนใหญ่ ได้แก่ บริษัทจำกัด (มหาชน) มีระยะเวลาที่เริ่มเข้าจนถึงปัจจุบันส่วนใหญ่ตั้งแต่ 6-10 ปี ตำแหน่งที่เข้าส่วนใหญ่คือ อาคารพาณิชย์เฟส 1

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อบริการย่อยส่วนประสมการตลาดรายด้าน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ พื้นที่โครงการมีขนาดใหญ่ กว้างขวางไม่แออัด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ด้านราคา คือ ค่าเช่าเหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ด้านสถานที่ คือ โครงการอยู่บนทำเลที่เหมาะสมในการทำธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ด้านส่งเสริมการตลาด คือ มีส่วนลดเมื่อมีการต่อสัญญาระยะยาว หรือขยายพื้นที่เช่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ด้านบุคลากร คือ บุคลากรของโครงการ ให้บริการอย่างเท่าเทียม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ด้านลักษณะกายภาพ คือ มีรูปลักษณ์อาคารสำนักงานมีการตกแต่งสวยงามทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และด้านกระบวนการบริการคือ การติดต่อ

บุคลากรโครงการ มีความสะดวกเข้าถึงง่ายสามารถติดต่อเจ้าหน้าที่โครงการได้ตลอดเวลาที่มีปัญหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดรายด้านดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ โครงการมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ด้านราคา คือ ระยะเวลาสัญญาเช่ากำหนดอย่างน้อย 3 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ด้านสถานที่ คือ โครงการอยู่บนทำเลที่เหมาะสมในการทำธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ด้านส่งเสริมการตลาด คือ มีโปรโมชั่นฟรีค่าเช่าเดือนแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 ด้านบุคลากร คือ บุคลากรมีความรู้ความสามารถแก้ปัญหาได้ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ด้านลักษณะทางกายภาพ คือ การจัดการความปลอดภัยในอาคาร เช่น การซ่อมอพยพ การป้องกันอัคคีภัยและลิฟต์ค้าง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ด้านลักษณะกายภาพ การจัดการความปลอดภัยในอาคาร ด้านกระบวนการบริการ คือ มีความสะดวกติดต่อเจ้าหน้าที่โครงการได้ตลอดเวลาที่มีปัญหา มีค่าเฉลี่ย 3.69

การเปรียบเทียบระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้เช่า ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ประเด็นส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant A คือ โครงการมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี โครงการมีห้องน้ำให้บริการอย่างเพียงพอ ความสะอาดห้องน้ำ มีเครื่องใช้ไฟฟ้าและโทรศัพท์บริการอย่างเพียงพอ และการจัดจรรยาภายในพื้นที่โครงการ และมีประเด็นที่อยู่ใน Quadrant B คือ พื้นที่โครงการมีขนาดใหญ่ กว้างขวางไม่แออัด และโครงการมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ด้านราคาทุกประเด็นอยู่ใน Quadrant A คือ ค่าเช่าเหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง ระยะเวลาสัญญาเช่ากำหนดอย่างน้อย 3 ปี อัตราค่าเช่ามีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับรายได้ของกิจการ ค่าบริการภายในเหมาะสม ด้านสถานที่ ส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant A คือ มีระบบขนส่งมวลชนภายนอกผ่านโครงการหลายสาย พื้นที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ มีจุดรับ-ส่งสินค้าที่เพียงพอ และมีประเด็นที่อยู่ใน Quadrant B คือ โครงการอยู่บนทำเลที่เหมาะสมในการทำธุรกิจ และการเดินทางมาโครงการเข้า-ออก ได้สะดวกสบาย ด้านส่งเสริมการตลาด ทุกประเด็นอยู่ใน Quadrant A คือ มีส่วนลดเมื่อมีการต่อสัญญาระยะยาว หรือขยายพื้นที่เช่า มีการติดป้ายโฆษณาครอบคลุมตามสถานที่ต่างๆ มีระบบประชาสัมพันธ์ข่าวสารภายในอาคารที่ดีจากสื่อต่างๆ และมีโปรโมชั่นฟรีค่าเช่าเดือนแรก ด้านบุคลากร ส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant A คือ บุคลากรมีความสุภาพ เป็นมิตรและเอาใจใส่ในการบริการด้วยความเต็มใจ บุคลากรตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว บุคลากรของโครงการ มีความซื่อสัตย์ เชื่อถือได้ บุคลากรของโครงการให้บริการอย่างเท่าเทียม และมีประเด็นที่อยู่ใน Quadrant B คือ บุคลากรมีความรู้ ความสามารถแก้ปัญหาได้ถูกต้อง ด้านลักษณะกายภาพส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant A คือ มีรูปลักษณ์อาคารสำนักงานมีการตกแต่งสวยงามทันสมัย โครงการมีสภาพอาคารสะอาด ไม่ทรุดโทรม โครงการมีพื้นที่พักผ่อนหรือจุดนัดพบ โครงการมีป้ายชื่อขนาดใหญ่เห็นได้ชัดเจน ในระยะไกล ภายในอาคารมีระบบปรับอากาศส่วนกลางกระจายสม่ำเสมอ ภายในอาคารไม่มีสิ่งทำลายบรรยากาศ เช่น กลิ่น ฝุ่น คิว ความชื้น และมีประเด็นที่อยู่ใน Quadrant B คือ การจัดการความปลอดภัยในอาคาร เช่น การซ่อมอพยพ การป้องกันอัคคีภัยและลิฟต์ค้าง ด้านกระบวนการบริการ ส่วนที่อยู่ใน Quadrant A คือ มีขั้นตอนการซ่อมหรือแก้ปัญหาที่รวดเร็ว การวางบิลให้ผู้เช่ามีความถูกต้องตามกำหนด มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ และมีประเด็นที่อยู่ใน Quadrant B คือ การติดต่อบุคลากรโครงการ มีความสะดวกเข้าถึงง่าย สามารถติดต่อเจ้าหน้าที่โครงการได้ตลอดเวลาที่มีปัญหา มีการแจ้งเตือนวันหมดสัญญาและการต่อสัญญา มีการรับเงินและออกไปเสร็จที่ถูกต้องและรวดเร็ว และขั้นตอนและระยะเวลาในการทำสัญญาเช่าสะดวกไม่ซับซ้อน

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้เช่าต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ตามสมมติฐาน ดังนี้

จำแนกตามประเภทของธุรกิจ พบว่า ประเภทธุรกิจที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นของความพึงพอใจแตกต่างกัน

ต่างกันอย่างน้อยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะกายภาพ และด้านกระบวนการบริการ

จำแนกตามลักษณะของกิจการ พบว่า พบว่า ประเภทธุรกิจที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นของความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างน้อยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จำแนกตามระยะเวลาที่เริ่มเช่าจนถึงปัจจุบัน พบว่า ระยะเวลาเช่าจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นของความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างน้อยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จำแนกตามตำแหน่งที่เช่า พบว่า ตำแหน่งที่เช่าที่ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นของความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างน้อยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ด้านราคา และด้านกระบวนการบริการ

## 5. อภิปรายผลและสรุป

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้เช่าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โครงการซี.พี.เซ็นเตอร์ขอนแก่น ผู้ศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะประเด็นเรื่องของจำนวนห้องน้ำและความสะอาดของห้องน้ำ ที่มีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่ำที่สุดในกลุ่ม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ปัจจุบันพนักงานของบริษัทผู้เช่ามีจำนวนมาก และการเข้าห้องน้ำเป็นกลุ่มในเวลาเดียวกัน ทำให้บางชั้นมีจำนวนห้องน้ำที่ไม่เพียงพอ และจากสุขภัณฑ์ห้องน้ำเริ่มมีสภาพเก่าตามกาลเวลา รวมถึงการจัดแม่บ้านเข้าทำความสะอาดห้องน้ำแบบขัดพื้นและลงน้ำยาฆ่าเชื้อ เพียง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ อาจทำให้ห้องน้ำไม่สะอาดอยู่เสมอ ด้านราคา พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะประเด็นเรื่อง อัตราค่าเช่ามีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับรายได้ของกิจการและค่าบริการภายในเหมาะสม ที่มีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่ำที่สุดในกลุ่ม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ โครงการฯ มีการกำหนดอัตราค่าเช่าและค่าบริการภายใน ตามเขตพื้นที่ตั้งและคู่แข่งทางธุรกิจในพื้นที่ใกล้เคียง ซึ่งอาจเป็นอัตราค่าเช่าและค่าบริการภายในที่สูงเมื่อเทียบกับผลประกอบการของบริษัทผู้เช่าที่ได้รับจากการตั้งกิจการที่โครงการฯ ด้านสถานที่ พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะประเด็นเรื่อง พื้นที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ มีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่ำที่สุดในกลุ่ม ทั้งนี้อาจทั้งนี้อาจเป็นเพราะภายในโครงการเป็นที่ตั้งของห้างเทสโก้ โลตัส จึงมีคนเข้า - ออกจำนวนมากในระหว่างวัน และทางโครงการฯ ยังไม่ได้มีการแบ่งส่วนของพื้นที่จอดรถให้กับบริษัทผู้เช่าอย่างชัดเจน และเหมาะสมเท่าที่ควร ซึ่งอาจทำให้พนักงานของบริษัทผู้เช่ารู้สึกว่าการจอดรถยังไม่เพียงพอ ด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจจุบันทางโครงการฯ ยังไม่ได้วางแผนส่งเสริมการตลาดชนิดใหม่ๆ เพิ่มเติมจากเดิม ผู้เช่าจึงมีความรู้สึกไม่กระตือรือร้นด้านบุคลากร พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะประเด็นเรื่องบุคลากรตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดในกลุ่ม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบุคลากรของโครงการฯ มีอยู่หลายฝ่าย การดำเนินการแก้ไขปัญหา จึงมีการส่งต่องานให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับปัญหานั้นๆ ส่งผลให้เกิดความล่าช้าในการแก้ปัญหาให้กับผู้เช่าในปัญหาต่างๆ ด้านลักษณะกายภาพ พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะประเด็นเรื่อง โครงการมีพื้นที่พักผ่อนหรือจุดนัดพบ ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดในกลุ่ม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานของบริษัทผู้เช่ามีจำนวนมาก แต่ทางโครงการฯ มีพื้นที่ค่อนข้างจำกัดในการจัดห้องโถง และร้านกาแฟ สำหรับพักผ่อนหรือนัดพบลูกค้า จึงไม่สามารถรองรับผู้ใช้บริการจำนวนมากได้ในเวลาเดียวกัน ด้านกระบวนการบริการ พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก แต่มีประเด็นเรื่อง การแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยที่ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดในกลุ่ม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้ายังมีน้อย และไม่ทั่วถึง ยังไม่มีระบบที่เป็นอัตโนมัติที่จะคอยส่งเข้าส่วน

กลางของบริษัทผู้เช่าอย่างต่อเนื่อง

จากการศึกษาระดับความสำคัญของผู้เช่าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โครงการซี.พี.เซ็นเตอร์ ขอนแก่น ผู้ศึกษา พบว่าส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ต้องการพื้นที่โครงการที่กว้างขวางไม่แออัด,โครงการมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ด้านราคา คือ ค่าเช่าเหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง,สัญญาเช่าอย่างน้อย 3 ปี ด้านสถานที่ คือ ต้องการอยู่บนทำเลที่เหมาะสมกับการทำธุรกิจ,เดินทางมาโครงการเข้า-ออกได้สะดวกสบาย ด้านส่งเสริมการตลาด คือ มีส่วนลดเมื่อต่อสัญญาหรือขยายพื้นที่เช่า ด้านบุคลากร คือ ต้องการให้บุคลากรบริการอย่างเท่าเทียม ด้านลักษณะกายภาพ คือ ต้องการรูปลักษณ์อาคารที่ตกแต่งสวยงาม ด้านกระบวนการบริการ คือ สามารถติดต่อเจ้าหน้าที่ได้ตลอดเวลาที่มีปัญหา

## 6. กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้สำเร็จลงได้ด้วยความรู้และความช่วยเหลือเป็นอย่างดี จากท่านรองศาสตราจารย์ ดร.ฐิติวรรณ ศรีเจริญ อาจารย์ที่ปรึกษาในการศึกษาอิสระที่ได้กรุณาให้คำแนะนำเสนอแนะตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่และให้กำลังใจตั้งแต่ต้นจนเสร็จสิ้นสมบูรณ์ ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความเมตตาของท่านเป็นอย่างสูง

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้จัดการและเจ้าหน้าที่โครงการทุกท่านที่กรุณาให้ความช่วยเหลือในการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม รวมทั้งขอบคุณผู้จัดการและเจ้าหน้าที่ส่วนงานที่มีส่วนในการตัดสินใจเช่าพื้นที่โครงการซี.พี.ซีดีเซ็นเตอร์ ขอนแก่น ทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งทำให้การศึกษานี้มีความสมบูรณ์มากขึ้นคุณค่าและประโยชน์อันจะมีจากการค้นคว้าฉบับนี้ ขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดา-มารดาที่เป็นที่เคารพยิ่ง ครู-อาจารย์ ที่ได้อบรมสั่งสอนประสิทธิ์ประสาทความรู้ทั้งปวงและขอบคุณสมาชิกในครอบครัวทุกคนที่ให้การกำลังใจตลอดมา

## 7. เอกสารอ้างอิง

- [1] สำนักงานคลังจังหวัดขอนแก่น. (2558). รายงานประมาณการเศรษฐกิจขอนแก่นจังหวัดขอนแก่นปี 2557และแนวโน้มปี 2558. ค้นเมื่อ วันที่ 29 กรกฎาคม 2558, จาก <http://klang.cgd.go.th/kkn>
- [2] ฝ่ายการตลาด บริษัท ซี.พี.แลนด์ จำกัด (มหาชน). (2558). รายงานรายละเอียดสัญญาเช่าและบริการ ประจำเดือนมิถุนายน. กรุงเทพฯ : บริษัท ซี.พี.แลนด์ จำกัด (มหาชน).
- [3] เกียรติพงษ์ มูลโพธิ์. (2555). ความพึงพอใจของผู้เช่าพื้นที่ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าเชียงใหม่แอร์พอร์ต. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [4] Martilla, J.A. and James, J.C. (1977) : 77-79. Importance – Performance Analysis. Journal of marketing.

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญและความพึงพอใจ (IPA)

Quadrants	ความหมาย	ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ	ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ
A	คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อลูกค้าและไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ	3.00 - 5.00	1.00 - 3.00
B	ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก	3.00 - 5.00	3.00 - 5.00
C	ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพต่ำหรือการบริการต่ำในคุณลักษณะที่ไม่สำคัญต่อลูกค้า ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน	1.00 - 3.00	1.00 - 3.00
D	ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินไปจนความจำเป็นในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของลูกค้า	1.00 - 3.00	3.00 - 5.00