

หัวข้อการศึกษาคั่นคว้ออิสระ      ความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการพื้นที่เช่าของผู้เช่าใน  
ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่แอร์พอร์ต  
ชื่อและนามสกุล      นางเจตไพจิตร ประธานราษฎร์  
แขนงวิชา      บริหารธุรกิจ  
สาขาวิชา      วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
อาจารย์ที่ปรึกษา      รองศาสตราจารย์จิราภรณ์ สุชัยมสกา

คณะกรรมการสอบการศึกษาคั่นคว้ออิสระได้ให้ความเห็นชอบการศึกษาคั่นคว้ออิสระ  
ฉบับนี้แล้ว

..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์จิราภรณ์ สุชัยมสกา)

..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ศรีธนา บุญญเศรษฐ์)

คณะกรรมการบัณฑิตศึกษา ประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ อนุมัติให้รับการศึกษา  
คั่นคว้ออิสระฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร.รังสรรค์ ประเสริฐศรี)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

วันที่ 21 เดือน มกราคม พ.ศ. 2551

ชื่อการศึกษา คั่นคว้ออิสระ      ความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการพื้นที่เช่าของผู้เช่าในศูนย์  
การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่แอร์พอร์ต  
ผู้ศึกษา นางเจตไพจิตร ประธานราษฎร์      ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ จีราภรณ์ สุทธิมสภา      ปีการศึกษา 2550

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการพื้นที่เช่าแก่ผู้เช่าในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่แอร์พอร์ต และเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้เช่าพื้นที่ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ที่มีพื้นที่ตั้งแต่ 20 ตารางเมตร ขึ้นไปและมีอายุสัญญาเช่า ไม่น้อยกว่า 1 ปี ยกเว้นพื้นที่ใหญ่ ๆ จำนวน 223 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษานี้ปรากฏผลว่า ความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการพื้นที่เช่าของผู้เช่าพื้นที่ในปัจจุบันพบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ถึง มาก ในทุกๆด้านของการให้บริการ โดยแผนกที่ได้รับความความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการในระดับต้นๆได้แก่ แผนกการเงินได้คะแนนสูงสุด ( $\bar{X} = 3.62$ ) รองลงมาได้แก่ แผนกร้านค้าสัมพันธ์ และแผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.58$ ) แผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.53$ ) และแผนกที่ได้คะแนนน้อยที่สุดได้แก่ แผนกอาคาร ( $\bar{X} = 3.50$ )

คำสำคัญ    ความคิดเห็น    คุณภาพการให้บริการ    ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเรื่องการประเมินคุณภาพการให้บริการพื้นที่เช่าของผู้เช่าในศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต สำเร็จลงได้ด้วยความช่วยเหลือจากหลายท่านที่ได้อนุเคราะห์ให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งรองศาสตราจารย์จิราภรณ์ สุทธิम्मสภา ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ได้กรุณาให้คำปรึกษาและสละเวลาตรวจแก้ไขข้อบกพร่อง ตลอดจนให้คำแนะนำต่าง ๆ ในการจัดทำ การค้นคว้าอิสระเรื่องนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

การศึกษาครั้งนี้สำเร็จลงไม่ได้ หากขาดความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่ของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต โดยเฉพาะแผนก Northern Village ทุกท่านในการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง และเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งผู้เช่าพื้นที่ในศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม ทำให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ครบถ้วน และได้ผลการศึกษาที่เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงพัฒนาการให้บริการของศูนย์การค้าให้ดียิ่งขึ้นต่อไป ผู้วิจัยขอขอบพระคุณด้วยใจจริง

เจตไพจิตร ประธานราษฎร์

ตุลาคม 2550

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
กิตติกรรมประกาศ .....	จ
สารบัญตาราง .....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย .....	3
ขอบเขตของการวิจัย .....	3
นิยามคำศัพท์เฉพาะ .....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	4
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	5
ประวัติของบริษัทเซ็นทรัลพัฒนาเชียงใหม่จำกัด .....	5
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ .....	6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ .....	12
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	20
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย .....	22
ประชากร .....	22
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	22
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	23
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	23
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ .....	24
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	25
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	25
ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการให้บริการของแผนกต่างๆ ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต .....	29
ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะในการให้บริการ .....	46

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	50
สรุปผลการศึกษา.....	50
อภิปรายผล .....	53
ข้อเสนอแนะ .....	55
บรรณานุกรม .....	57
ภาคผนวก .....	60
ก สำเนาหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	61
ข แบบสอบถาม.....	63
ประวัติผู้ศึกษา .....	69

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	25
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	26
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ.....	26
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา.....	27
ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง.....	27
ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุงาน.....	28
ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้.....	28
ตารางที่ 4.8 ภาพรวมความคิดเห็นของผู้เข้าห้มีต่อคุณภาพการให้บริการพื้นที่เช่าของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ทั้ง 10 ด้าน.....	29
ตารางที่ 4.9 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้เข้าห้มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ด้านความไว้วางใจในบริการที่มอบให้ลูกค้า. 31	31
ตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้เข้าห้มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ด้านการตอบสนองให้แก่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว ตามที่ลูกค้าต้องการ.....	32
ตารางที่ 4.11 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้เข้าห้มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ด้านขีดความสามารถในการให้บริการ.....	34
ตารางที่ 4.12 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้เข้าห้มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ด้านความสุภาพและความมีน้ำใจในการให้ บริการ.....	36
ตารางที่ 4.13 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้เข้าห้มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ด้านความน่าเชื่อถือของหน่วยงานและ พนักงาน.....	37
ตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้เข้าห้มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ด้านความมั่นคงปลอดภัยในการให้บริการ..	39
ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้เข้าห้มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ด้านการเข้าถึงบริการของศูนย์ฯของลูกค้า...40	40

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้เช่าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ด้านการสื่อสารกับลูกค้า.....	42
ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้เช่าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ด้านการเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า.....	43
ตารางที่ 4.18 แสดงความคิดเห็นของผู้เช่าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของแผนกร้านค้าสัมพันธ์ ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จักและทำให้ลูกค้าสามารถคาดคะเนการบริการได้..	45

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต บริหารงานโดย บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา (เชียงใหม่) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของ บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) เป็นหนึ่งในสิบศูนย์การค้าทั่วประเทศ และเป็นสอง ศูนย์การค้าในภูมิภาค ซึ่งก็คือพญา และ เชียงใหม่ ดำเนินงานด้านการบริหารศูนย์การค้า โดยพัฒนาพื้นที่เพื่อก่อสร้างศูนย์การค้า และขาย พื้นที่ให้แก่ร้านค้าทั้งในกรุงเทพฯ และร้านค้าท้องถิ่น ในส่วนพื้นที่ของร้านค้าเมื่อลูกค้าเข้ามาเช่า พื้นที่แล้ว ทางร้านต้องตกแต่งร้านเอง โดยมีการส่งแบบให้ทางศูนย์การค้าตรวจก่อนทุกครั้งโดยทาง ศูนย์การค้าจะให้ระยะเวลาในการตกแต่งที่ปลอดภัยเช่า เป็นเวลา 15 ถึง 30 วันแล้วแต่ประเภทของ ธุรกิจ เพื่อให้ภาพรวมของศูนย์การค้า ทันสมัย อยู่ตลอดเวลา กระบวนการต่างๆ ตั้งแต่ร้านค้าเข้ามา ติดต่อฝ่ายขายเพื่อขอเช่าพื้นที่ภายในศูนย์การค้า ชำระเงินจอง และชำระค่าเช่า ก็ต้องเกี่ยวกับ แผนการเงิน ก่อนการเข้าตกแต่งร้านก็ต้องติดต่อกับ แผนกร้านค้าสัมพันธ์เพื่อรับทราบ กฎข้อ บังคับเกี่ยวกับการออกแบบร้านให้ถูกต้องตามระเบียบของทางศูนย์การค้า โดย แผนกอาคารสถานที่ และแผนกงานระบบ จะเป็นผู้คอยตรวจสอบการเข้าตกแต่งของร้านค้าอยู่ตลอดเวลาจนถึงเวลาเปิด ร้านก็จะมีการจัดงานฉลองเปิดร้านใหม่ซึ่งก็จะประสานงานโดย แผนกส่งเสริมการขาย

บริการ หมายถึง การกระทำหรือผลงานที่ผู้ประกอบการมอบให้แก่ผู้บริโภค โดยเป็น สิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) ผู้บริโภคเมื่อจ่ายเงินซื้อบริการแล้วก็ไม่ได้สิทธิเป็นเจ้าของทรัพย์สิน ใดๆ นอกจากสิทธิในการรับบริการตามที่ตกลงกันเท่านั้น

การจัดกลุ่มบริการ โดยทั่วไปการจัดกลุ่มบริการ มักคู่ไปกับสินค้าจะมากหรือน้อยแตกต่างกันไปดังนี้

1. สินค้าล้วนไม่มีบริการ (Pure Tangible Goods) เช่น สบู่ ยา สีสัน ผงซักฟอก เป็นต้น
2. สินค้ามีบริการบ้าง (Tangible Goods with Accompanying Service) เช่น รถยนต์ ที่ต้องมีบริการหลังการขาย
3. สินค้าและบริการอย่างละเท่าๆกัน (Hybrid) เช่น ผู้บริโภคคาดหวังที่จะได้ “อาหาร” และ “บริการ” พร้อมกันทั้งสองอย่าง เมื่อเข้าไปในภัตตาคาร



4. บริการเป็นส่วนใหญ่มีสินค้าบ้าง (Major Service with Accompanying Minor Goods) เช่น กรณีผู้โดยสารเครื่องบิน สิ่งที่ได้รับคือ “บริการ” เป็นส่วนใหญ่ แต่ก็มี “อาหาร และ เครื่องดื่ม” ให้ด้วยเป็นส่วนประกอบ

5. บริการล้วน (Pure Service) เช่น บริการเลี้ยงเด็ก บริการดูแลคนชรา บริการกายภาพบำบัด หมอนวด เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าการให้บริการพื้นที่เช่าของศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต จัดอยู่ในกลุ่มการให้บริการแบบสินค้าและบริการอย่างละเท่าๆกัน (Hybrid) แต่การให้บริการแบบนี้หากเป็นภัตตาคาร หรือร้านอาหาร การให้บริการจะเป็นระยะสั้น และสิ้นสุดลงเมื่อลูกค้าออกจากร้าน แต่การให้บริการพื้นที่เช่า นั้น เป็นการให้บริการในระยะยาว ขึ้นอยู่กับอายุสัญญาเช่าของผู้เช่าซึ่งอายุของสัญญาเช่า มีตั้งแต่ 1 เดือน 3 เดือน 1 ปี 3 ปี และ เซ้ง 20 ปี ในส่วนพื้นที่ของร้านค้าเมื่อร้านค้าเข้ามาเช่าพื้นที่แล้ว ทางร้านต้องดำเนินการตกแต่งร้านเอง โดยมีการส่งแบบให้ทางศูนย์การค้าตรวจก่อนทุกครั้ง โดยทางศูนย์การค้าจะให้ระยะเวลาในการตกแต่งที่ปลอดภัยเช่าเป็นเวลา 15 ถึง 30 วันแล้วแต่ประเภทของธุรกิจ เพื่อให้ภาพรวมของศูนย์การค้า ทันสมัย อยู่ตลอดเวลา กระบวนการต่างๆ ตั้งแต่ร้านค้าเข้ามาติดต่อฝ่ายขายเพื่อขอเช่าพื้นที่ในศูนย์การค้า ชำระเงินจองและชำระค่าเช่า ก็ต้องเกี่ยวกับแผนการเงิน ก่อนการเข้าตกแต่งร้านก็ต้องติดต่อกับแผนกร้านค้าสัมพันธ์ เพื่อ รับทราบ กฎข้อบังคับเกี่ยวกับการออกแบบร้านให้ถูกต้องตามระเบียบของทางศูนย์การค้าโดย แผนกอาคารสถานที่ และ แผนกงานระบบ จะเป็นผู้คอยตรวจสอบการเข้าตกแต่งของร้านค้าอยู่ตลอดเวลาจนถึงเวลาเปิดร้านก็จะมีการ จัดงานฉลองเปิดร้านใหม่ซึ่งก็จะประสานงานโดย แผนกส่งเสริมการขาย

หากคุณภาพการให้บริการแก่ผู้เช่าพื้นที่ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ของทุกแผนกที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ซึ่งได้แก่ แผนกร้านค้าสัมพันธ์ แผนกอาคาร แผนกงานระบบ แผนกการเงิน แผนกส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับต่ำ แล้ว เมื่อสัญญาเช่าสิ้นสุดลง ผู้เช่า อาจไม่ต่อสัญญาเช่ากับทางศูนย์การค้า และ หันไปเช่าพื้นที่กับศูนย์การค้าอื่น ทำให้ทางศูนย์การค้า ต้องสูญเสียลูกค้าที่ดีไป และ ยังต้องสูญเสียรายได้ในช่วงที่รอลูกค้าใหม่เข้ามา และมีค่าใช้จ่ายในการขายพื้นที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งเมื่อห้องว่างลงระหว่างที่รอลูกค้ารายใหม่ ทางศูนย์การค้าก็จะต้องมีการปิดผนังหน้าร้าน ถึงแม้การปิดผนังหน้าร้านของทางศูนย์การค้าจะมีความสวยงาม แต่ก็สะท้อนให้ลูกค้าเห็นถึงสภาพของศูนย์การค้าว่ามีลูกค้ายกเลิกสัญญา หรือไม่ต่อสัญญาเช่า และเมื่อมีการพูดต่อกันไปก็จะทำให้ภาพลักษณ์ของศูนย์การค้าเสียไป

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการพื้นที่เช่าของผู้เช่าในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต เพื่อเป็นแนวทางนำมาพัฒนาปรับปรุงการบริการของศูนย์การค้าให้มีความเป็นเลิศ และ ชำรงรักษาลูกค้า ให้อยู่คู่กับศูนย์การค้าตลอดไป

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของผู้เช่าในศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต

## 3. ขอบเขตของการวิจัย

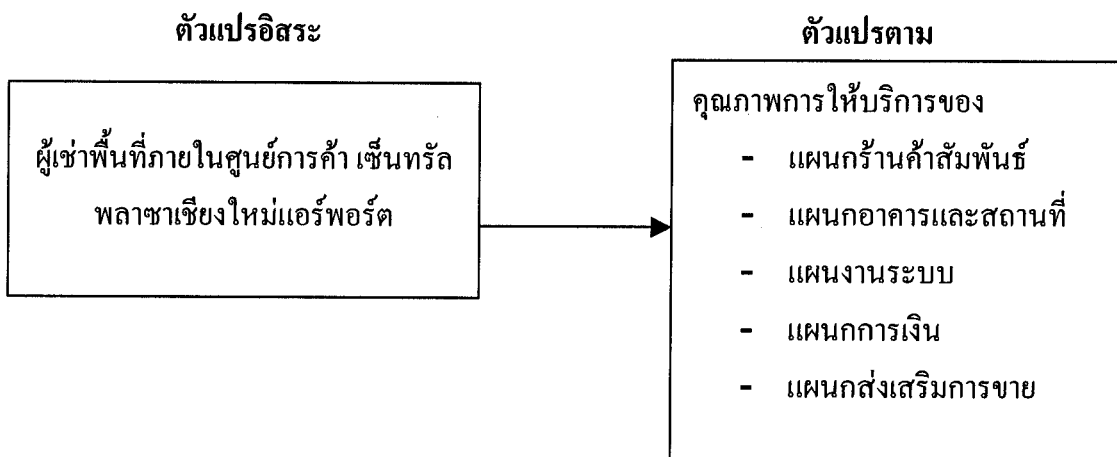
### 3.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร ได้แก่ ผู้เช่าพื้นที่ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต เฉพาะผู้เช่าที่เช่าพื้นที่ในห้องที่มีพื้นที่มากกว่า 20 ตารางเมตร และ ทำสัญญาเช่าตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป ยกเว้น พื้นที่ ใหญ่ เช่น เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ ไอที ซิตี้ ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน แคลิฟลอเนียร์ ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต จำนวน 223 ราย ผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ตัวแทนร้านค้าเช่น เจ้าของร้าน ผู้จัดการร้าน ซูเปอร์ไวซ์เซอร์ และอื่นๆ

### 3.2 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้แก่ผู้เช่าพื้นที่ระหว่างวันที่ 10 – 30 กันยายน 2550

### 3.3 กรอบแนวคิดการวิจัย



#### 4. นิยามศัพท์เฉพาะ

4.1 ศูนย์การค้า หมายถึง ศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต

4.2 ความคิดเห็น หมายถึง เป็นความคิดเห็นของผู้เช่าที่มีต่อการให้บริการในด้านองค์ประกอบของคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จักและทำให้ลูกค้าสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพการบริการได้ ด้านความไว้วางใจในบริการที่มอบให้ลูกค้า ด้านการตอบสนองให้แก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ ด้านขีดความสามารถในการให้บริการ ด้านความสุภาพและความมีน้ำใจในการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือของหน่วยงานและพนักงาน ด้านความมั่นคงปลอดภัยในการให้บริการ ด้านการเข้าถึงบริการของศูนย์การค้า ด้านการสื่อสารกับลูกค้า และด้านการเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า

4.3 คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การรับรู้ของผู้เช่า

4.4 ผู้เช่าพื้นที่ หรือ ลูกค้า หมายถึง ร้านค้าที่เช่าพื้นที่ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต มีพื้นที่มากกว่า 20 ตารางเมตร และมีอายุสัญญาเช่ามากกว่า 1 ปี

4.5 แผนกที่ให้บริการ ได้แก่ แผนกอาคารสถานที่ แผนกงานระบบ แผนกร้านค้าสัมพันธ์ แผนกการเงิน และ แผนกส่งเสริมการขาย

#### 5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

5.1 ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้เช่าที่มีต่อการให้บริการของแผนกต่างๆภายในศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต

5.2 เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการแก่ผู้เช่าในศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต

5.3 ผลของการวิจัย จะเป็นแนวทางให้กับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับการศึกษาต่อเนื่องต่อไป

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการพื้นที่เช่าของผู้เช่าในศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่แอร์พอร์ต ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้รวบรวม ทฤษฎี และแนวคิดรวมทั้งวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวทางในการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประวัติของบริษัทเซ็นทรัลพัฒนาเชียงใหม่จำกัด

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ประวัติของบริษัท เซ็นทรัลพัฒนาเชียงใหม่จำกัด

ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต เปิดให้บริการครั้งแรกเมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2535 มีเนื้อที่ 29 ไร่ หลังจากนั้น บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) ได้เข้ามาซื้อกิจการในนามบริษัทเซ็นทรัลพัฒนา เชียงใหม่ จำกัด เมื่อวันที่ 21 มีนาคม 2539 ได้ทำการปิดปรับปรุงพื้นที่เป็นโซนไป และมีการเปิดเต็มรูปแบบพร้อมกันหมดในปี 2541 หลังจากนั้นได้มีการขยายโครงการก่อสร้างเฟส 2A ซึ่งประกอบไปด้วย ลานจอดรถยนต์ในอาคารที่สามารถรองรับการหมุนเวียนของรถได้ถึง 8,000 คันต่อวัน โรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีนีเพล็กซ์ 7 โรงสมบุรณ์ด้วยระบบเสียงมัลติเพล็กซ์ ตกแต่งอย่างสวยงาม ลานนาฟู้ดพาวิลเลียน ซึ่งมีจำนวนที่นั่งกว่า 1,000 ที่นั่งเป็นศูนย์รวมร้านอาหารที่มีชื่อเสียงมากกว่า 30 ร้านค้า

ต่อมาเมื่อปีพ.ศ. 2544 ได้มีการขยายโครงการเฟส 2B และเปิดอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 8 เมษายน 2546 โดยมีพื้นที่ทั้งหมดรวม 131,000 ตารางเมตร ภายหลังเมื่อทำการเปิดเฟส 2B เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ได้มีการซื้อที่ดินสำหรับขยายโครงการต่อไปอีก 40 ไร่ ปัจจุบันมีเนื้อที่รวมทั้งหมด 88 ไร่ 3 งาน 12 ตารางวา ถือเป็นศูนย์การค้าที่ใหญ่ และทันสมัยที่สุดในภาคเหนือมีร้านค้าที่มีชื่อเสียงทั้งจากกรุงเทพฯ และ ร้านค้าท้องถิ่นกว่า 200 ร้านค้า เป็นศูนย์รวม โซนต่างๆที่หลากหลาย ได้แก่ กาดหลวงแอร์พอร์ต เป็นแหล่งรวมของอาหารและของฝากที่มีชื่อเสียงของเชียงใหม่ และ จังหวัดใกล้เคียง Northern Village ศูนย์รวมสินค้าพื้นเมือง สินค้าหัตถกรรม และสินค้าของที่ระลึก

E-Center ศูนย์รวมคอมพิวเตอร์ และ อุปกรณ์สื่อสารที่ใหญ่ที่สุดในภาคเหนือ นอกจากนั้นยังมี  
แท่งคูปลาทะเลที่ใหญ่ที่สุดในภาคเหนือ มีห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ที่อปลัสซูปเปอร์มาร์เก็ต

ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่แอร์พอร์ต ตั้งอยู่บนทำเลที่ดีที่สุด ในภาคเหนือ  
อยู่ใจกลางเมืองเชียงใหม่ เมืองที่มีกำลังซื้อมหาศาล เป็นศูนย์กลางการคมนาคมของภาคเหนือ  
มีประชากรรวมกว่า 10 ล้านคนซึ่งจะเป็นกำลังซื้อที่ดี อยู่ห่างจากสนามบินนานาชาติเชียงใหม่เพียง  
700 เมตร สนามบินที่มีนักท่องเที่ยวผ่านเข้า-ออก ถึง 2.9 ล้านคนต่อปี ตั้งอยู่บนถนนเชียงใหม่ –  
หางดง และ ถนนมหิดล

## 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

ชุมชน รุ่งปัจฉิม (2538:18) กล่าวว่า การบริการนั้นมีความเกี่ยวข้องกับบุคคลในหลาย  
ฝ่าย ซึ่งต่างฝ่ายก็มีความสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดงานบริการ ซึ่งองค์ประกอบสำคัญๆของการบริการว่า  
ประกอบด้วย 3 ส่วนคือ

1. ผู้ให้บริการ หมายถึง ทั้งองค์การที่ประกอบธุรกิจบริการ และบุคลากร หรือ  
พนักงานที่ทำหน้าที่ในการให้บริการ

2. กระบวนการในการให้บริการ หรืออีกนัยหนึ่งก็คือวิธีการให้บริการ

3. ผู้รับบริการ

บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ (2544:196-198) บริการหมายถึง การกระทำหรือผลงานที่  
ผู้ประกอบการ มอบให้กับผู้บริโภค โดยเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) ผู้บริโภคเมื่อซื้อบริการ  
แล้วก็ไม่ได้มีสิทธิเป็นเจ้าของทรัพย์สินใดๆ นอกจากสิทธิในการได้รับบริการตามที่ตกลงกันเท่านั้น

วัชร วัชรเสถียร (2539) ได้กล่าวว่า การบริการเป็นการกระทำที่เกิดจากจิตใจที่เปี่ยม  
ไปด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูล เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เอื้ออาทร มีน้ำใจไมตรี ให้ความสะดวก  
รวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมและเสมอภาค ซึ่งการให้บริการจะมีทั้งผู้ให้และผู้รับ กล่าวคือ ถ้าเป็นการ  
บริการที่ดี เมื่อผู้ให้บริการไปแล้วผู้รับบริการเกิดความประทับใจ หรือ เกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริการ  
ดังกล่าวได้

สมบัติ สาลีเสาร์ (2545) ได้กล่าวว่า ตามความหมายของการบริการ  
และลักษณะของการบริการทำให้เกิดแนวความคิดเกี่ยวกับการบริการ ดังนี้

1. ลักษณะของงานบริการ มีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ

- 1.1 งานบริการเป็นงานที่มีการผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นพร้อมกัน คือไม่อาจ  
กำหนดความต้องการแน่นอนได้ขึ้นอยู่กับผู้ใช้บริการว่าต้องการเมื่อใดและต้องการอะไร

1.2 งานบริการเป็นงานที่ไม่อาจกำหนดปริมาณงานล่วงหน้าได้ การมาใช้บริการไม่ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของผู้ใช้บริการ การกำหนดปริมาณงานล่วงหน้าจึงไม่อาจกระทำ ได้นอกจากคาดคะเนความน่าจะเป็นเท่านั้น

1.3 งานบริการเป็นงานที่ไม่มีตัวสินค้าไม่มีผลิต สิ่งที่ใช้บริการจะได้คือความพึงพอใจ ความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้มาใช้บริการ ดังนั้นคุณภาพของงานจึงเป็นสิ่งสำคัญมาก

1.4 งานบริการเป็นงานที่ต้องการตอบสนองในทันที ผู้ใช้บริการต้องการให้ลงมือปฏิบัติในทันที ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องพร้อมที่จะตอบสนองตลอดเวลา

2. องค์ประกอบของงานบริการ ต้องประกอบด้วยคุณลักษณะ 3 ประการคือ

2.1 คุณภาพของทรัพยากร ต้องเลือกสรรแล้วว่าสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการและมีคุณภาพดี

2.2 คุณภาพของบุคลากรผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการต้องมีความรอบรู้ในงานบริการนั้นเป็นอย่างดี

2.3 การสื่อสาร เช่น การสื่อสารระหว่างผู้ใช้บริการ การใช้สัญลักษณ์ ต้องสามารถสื่อความหมายให้เข้ากันได้เป็นอย่างดี

3. แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในงานบริการทั่ว ๆ ไป (Parasuraman 1985) หรือคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) เป็นสิ่งสำคัญหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ การให้บริการ คือการรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการ จะได้จากประสบการณ์ในอดีตจากการพูดปากต่อปาก จากการโฆษณาของธุรกิจให้บริการ ลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ (What) เมื่อเขามีความต้องการ (When) ในรูปแบบที่ต้องการ (How) ดังนั้นจึงต้องคำนึงถึงคุณภาพของการให้บริการซึ่งการให้บริการที่ประสบความสำเร็จต้องประกอบด้วยคุณสมบัติสำคัญต่าง ๆ เหล่านี้คือ

3.1 ความเชื่อถือได้ (Reliability) ประกอบด้วย

3.1.1 ความสม่ำเสมอ (Consistency)

3.1.2 ความพึ่งพาได้ (Dependability)

3.2 การตอบสนอง (Responsive) ประกอบด้วย

3.2.1 ความเต็มใจที่จะให้บริการ

3.2.2 ความพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลา

3.2.3 มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง

3.2.4 ปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี

- 3.3 ความสามารถ (Competence) ประกอบด้วย
  - 3.3.1 สามารถในการให้บริการ
  - 3.3.2 สามารถในการสื่อสาร
  - 3.3.3 สามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ
- 3.4 การเข้าถึงบริการ (Access) ประกอบด้วย
  - 3.4.1 ผู้ใช้บริการเข้าใช้หรือรับใช้บริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่  
 ครอบงำซับซ้อนเกินไป
  - 3.4.2 ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยน้อย
  - 3.4.3 เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้ใช้บริการ
  - 3.4.4 อยู่ในสถานที่ที่ผู้บริการติดต่อได้สะดวก
- 3.5 ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) ประกอบด้วย
  - 3.5.1 การแสดงความสุภาพต่อผู้ให้บริการ
  - 3.5.2 การให้การต้อนรับที่เหมาะสม
  - 3.5.3 ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี
- 3.6 การสื่อสาร (Communication) ประกอบด้วย
  - 3.6.1 มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการ
  - 3.6.2 มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ
- 3.7 ความซื่อสัตย์ (Credibility) คุณภาพของงานบริการมีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ
- 3.8 ความมั่นคง (Security) ประกอบด้วย
  - 3.8.1 ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์
- 3.9 ความเข้าใจ (Understanding) ประกอบด้วย
  - 3.9.1 การเรียนรู้ผู้ให้บริการ
  - 3.9.2 การให้คำแนะนำ และเอาใจใส่ผู้ให้บริการ
  - 3.9.3 การให้ความสนใจต่อผู้ให้บริการ
- 3.10 การสร้างสิ่งจับต้องได้ (Tangibility) ประกอบด้วย
  - 3.10.1 การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ ให้พร้อมสำหรับให้บริการ
  - 3.10.2 การเตรียมอุปกรณ์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ให้บริการ
  - 3.10.3 การจัดสถานที่ให้บริการสวยงาม สะอาด

รัชชา กุลวานิชไชยนันท์ (2535) งานบริการมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. งานบริการเป็นงานที่มีการผลิต และ การบริโภคเกิดขึ้นพร้อมกัน คือ ไม่อาจกำหนดความต้องการแน่นอนได้ขึ้นอยู่กับผู้ใช้บริการว่าต้องการเมื่อใด และ ต้องการอะไร
2. งานบริการเป็นงานที่ไม่อาจกำหนดปริมาณงานล่วงหน้าได้ การมาใช้บริการหรือไม่ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของผู้ใช้บริการ การกำหนดปริมาณงานล่วงหน้าจึงไม่อาจทำได้ นอกจากการคาดคะเนความน่าจะเป็นเท่านั้น
3. งานบริการเป็นงานที่ไม่มีตัวสินค้า ไม่มีผลผลิต สิ่งที่ใช้บริการจะได้คือ ความพึงพอใจ ความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้มาใช้บริการ ดังนั้นคุณภาพของงานจึงเป็นสิ่งสำคัญมาก
4. งานบริการเป็นงานที่ต้องการการตอบสนองทันที ผู้ใช้บริการต้องการให้ลงมือปฏิบัติทันที ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องพร้อมที่จะตอบสนองตลอดเวลา และเมื่อนัดเวลาใดต้องตรงตามกำหนด

สมิต ลัทธกร, 2546:17-18 กล่าวไว้ว่า การบริการ เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคลและสิ่งทีบุคคลได้กระทำขึ้นการบริการเป็นความรับผิดชอบของทุกคนและสามารถแบ่งความรับผิดชอบกันไปในงานแต่ละด้าน โดยมีผู้บริหารสูงสุด เป็นผู้รับผิดชอบหมดทุกด้าน เราอาจแยกพิจารณาลักษณะของการบริการ ออกได้ดังนี้

1. เป็นพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกต่อผู้อื่น พฤติกรรมโดยทั่วไปจะเห็นได้จากการกระทำ
2. การบริการจะมีการแสดงออกในลักษณะของสีหน้า แววตา กิริยาท่าทาง คำพูดและน้ำเสียง การแสดงพฤติกรรมที่ปรากฏให้เห็นจะเกิดผลได้ทันที เกิดผลขึ้นได้ตลอดเวลาและแปรผลได้รวดเร็ว อันเป็นลักษณะเฉพาะของการบริการ
3. เป็นการกระทำที่สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดและจิตใจ
4. การบริการจะเป็นเช่นไร ขึ้นอยู่กับความคิดของผู้ให้บริการซึ่งจะแสดงออกถึงอารมณ์ ความรู้สึกความเชื่อ ความปรารถนา และค่านิยม ถ้าสิ่งเหล่านี้สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดและจิตใจที่ดีก็ย่อมจะมีผลต่อ การบริการที่ดีตามไปด้วย
5. เป็นสิ่งทีบุคคลได้กระทำขึ้นอันเชื่อมโยงถึงผลประโยชน์ของผู้รับบริการ
6. การบริการเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคนเป็นผู้ให้บริการและต้องการคนเป็นส่วนสำคัญในการสร้าง
7. บริการที่ดี เพราะกิจกรรมใด ๆ เกี่ยวกับการบริการคนจะต้องมีส่วนสัมพันธ์ในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการเป็นผู้ดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการงานสำนักงานโดยลักษณะของงานก็เป็นงานบริการ ให้การสนับสนุนการปฏิบัติการ(Operation Support) ทั้งใน



ด้านงานภายนอกและด้านงานภายใน เพื่อสนับสนุนให้งานของฝ่ายต่าง ๆ บรรลุผล งานสำนักงานเป็นส่วนสำคัญที่จะให้บริการด้านการติดต่อสื่อสาร งานเอกสาร โต้ตอบ การรับเรื่อง และการประสานงานระหว่างหน่วยงานภายในและกับหน่วยงานภายนอก และเรื่องด้านธุรการทั่วไปซึ่งเป็นการให้บริการแก่หน่วยงานทุกหน่วยงานในองค์กร

ศิริพร ดันติพลูวินัย (2538 : 1) กล่าวว่าไว้ว่า งานบริการหมายถึง งานที่ทำให้ผู้อื่นดั่งนั้น งานอะไรก็ตามที่ทำให้ผู้อื่นได้รับความพึงพอใจ สะดวกสบาย งานบริการที่ดี คือ การที่ทำให้ผู้มารับบริการพอใจ ซึ่งผู้มารับบริการทุกคนมีความต้องการ และความคาดหวังต่างกัน ดั่งนั้น การให้บริการที่ตอบสนองทำให้ผู้มารับบริการพอใจทั้งความต้องการและความคาดหวังจึงเป็นงานบริการที่มี คุณภาพ

ณรงค์ฤทธิ์ โตริต (2524 : 44) กล่าวว่าไว้ว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการ และกระบวนการกิจกรรม ในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ หรือผู้ใช้บริการ คุณลักษณะ 7 ประการ แห่งการบริการที่ดีมีดังนี้

1. S = Smiling & Sympathy : ยิ้มแย้ม และใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความยุ่งยากของผู้มารับบริการ

2. E = Early Response : ตอบสนองต่อความประสงค์จากผู้มารับบริการอย่างรวดเร็วทันใจ โดยมีทันได้เอ่ยปากเรียกหา

3. R = Respectful : แสดงออกถึงความนับถือ ให้เกียรติผู้มารับบริการ

4. V = Voluntariness manner : ลักษณะการให้บริการเป็นแบบสมัครใจ และเต็มใจทำมิใช่ทำแบบเสียมิได้

5. I = Image Enhancing : การแสดงออกซึ่งการรักษาภาพพจน์ของผู้ให้บริการและเสริมภาพพจน์องค์กรด้วย

6. C = Courtesy : กิริยาอาการอ่อนโยน สุภาพ และมีมารยาท อ่อนน้อมถ่อมตน

7. E = Enthusiasm : มีความกระฉับกระเฉง และ กระตือรือร้น ขณะบริการ และให้บริการมากกว่าที่ผู้มารับบริการคาดหวังเสมอ

เมอร์ดิก และ รัสเซล (Merddick and Russell, 1990 : 4) กล่าวถึงความหมายของการบริการว่า ถ้าพูดในเชิงเศรษฐกิจคือ การใช้เวลา สถานที่ รูปแบบ หรือ จิตวิทยาให้เกิดประโยชน์สูงสุด อีกแง่หนึ่งของการบริการ เป็นสิ่งตรงข้ามกับสินค้า กล่าวคือ จำต้องได้ สามารถผลิตและขายหรือใช้ได้ในเวลาต่อมา ส่วนการบริการเป็นสิ่งที่จำต้องได้ สามารถผลิตและขายหรือใช้ได้ในเวลาต่อมา ส่วนการบริการเป็นสิ่งที่จำต้องไม่ได้ และสามารถสูญหายไปได้ มันจะเกิดพร้อมหรือใกล้เคียงกับการบริโภค อย่างไรก็ตามเราไม่สามารถแยก สินค้า และ บริการออกจากกันได้ เพราะเราซื้อ

สินค้าต้องมีบริการที่สะดวกสบาย และ ถ้าเราซื้อบริการสินค้านั้นก็ต้องให้ความสะดวกสบายแก่เรา  
ได้ การให้บริการของโรงพยาบาลนั้น ตัวสินค้ามีความสำคัญน้อยกว่าการให้บริการ

เลิฟล็อก (Lovelock 1988) ได้อธิบายว่า การบริการหมายถึง กิจกรรมหนึ่ง หรือ ชุดของ  
กิจกรรมหลายอย่างที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลหรืออุปกรณ์อย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งทำให้  
ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

คอตเลอร์ (Kotler 1973-1974) กล่าวว่าบริการหมายถึงกิจ หรือปฏิบัติการใดๆที่  
กลุ่มบุคคลหนึ่งสามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มบุคคลหนึ่ง ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้และไม่ได้ส่งผลของ  
ความเป็นเจ้าของสิ่งใด ทั้งนี้การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมอยู่กับสินค้าที่มีตัวตนได้

นงนุช คุณอนันต์ (2545 : 27-28) กล่าวถึงลักษณะของงานบริการไว้ว่า

1. งานบริการ เป็นงานที่มีการผลิต และการบริโภคเกิดขึ้นพร้อมกัน คือไม่อาจกำหนด  
ความต้องการแน่นอนได้ ขึ้นอยู่กับผู้ใช้บริการว่าต้องการเมื่อใดและต้องการอะไร

2. งานบริการ เป็นงานที่ไม่อาจกำหนดปริมาณงานล่วงหน้าได้ การมาใช้บริการหรือ  
ไม่ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของผู้ใช้บริการ การกำหนดปริมาณงานล่วงหน้าจึงไม่อาจทำให้นอกจากการ  
คาดคะเนความน่าจะเป็นเท่านั้น

3. งานบริการ เป็นงานที่ไม่มีตัวสินค้า ไม่มีผลผลิต สิ่งที่ใช้บริการจะได้ คือ ความพึง  
พอใจ ความรู้สึกคุณค่าที่ได้มาใช้บริการ ดังนั้นคุณภาพของงานจึงเป็นสิ่งสำคัญมาก

4. งานบริการ เป็นงานที่ต้องการตอบสนองในทันที ผู้ใช้บริการต้องการให้ลงมือ  
ปฏิบัติในทันที ดังนั้น ผู้ให้บริการจะต้องพร้อมที่จะสนองตลอดเวลา และเมื่อวัน เวลาใด ก็จะต้องตรงตามกำหนดนัด

กุลธร ธนาพงศธร (2528 : 48) ได้กล่าวว่าหลักของการบริการได้แก่

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์  
และบริการที่องค์กรจัดให้นั้นจะต้องสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ หรือทั้งหมด มิใช่เป็น  
การจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ

2. หลักความเสมอภาค กล่าวคือการให้บริการนั้นๆจะต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง และ  
สม่ำเสมอมิใช่ทำตามความพอใจของผู้บริการหรือผู้ปฏิบัติงาน

3. หลักความเสมอภาค บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอ  
หน้า และเท่าเทียมกัน ไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคล หรือกลุ่มใดในลักษณะแตกต่างจากกลุ่มอื่นๆ  
อย่างเห็นได้ชัด

4. หลักความปลอดภัย ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ไปในการบริการ จะต้องไม่มากเกินไปกว่าผลที่  
คาดว่าจะได้รับหลัก

5. หลักความสะดวก บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องไปในลักษณะที่ปฏิบัติงาน สะดวกสบาย สั้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาวะยุ่งยากใจให้แก่ผู้ให้บริการ หรือผู้ให้บริการมากจนเกินไป

กล่าวโดยสรุปการบริการคือสิ่งที่ผู้ให้บริการทำการส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่เมื่อผู้รับบริการได้รับบริการไปแล้วเกิดความประทับใจกับสิ่งเหล่านั้น

### 3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

แนวความคิดของ Joseph M. Juran (อ้างในอัจฉริยะ จารย์โพธิ์ : 2546) เป็นผู้ให้ความหมายของคำว่า “คุณภาพ” คือความเหมาะสมกับการใช้งาน (Fitness for use) ของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ หรือ ผู้รับบริการ Juran ได้เริ่มต้นแนวคิดกับลูกค้าภายใน และให้ความสำคัญกับต้นทุนแห่งคุณภาพ (Cost of Quality) โดยพิจารณาประโยชน์ใช้สอยและการควบคุม โดยการบริการคุณภาพซึ่ง Juran มีความเชื่อว่า ร้อยละ 80 ของความผิดพลาดที่เกิดขึ้นในการผลิต และ การดำเนินงานสามารถควบคุมได้ด้วยวิธีการที่ดี โดยการค้นหาปัญหาสำคัญเพียง 2-3 ปัญหาที่แก้ไขแล้วจะให้ผลอย่างมากต่อการ พัฒนคุณภาพ นอกจากนี้ Juran ยังกล่าวด้วยว่า การจัดการคุณภาพจะประกอบด้วย การวางแผนการควบคุม และการปรับปรุงคุณภาพ

แนวความคิดของ Philip B. Crosby (อ้างในอัจฉริยะ จารย์โพธิ์ : 2546) เป็นนักปฏิบัติ และ นักคิดด้านการจัดการคุณภาพที่มีชื่อเสียงชาวอเมริกัน ที่ให้ความหมายของคำว่า “คุณภาพ” คือการทำได้ตามข้อกำหนด (Conformance to Requirements) และเป็นผู้ที่กล่าวว่า “คุณภาพไม่มีค่าใช้จ่าย” (Quality Is Free) และให้ความสำคัญกับการสร้างวัฒนธรรมและการดำเนินงานที่บกพร่องเป็นศูนย์ โดยเขาเสนอว่าองค์กรจะต้องปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะครอบคลุมการใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์ตลอดจนการพัฒนาบุคลากรอย่างสม่ำเสมอซึ่งช่วยลดข้อบกพร่องและความผิดพลาดในการดำเนินงานลงจนหมดไป

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ (2546 : 440) ได้กล่าวถึง คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ว่าคุณภาพการให้บริการมีลักษณะ 10 ประการดังนี้

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) หมายถึง บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลาและสถานที่ให้กับลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ท่าเลที่ตั้งเหมาะสมอันแสดงถึงความสามารถในการเข้าถึงลูกค้า สามารถจองที่พักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต สถานที่จอดรถกว้างขวาง และ สะดวกเป็นต้น

2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์และสื่อความหมายได้ชัดเจน ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย อธิบายได้อย่างถูกต้องและรับฟังความคิดเห็นข้อเสนอแนะและคำติชมของผู้ใช้บริการ พนักงานใช้คำพูดที่สุภาพไพเราะ และ ให้เกียรติแก่ผู้มาใช้บริการอยู่เสมอ เป็นต้น

3. ความสามารถ (Competence) หมายถึง ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานบริการที่รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญปฏิบัติงานได้อย่างรวดเร็ว เช่น พนักงานมีความรู้และเชี่ยวชาญในการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ในการให้บริการได้อย่างคล่องแคล่วว่องไว และสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นที่พอใจของลูกค้า เป็นต้น

4. ความมีน้ำใจ (Courtesy) หมายถึง ความมีไมตรีจิตที่สุภาพนอบน้อมเป็นกันเอง มีมนุษยสัมพันธ์ รู้จักให้เกียรติผู้อื่น มีวิจรรย์ญาณใช้ดุลยพินิจพิจารณาไตร่ตรองปัญหาอย่างรอบคอบ จริงใจ มีน้ำใจ และเป็นมิตรของผู้ปฏิบัติงานบริการ โดยเฉพาะผู้ให้บริการที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการ เช่น พนักงานโรงแรมจะต้องแสดงการต้อนรับแขกด้วยรอยยิ้ม ท่าทีอ่อนโยน และพูดจาสุภาพเรียบร้อย รวมถึงยินดีรับฟังความคิดเห็น และเก็บกลิ่นอารมณ์ได้ดีกับลูกค้าที่จู้จี้จุกจิก เป็นต้น

5. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความสามารถในการด้านการสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจด้วยความซื่อตรง และซื่อสัตย์สุจริตของผู้ปฏิบัติงานบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า เช่น เมื่อลูกค้ามาใช้บริการโรงแรม พนักงานต้องให้บริการอย่างเป็นมาตรฐานเดียวกัน เป็นต้น

6. ความไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอ และถูกต้องตามคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้โดยตรงไปตรงมา เช่น การบริการห้องพักได้ตรงกับที่ลูกค้าจองไว้ทุกประการ

7. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง การแสดงความเต็มใจที่จะช่วยเหลือแก้ปัญหา และพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าอย่างทันทีทันใด รวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ เช่น ลูกค้ามีปัญหาในการใช้บริการต่างๆของโรงแรม พนักงานจะต้องให้ความสนใจกระตือรือร้นที่จะตรวจสอบแก้ไขข้อผิดพลาดในการให้บริการ มีการแก้ไขปัญหา แนะนำ และให้ข้อมูลกับลูกค้าโดยตรง

8. ความปลอดภัย (Security) หมายถึง สภาพที่ปราศจากอันตราย ความเสี่ยงภัย และปัญหาต่างๆ เช่น โรงแรมจัดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอำนวยความสะดวก ดูแลรักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชั่วโมง

9. สร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) หมายถึง สภาพที่ปรากฏให้เห็นหรือจับต้องได้ ในการให้บริการจะทำให้ลูกค้าสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพบริการดังกล่าวได้ เช่น การตกแต่งสถานที่ และบริเวณการให้บริการลูกค้า การใช้เครื่องมืออุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกต่างๆ การแต่งกายของผู้ปฏิบัติการบริการ เป็นต้น

10. การเข้าถึงและรู้จักลูกค้า (Understanding/Knowing Customer) หมายถึง ความพยายามในการค้นหา และทำความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า รวมทั้งการให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว เช่น พนักงาน โรงแรม ให้ความสนใจช่วยเหลือห้องพักให้ลูกค้า พนักงานไม่พูดคุยโทรศัพท์ส่วนตัวขณะปฏิบัติหน้าที่ เป็นต้น

อนุวัฒน์ ศุภชุตินุกูล และคณะ (2541 : 1-3 ) ได้ศึกษาขั้นตอนการทำ กิจกรรมพัฒนาคุณภาพรูปแบบสำหรับบริการสุขภาพ กล่าวถึงความหมายคุณภาพ คือ ภาวะที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้สินค้าหรือบริการ เราอาจเรียกผู้ใช้สินค้าหรือบริการว่าลูกค้าซึ่งหมายถึงที่พึงพึงการทำ งานของเรา การที่ผลงานของเราจะเป็นคุณประโยชน์ต่อลูกค้าได้นั้นจะต้องทำ ในสิ่งที่ควรทำ ให้ถูกต้องตั้งแต่เริ่มแรก (do right thing right since the first time) การทำ ในสิ่งที่ควรทำ คือ การแก้ปัญหาหรือตอบสนองความต้องการของลูกค้า การทำ ให้ถูกต้องตั้งแต่เริ่มแรก คือ การปฏิบัติตามมาตรฐานทางเทคนิคหรือมาตรฐานวิชาชีพเราอาจจำแนกคุณภาพเป็นคุณภาพที่ต้องมี (must be quality) และคุณภาพที่ประทับใจ (attractive quality) คุณภาพที่ต้องมีคือสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหากไม่ได้รับจะเกิดความไม่พึงพอใจ คุณภาพที่ประทับใจคือสิ่งที่เกินความคาดหวังของลูกค้า หากไม่ได้รับก็จะไม่รู้สึกระยะเมื่อ ได้รับแล้วจะรู้สึกประทับใจ การพัฒนาคุณภาพจะต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพที่ต้องมีเป็นอันดับแรก และจัดให้มีคุณภาพที่ประทับใจหากเป็นไปได้เราอาจจำแนกคุณภาพบริการสุขภาพออกเป็นมิติต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. ความรู้ความสามารถ (competency) ของผู้ให้บริการ
2. ความเหมาะสม (appropriateness) ของการให้บริการเป็นการปฏิบัติตามข้อบ่งชี้หรือความสอดคล้องกับมาตรฐานวิชาชีพ
3. ประสิทธิภาพ (effectiveness) ของการให้บริการ ได้แก่การที่ผู้ป่วยรอดชีวิต หายจากการเจ็บป่วย ไม่มีความพิการ
4. ประสิทธิภาพ (efficiency) ของการให้บริการ ได้แก่การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ต้องการ
5. ความปลอดภัย (safety) ได้แก่ การที่ไม่เกิดอันตรายหรือภาวะแทรกซ้อน
6. การเข้าถึงบริการหรือมีบริการให้เมื่อจำเป็น (accessibility)
7. ความเท่าเทียมกันในการรับบริการ (equity)

## 8. ความต่อเนื่อง (continuity)

หลักการสำคัญของการพัฒนาคุณภาพ คือ การมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้า การปรับกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบต่อเนื่องโดยการใช้ข้อมูลและความคิดสร้างสรรค์การทำงานเป็นทีม และการที่ผู้นำ มีบทบาทในการชี้นำ และสนับสนุนอย่างเหมาะสมคุณภาพจะต้องเกิดจากความมุ่งมั่นของผู้ปฏิบัติงานแต่ละคนทำงานในหน้าที่ของตนให้ดีที่สุด ในระบบงานที่ซับซ้อน เช่น โรงพยาบาล ต้องอาศัยความรู้ความเชี่ยวชาญของผู้ปฏิบัติงานจำนวนมากและหลากหลายวิชาชีพ ความร่วมมือและการประสานงานระหว่างผู้ให้บริการจึงมีความจำเป็นต่อการให้บริการที่มีคุณภาพ การพัฒนาคุณภาพเป็นการจัดระบบงานของแต่ละหน่วยงาน และระบบงานที่เชื่อมต่อนระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ การจัดระบบงานดังกล่าวจะต้องอาศัยการทำงานเป็นทีม ทั้งทีมภายในหน่วยงาน ทีมระหว่างหน่วยงาน ทีมระหว่างวิชาชีพ ทีมระหว่างผู้ปฏิบัติงานและผู้บริหาร

Garvin (1988) กล่าวถึงความหมายของคุณภาพบริการว่า มีความหมายแตกต่างกันขึ้นอยู่กับมุมมองของผู้ให้ความหมาย เช่นถ้ายึดเอาลูกค้าเป็นหลัก คุณภาพบริการหมายถึงบริการที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจสูงสุด

Gillem (1990) กล่าวว่าไว้ว่าคุณภาพการให้บริการคือ กระบวนการที่ไม่มีที่สิ้นสุด มุ่งสู่บริการที่เป็นเลิศ ซึ่งกระบวนการนั้นรวมไปถึง ทัศนคติและค่านิยมของบุคลากรในองค์กรด้วย

Gronroos (1990) กล่าวถึงคุณภาพการบริการว่าเป็นการยากที่จะประเมินว่าบริการที่มีคุณภาพคืออะไร เนื่องจากคุณลักษณะของบริการที่ไม่มีตัวตนและลูกค้าจะเกี่ยวข้องกับทั้งกระบวนการผลิตซึ่งสัมพันธ์กับผู้ให้บริการและผลของการบริการที่เกิดขึ้นในการประเมินนั้นควรแบ่งแยกว่า เป็นคุณภาพของกระบวนการให้บริการ (Functional Quality) หรือคุณภาพของผลลัพธ์จากบริการ (Techical Quality) ซึ่งการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้าจะเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบกระบวนการให้บริการที่คาดหวังไว้กับสิ่งที่ได้รับจริง

วีระพงษ์ เณิมจิรัตน์ (2535) ได้ให้ความหมายของคุณภาพบริการ คือ ความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ ระดับความสามารถของบริการในการบำบัดความต้องการของผู้รับบริการ ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการหลังจากได้รับบริการไปแล้ว

จิรุตม์ ศรีรัตนบัลล์ (2537) กล่าวว่าไว้ว่า คุณภาพบริการคือ บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ และเนื่องจากคุณสมบัติของบริการ 4 ประการ คือ ไม่มีตัวตน มีความหลากหลายในตัวเอง ไม่สามารถแบ่งแยกได้และเก็บรักษาไว้ไม่ได้ ดังนั้นคุณภาพของบริการจึงประเมินจากทั้งกระบวนการให้บริการ (Process) และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากบริการนั้น (Outcome) โดยเฉพาะมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างผู้ให้และผู้รับบริการซึ่งบางครั้งมีความสำคัญมากกว่าผลลัพธ์จากการบริการ

เพ็ญจันทร์ แสนประสาน (2542) กล่าวว่า คุณภาพบริการ คือการที่ทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ เป็นบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าตลอดจนขั้นตอนของบริการนั้น ๆ จนถึงภายหลังการบริการด้วย ทั้งนี้ต้องตอบสนองต่อความต้องการเบื้องต้นตลอดจนครอบคลุมไปถึงความคาดหวัง (Expectation) ของผู้ใช้บริการทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ

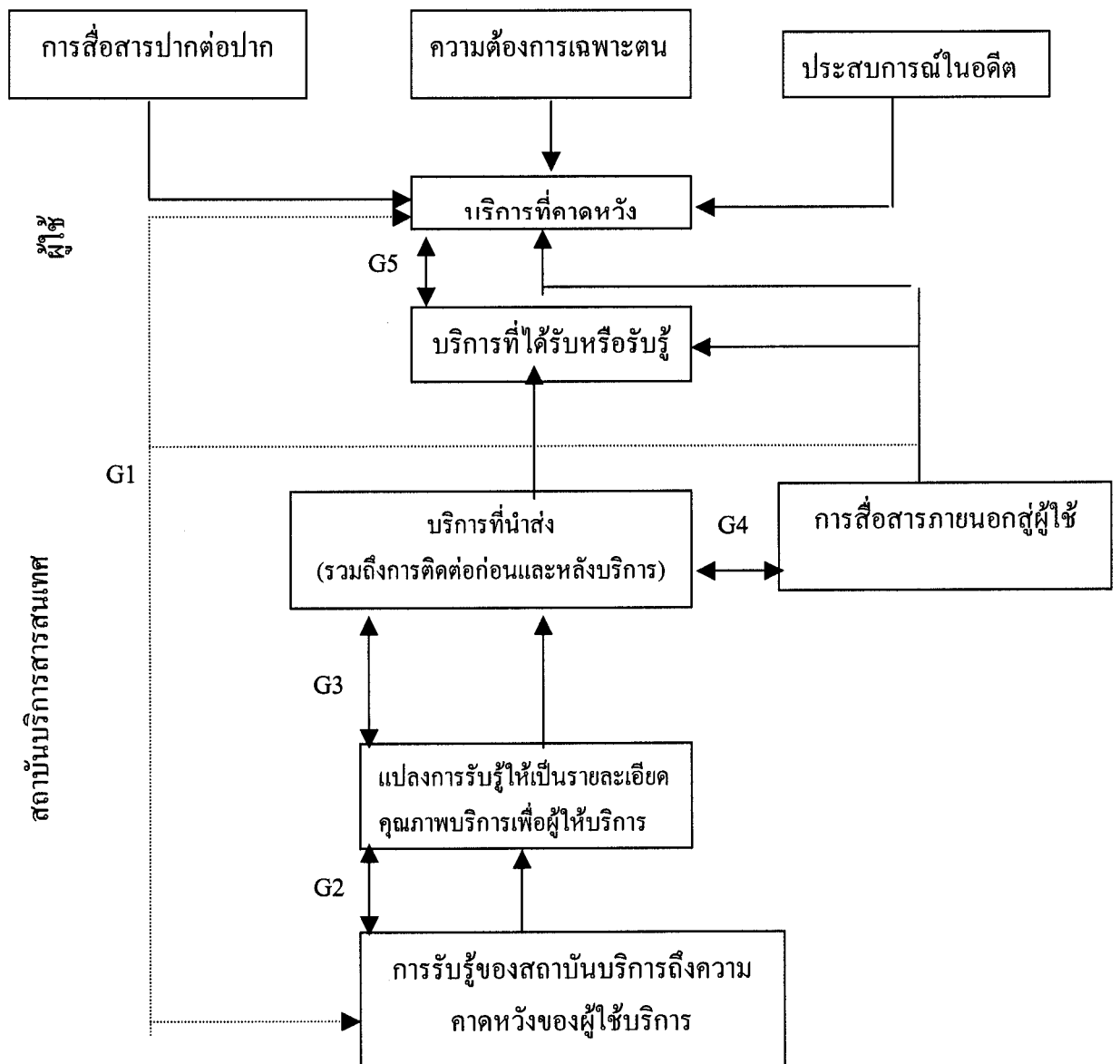
กิตติศักดิ์ พลอยพานิชเจริญ (2541 อ้างถึงใน เพ็ญจันทร์ แสนประสาน, 2542) ได้ให้ความหมายของคุณภาพว่า มีความหมายได้หลายประการแตกต่างกันออกไปแล้วแต่มุมมองและการประยุกต์ใช้ แต่โดยรวมแล้วจะมีความหมายอย่างง่าย ๆ ว่าเป็นการสร้างความปลอดภัยอย่างเบ็ดเสร็จ (Total satisfaction) ต่อผู้รับผลประโยชน์จากองค์กร โดยที่การสร้างความปลอดภัยนั้นต้องเป็นการตอบสนองความจำเป็น (Need) ภายใต้ความคาดหวัง (Expectation) ของลูกค้า

บุญสม มิตรพระพันธ์ (2542) กล่าวว่า บริการที่มีคุณภาพคือ บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการอย่างเหมาะสมตามมาตรฐานองค์กรสถานพยาบาลจะพัฒนางานให้เกิดคุณภาพได้ต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

- 1) ด้วงาน ลักษณะงาน หมายถึงเนื่องงานการพยาบาลที่มีทีมการพยาบาลเป็นผู้ดำเนินการรับผิดชอบโดยตรง ควรมีการปรับปรุงให้มีความง่ายต่อการปฏิบัติ และมีความสะดวกคล่องตัว
- 2) ทรัพยากรที่ใช้ในการทำงาน ได้แก่ ทรัพยากรของการบริหาร 4 องค์ประกอบคือบุคลากร เครื่องมือวัสดุอุปกรณ์ วิธีการทำงานและงบประมาณ ควรมีการเพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้งานให้เกิดประโยชน์สูงสุดและคุ้มค่าที่สุด
- 3) สิ่งแวดล้อมในการทำงาน เป็นปัจจัยสำคัญอีกอย่างหนึ่งที่ส่งผลก่อให้เกิดคุณภาพบริการที่ดี คือสถานที่ สิ่งแวดล้อมและบรรยากาศในการทำงานที่ควรปรับปรุงในด้านความเย็นสบายขึ้น มีความเงียบมากขึ้น ความสวยงามเป็นระเบียบเรียบร้อย

ประภาวดี สืบสนธิ์ (2546) คุณภาพบริการ โดยใช้เครื่องมือ SERVQUAL ปัจจุบันองค์กรต่างๆ ที่มีบทบาทในการเป็นผู้ให้บริการ จะให้ความสำคัญกับคุณภาพของการบริการ เนื่องจากมีภาวะการแข่งขันกันสูง คุณภาพบริการเป็นสิ่งที่ยังคงไม่สามารถตัดสินโดยการด่วนสรุปเอาเองได้ แต่คุณภาพการบริการวัดจากความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการนั้นๆ ขององค์กร ดังนั้นองค์กรจึงให้ความสำคัญกับการประเมินคุณภาพบริการเพื่อการปรับปรุงคุณภาพบริการขององค์กร โดยมีเป้าหมายคือความพึงพอใจของลูกค้า

เครื่องมือ SERVQUAL เป็นเครื่องมือวัดคุณภาพบริการที่พัฒนาโดยทีมนักวิจัยการตลาด ได้แก่ A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry สำหรับองค์กรที่เป็นผู้ให้บริการโดยใช้ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับ และเรียกรูปแบบการวัดคุณภาพบริการนี้ว่า *แบบจำลองช่องว่าง (Gap Model)* ประกอบด้วยช่องว่าง 5 ลักษณะ ดังนี้ (ประภาวดี สืบสนธิ 2546, Parasuraman, Zeithaml and Berry 1985)



แบบจำลองช่องว่างคุณภาพบริการของ Zeithmal และ Parasuraman



ช่องว่างที่ 1 (G1) เป็นช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้ใช้บริการกับการที่สถาบันบริการสารสนเทศรับรู้หรือเล็งเห็นความคาดหวังเหล่านั้น

ช่องว่างที่ 2 (G2) เกิดจากการที่สถาบันบริการสารสนเทศไม่สามารถกำหนดระดับคุณภาพอันเป็นเป้าหมายเพื่อให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ใช้และไม่สามารถแปลงให้เป็นข้อกำหนดที่ผู้ให้บริการสามารถปฏิบัติได้

ช่องว่างที่ 3 (G3) เป็นช่องว่างของการให้บริการ เกิดจากบริการที่นำส่งจริงนั้นไม่ได้ตรงตามคุณลักษณะที่กำหนด ช่องว่างนี้เกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้ให้บริการเกี่ยวข้องกับความรู้อ ความสามารถ แรงจูงใจ และทัศนคติ

ช่องว่างที่ 4 (G4) ความคาดหวังของผู้ใช้ต่อบริการที่เกิดจากการสื่อสาร การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ช่องว่างนี้เป็นช่องว่างระหว่างบริการที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารสู่ภายนอกในลักษณะที่สถาบันบริการสารสนเทศให้สัญญาไว้มากแต่บริการที่ผู้ใช้ได้ไม่สอดคล้องกับที่โฆษณาประชาสัมพันธ์ไว้

ช่องว่างที่ 5 (G5) เป็นช่องว่างที่สำคัญที่สุด เป็นช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการ ช่องว่างนี้จะแคบหรือกว้างขึ้นอยู่กับช่องว่างที่ 1-4

การวัดคุณภาพบริการจะวัดจากความกว้าง-แคบของช่องว่างข้างต้น ถ้าช่องว่างกว้าง แสดงว่าคุณภาพบริการยังด้อยจำเป็นต้องปรับปรุงบริการเพื่อเพิ่มคุณภาพบริการ โดยการลดช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้ใช้บริการและบริการที่จัดให้

นอกจากแบบจำลองช่องว่างทั้ง 5 ลักษณะนี้แล้ว พาราสุรามาน, ไชแชนมวล และแบร์รี ยังได้กำหนดมิติในการวัดคุณภาพบริการไว้ 10 ด้าน ดังนี้

1. ลักษณะที่จับต้องได้ (Tangibles) ลักษณะสภาพแวดล้อมที่ปรากฏให้เห็นเป็นรูปธรรม เช่น วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ อาคารสถานที่ บุคลากร

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ

3. การตอบสนอง (Responsiveness) การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการหรือลูกค้าอย่างทันท่วงที

4. ความสามารถ (Competence) ความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้องเหมาะสม

5. ความมีมารยาท (Courtesy) การบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ให้เกียรติต่อผู้ให้บริการ

6. ความน่าศรัทธา (Credibility) ความเชื่อถือได้ บริการที่ซื่อสัตย์ น่าไว้วางใจ

7. ความปลอดภัย (Security) ความมั่นคง ปลอดภัย อบอุ่นใจขณะใช้บริการ
8. การเข้าถึงบริการ (Access) การเข้าใช้บริการง่าย สะดวก ไม่ยุ่งยาก
9. การสื่อสาร (Communication) การสื่อสารกับผู้ใช้บริการได้อย่างกระจ่าง เข้าใจ  
หมดข้อสงสัย
10. ความเข้าใจ (Understanding The Customer) ความเข้าใจถึงความต้องการของ  
ผู้ใช้บริการ

ลักษณะเครื่องมือ SERVQUAL ที่ใช้วัดคุณภาพบริการจะแบ่งเป็น 2 บริบท บริบทแรก จะใช้วัดความคาดหวังของผู้ใช้บริการ บริบทที่สอง วัดการรับรู้ถึงบริการที่ผู้ใช้ได้รับ โดยมีข้อคำถาม 22 เรื่อง ครอบคลุมมิติการวัดคุณภาพบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความ มั่นใจ ความเข้าใจ และลักษณะที่จับต้องได้ ต่อมาได้เพิ่มบริบทความคาดหวังขั้นต่ำเข้ามาอีก บริบท โดยให้ผู้ใช้ประเมินบริบท 3 ส่วน คือ ความคาดหวังขั้นต่ำ ความคาดหวังที่ต้องการและการ รับรู้ผลงานบริการ โดยใช้สเกลวัดค่า 7 ระดับ คือ ระดับ 1 (ต่ำสุด) ถึง ระดับ 9 (สูงสุด)

Gothberg ได้ให้ความเห็นว่า งานบริการต้องประกอบด้วยคุณลักษณะ 2 ประการ คือ

1. คุณภาพของทรัพยากร ต้องเลือกสรรแล้วว่าสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ และมีคุณภาพดี
2. คุณภาพของบุคลากรผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการต้องมีความรอบรู้ในงานบริการนั้นเป็น อย่างดี การสื่อสาร เช่น การสื่อสารระหว่างผู้ใช้บริการ การใช้ภาษา สัญลักษณ์ต้องสามารถสื่อความ หมายให้เข้าใจกันได้เป็นอย่างดี

อิฐฐพร ภูเจริญ (2539:69-70) กล่าวว่า คุณภาพอาจมีหลายมุมมองที่แตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับใครจะเป็นผู้วิเคราะห์ แต่คุณภาพนั้นต้องสามารถประเมินได้หรืออาจเขียนออกมาเป็น สูตรได้ดังนี้

$$\text{คุณภาพ} = \text{ความพอใจของลูกค้า} = \frac{\text{บริการที่ได้รับ}}{\text{บริการที่คาดหวังได้}}$$

Kotler (2000:438) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ การดำเนินธุรกิจบริการให้ชนะคู่แข่งได้นั้น ต้องมีการส่งมอบบริการที่มี คุณภาพสูงอย่างต่อเนื่องมากกว่าคู่แข่ง และเกินกว่าที่ลูกค้าคาดหวังไว้ โดยสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังนั้นจะ ได้จากประสบการณ์ต่างๆของลูกค้าในอดีต จากการบอกเล่าปากต่อปาก และจากการโฆษณาของ ธุรกิจให้บริการ และภายหลังจากที่ลูกค้าได้รับบริการ ลูกค้าจะเปรียบเทียบการบริการที่ลูกค้าคาด หวัง ถ้าการบริการที่ลูกค้าได้รับ ต่ำกว่าการบริการที่ลูกค้าคาดหวัง ลูกค้าก็จะขาดความสนใจ

ในตัวผู้ให้บริการ แต่ถ้าการบริการที่ลูกค้าได้รับเท่ากับหรือเกินกว่าการบริการที่ลูกค้าคาดหวังลูกค้าก็มักจะใช้บริการจากผู้ให้บริการอีกครั้ง

กล่าวโดยสรุป คุณภาพบริการหมายถึง บริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับ

### 3.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อัญชลี เหล่าจิตพิงศ์ (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการบริการของศูนย์บริการสาธารณสุขในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในบริการของศูนย์บริการสาธารณสุข ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่รู้จักศูนย์บริการสาธารณสุข เนื่องจากศูนย์อยู่ใกล้บ้าน จึงสะดวก ประหยัดเวลา อีกทั้งค่าบริการไม่แพง อีกทั้งค่าบริการไม่แพง ส่วนความคิดเห็นต่อการปฏิบัติงานของแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่นั้น ผู้ใช้บริการเห็นว่าแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ ให้คำแนะนำ และอธิบายข้อสงสัยให้ทราบเสมอ นอกจากนี้การวิจัยดังกล่าวยังเป็นการศึกษาความคิดเห็นในด้านการให้บริการอย่างกว้างๆ เพื่อเป็นพื้นฐานในการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ที่ซับซ้อนสำหรับผู้สนใจต่อไปในอนาคต ซึ่งจะเห็นได้จากการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการแก้ไขบริการสาธารณสุขปรากฏว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เห็นว่าการบริการที่มีอยู่แล้วในขณะนี้เหมาะสมคืออยู่แล้ว ซึ่งอาจจะเป็นผู้ใช้บริการพอใจกับการบริการที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าบริการที่เสียในราคาถูก หรืออาจจะเป็นเพราะ ระดับการศึกษาที่ค่อนข้างต่ำทำให้ผู้ให้บริการไม่กล้าออกความเห็น ยิ่งไปกว่านั้นนิสัยคนไทยมักจะเป็นคนเกรงใจผู้อื่นเมื่อได้รับบริการที่สะดวกพอสมควรจึงพอใจที่ได้รับเท่าที่ฝ่ายให้บริการเสนอมาให้

คุณฉวี ใหญ่เรืองศรี (2541: บทคัดย่อ) ศึกษาคุณภาพการบริการตามความคาดหวังที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการบริการพยาบาลของพระภิกษุอาพาธในหอผู้ป่วยในโรงพยาบาลสงฆ์ กระทรวงสาธารณสุข กลุ่มตัวอย่างคือ พระภิกษุที่แผนกผู้ป่วยใน จำนวน 380 รูป เครื่องมือที่ใช้ประเมินคุณภาพบริการตามความคาดหวังประยุกต์จากแนวคิดของ Prasuraman et al. ในปี 1985 และดัดแปลงใช้ SERVQUAL เป็นเครื่องมือประเมินคุณภาพบริการ 5 ด้าน 37 ข้อ และเพิ่มเติมอีก 2 ด้าน คือ ความสามารถในการปฏิบัติงาน และการรับรู้บทบาทในการปฏิบัติตาม รวมคำถามทั้งหมด 52 ข้อ 7 ด้าน ผลการวิจัยพบว่า พระภิกษุอาพาธร้อยละ 60.80 คาดหวังในคุณภาพบริการสูง ส่วนร้อยละ 63.16 มีความพึงพอใจต่อการบริการรักษาพยาบาล และเมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะผู้เข้ารับบริการ และปัจจัยเกี่ยวกับการรับบริการไม่มีความ

สัมพันธ์กับความพอใจในบริการรักษาพยาบาล ส่วนคุณภาพบริการตามความคาดหวังมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรักษาพยาบาล

ศุวดี ดวงเด่น (2538 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาคุณภาพบริการที่ผู้ป่วยคาดหวังจากพยาบาลหัวหน้าหอผู้ป่วยรับรู้ความคาดหวังของผู้ป่วย โรงพยาบาลของรัฐในกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2538 พบว่าคุณภาพบริการที่ผู้ป่วยคาดหวังจากพยาบาลอยู่ในระดับมากทุกหมวด ได้แก่การให้บริการเข้าถึงบริการ การติดต่อสื่อสาร สมรรถนะของพยาบาล ความมีอัธยาศัยไมตรี ความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่น ไว้วางใจ การตอบสนองความต้องการของผู้ป่วย ความมั่นคงปลอดภัยความเป็นรูปธรรมของบริการและการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการพื้นที่เช่าของผู้เช่าในศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ตเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ประชากรที่จะทำการศึกษาเป็นผู้เช่าพื้นที่ในศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ตเฉพาะ ผู้เช่าที่เช่าพื้นที่ในห้องที่มีพื้นที่มากกว่า 20 ตารางเมตร และ ทำสัญญาเช่าตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป ยกเว้นพื้นที่ใหญ่ เช่น เมเจอร์ซินิเพล็กซ์ ไอที ซิตี้ ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน แคลิฟลอเนียร์ ท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ต จำนวน 223 ราย

#### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยรูปแบบของแบบสอบถามจะใช้แบบปลายปิด (Close-Ended Question) และแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) โดยคำถามแบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของแผนกต่างๆ ในศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต

ส่วนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะในการให้บริการ

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ในที่นี้ได้อาจมาจากการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างร้านค้าที่เช่าพื้นที่ของศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ตจำนวน 223 ราย โดยทำการแจกข้อมูลระหว่างวันที่ 10-30 กันยายน 2550 โดยแจกให้ผู้เช่าใช้วิธีแจกแบบสอบถามให้ผู้เช่าด้วยตนเอง (Self-administered Questionnaires)

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากวิทยานิพนธ์ เอกสารการวิจัย แนวคิด ทฤษฎีต่างๆ รวมทั้งเอกสารการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.3 ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 217 ฉบับ จากจำนวนที่ส่งไป 223 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 99.31 ตรวจสอบแล้วเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 192 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 88.47 ของขนาดตัวอย่าง

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ สถิติที่ใช้เป็นสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สำหรับการวัดระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อการให้บริการของศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ใช้มาตรวัดของ ลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) โดยคำถามที่ใช้รวบรวมข้อมูลเป็นแบบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุด โดยแต่ละระดับกำหนดเกณฑ์ให้คะแนนดังนี้

ระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

นอกจากนี้ได้กำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อการวิเคราะห์ โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับดังนี้

ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.50 – 5.00	ความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด
3.50 – 4.49	ความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก
2.50 – 3.49	ความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง
1.50 – 2.49	ความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.49	ความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

เมื่อการเก็บข้อมูลและผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้องของข้อมูลแล้ว ได้ทำการกระทำข้อมูลมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ให้คะแนนของคำตอบแต่ละข้อและลงรหัส (coding) ในแบบสอบถามเพื่อให้อยู่ในรูปแบบสัญลักษณ์ ที่ใช้กับเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อนำไปประมวลผลได้
2. นำแบบสอบถามที่ได้ลงรหัสคะแนนแล้วลงไปลงในแบบลงรหัสในกระดาษลงรหัส (coding sheet)
3. นำข้อมูลบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์
4. ประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อให้ได้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

## 5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ในการอธิบายและแสดง ค่าของข้อมูลที่เป็นค่าความถี่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน(Standard Deviation)

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการพื้นที่เช่าของผู้เช่าในศูนย์การค้า เซ็นทรัล พลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความคิดเห็นของผู้เช่า ต่อการให้บริการในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าเชียงใหม่ แอร์พอร์ต ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วนนำเสนอตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 1 - 7)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการให้บริการของแผนก ต่างๆในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่แอร์พอร์ต (ตารางที่ 8 - 18)

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	48	25
หญิง	144	75
รวม	192	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิงร้อยละ 75 เป็นเพศชาย ร้อยละ 25



ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	1	0.5
21-30 ปี	115	59.9
31-40 ปี	60	31.3
41-50 ปี	15	7.8
51-60 ปี	1	0.5
61 ปีขึ้นไป	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>192</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 59.9 รองลงมาคือ มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 31.3 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 7.8 อายุ ต่ำกว่า 20 ปี และ 51 – 60 ปี ร้อยละ 0.05

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	136	70.8
สมรส	52	27.1
อื่นๆ	4	2.1
<b>รวม</b>	<b>192</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 70.8 สถานภาพสมรส ร้อยละ 27.1 และ อื่นๆ ร้อยละ 2.1

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมปลาย	5	2.6
มัธยมปลาย / ปวช.	37	19.3
อนุปริญญา / ปวส.	22	11.5
ปริญญาตรี	119	62.0
สูงกว่าปริญญาตรี	9	4.7
<b>รวม</b>	<b>192</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 62.0 ระดับมัธยมปลาย / ปวช. ร้อยละ 19.3 ระดับอนุปริญญา / ปวส. ร้อยละ 11.5 สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 4.7 และ ต่ำกว่ามัธยมร้อยละ ปลายร้อยละ 2.6

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง

ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของร้าน	23	12
ผู้จัดการร้าน	94	49
ซูปเปอร์ไวท์เซอร์	5	2.6
อื่นๆ	70	36.5
<b>รวม</b>	<b>192</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่ง ผู้จัดการร้าน ร้อยละ 49 ตำแหน่งอื่นๆ ร้อยละ 36.5 ตำแหน่งเจ้าของร้าน ร้อยละ 12 และ ตำแหน่ง ซูปเปอร์ไวท์เซอร์ จำนวน 2.6

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม แสดง อายุงาน

อายุงาน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	20	10.4
1ปี- 3 ปี	47	24.5
3 ปี 1 เดือน – 5 ปี	63	32.8
อื่นๆ	62	32.3
<b>รวม</b>	<b>192</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุงาน 3 ปี 1 เดือน – 5 ปี ร้อยละ 32.8 อื่นๆ ร้อยละ 32.3 1ปี – 3 ปี ร้อยละ 24.5 และ ต่ำกว่า 1 ปี ร้อยละ 10.4

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม แสดงรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	38	19.8
10,000 บาท – 15,000 บาท	79	41.1
15,001 บาท – 20,000 บาท	28	14.6
มากกว่า 20,000 บาท	47	24.5
<b>รวม</b>	<b>192</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 10,000 – 15,000 บาท ร้อยละ 41.1 มากกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 24.5 น้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 19.8 และ อยู่ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 14.6

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการให้บริการของแผนกต่างๆ ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต

ตารางที่ 4.8 ภาพรวมความคิดเห็นของผู้เข้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการพื้นที่เช่าของศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ทั้ง 10 ด้าน

ความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่	ร้านค้า สัมพันธ์	อาคาร	งาน ระบบ	การเงิน	ส่งเสริม การขาย
1. ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จักและทำให้ลูกค้าสามารถคาดคะเน	3.74	3.46	3.50	3.67	3.74
2. ความไว้วางใจในบริการที่มอบให้ลูกค้า	3.54	3.46	3.48	3.66	3.54
3. การตอบสนองของลูกค้าให้แก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ	3.47	3.39	3.45	3.52	3.47
4. ซีดความสามารถในการให้บริการ	3.62	3.59	3.63	3.63	3.62
5. ความสุภาพและความมีน้ำใจในการให้บริการ	3.59	3.49	3.48	3.58	3.59
6. ความน่าเชื่อถือของหน่วยงานและพนักงาน	3.64	3.56	3.61	3.69	3.64
7. ความมั่นคงปลอดภัยในการให้บริการ	3.66	3.65	3.67	3.74	3.66
8. การเข้าถึงบริการของศูนย์ฯของลูกค้า	3.53	3.49	3.49	3.57	3.53
9. การสื่อสารกับลูกค้า	3.57	3.53	3.52	3.66	3.57
10. การเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า	3.41	3.40	3.45	3.49	3.41
ค่าเฉลี่ยรวม	3.58	3.50	3.53	3.62	3.58

จากตารางที่ 4.8 แสดงความคิดเห็นของผู้เข้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการโดยรวมของแผนกต่างๆ ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต พบว่า คุณภาพในการให้บริการของแผนกแผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.62$ ) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือแผนกร้านค้าสัมพันธ์ ( $\bar{X} = 3.58$ ) และแผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.58$ ) แผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.53$ ) และแผนกที่น้อยที่สุดคือแผนกอาคาร ( $\bar{X} = 3.50$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จักและทำให้ลูกค้าสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพการบริการได้แผนกที่ได้คะแนนสูงสุดได้แก่แผนกร้านค้าสัมพันธ์

( $\bar{X}=3.74$ ) และแผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X}=3.74$ ) แผนกที่ได้คะแนนรองลงมาคือแผนกการเงิน( $\bar{X}=3.67$ ) และ แผนกที่ได้คะแนนต่ำสุดคือ แผนกอาคาร ( $\bar{X}=3.46$ )

ด้านความไว้วางใจในบริการที่มอบให้ลูกค้า แผนกที่ได้คะแนนสูงสุดคือแผนกการเงิน( $\bar{X}=3.66$ ) แผนกที่ได้รับคะแนนรองลงมาคือแผนกร้านค้าสัมพันธ์ ( $\bar{X}=3.54$ ) และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X}=3.54$ ) และ แผนกที่ได้คะแนนต่ำสุดคือ แผนกอาคาร ( $\bar{X}=3.46$ )

ด้านการตอบสนองให้แก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ แผนกที่ได้คะแนนสูงสุดคือ แผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.52$ ) แผนกที่ได้คะแนนรองลงมาคือแผนกร้านค้าสัมพันธ์ ( $\bar{X}=3.47$ ) และแผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X}=3.47$ ) ส่วนแผนกที่ได้คะแนนต่ำสุดคือ แผนกอาคาร ( $\bar{X}=3.39$ )

ด้านขีดความสามารถในการให้บริการ แผนกที่ได้คะแนนสูงสุดคือแผนกงานระบบ( $\bar{X}=3.63$ ) และแผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.63$ ) แผนกที่ได้คะแนนรองลงมาคือแผนกร้านค้าสัมพันธ์ ( $\bar{X}=3.62$ ) และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X}=3.62$ ) ส่วนแผนกที่ได้คะแนนต่ำสุดคือแผนกอาคาร ( $\bar{X}=3.59$ )

ด้านความสุภาพและความมีน้ำใจในการให้บริการ แผนกที่ได้คะแนนสูงสุดคือแผนกร้านค้าสัมพันธ์ ( $\bar{X}=3.59$ ) และแผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X}=3.59$ ) แผนกที่ได้คะแนนรองลงมาคือแผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.58$ ) และแผนกที่ได้คะแนนต่ำสุดคือแผนกงานระบบ ( $\bar{X}=3.48$ )

ด้านความน่าเชื่อถือของหน่วยงานและพนักงาน แผนกที่ได้คะแนนสูงสุดคือแผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.69$ ) แผนกที่ได้คะแนนรองลงมาคือแผนกร้านค้าสัมพันธ์ ( $\bar{X}=3.64$ ) และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X}=3.64$ ) ส่วนแผนกที่ได้รับคะแนนต่ำสุดคือแผนกอาคาร ( $\bar{X}=3.56$ )

ด้านความมั่นคงปลอดภัยในการให้บริการ แผนกที่ได้คะแนนสูงสุดคือแผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.74$ ) แผนกที่ได้คะแนนรองลงมาคือแผนกงานระบบ ( $\bar{X}=3.67$ ) แผนกที่ได้คะแนนต่ำสุดได้แก่แผนกอาคาร ( $\bar{X}=3.65$ )

ด้านการเข้าถึงบริการของศูนย์การค้าของลูกค้าแผนกที่ได้คะแนนสูงสุดคือแผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.57$ ) แผนกที่ได้คะแนนรองลงมาได้แก่แผนกร้านค้าสัมพันธ์ ( $\bar{X}=3.53$ ) และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X}=3.53$ ) ส่วนแผนกที่ได้คะแนนต่ำสุดได้แก่ แผนกอาคาร ( $\bar{X}=3.49$ ) และแผนกงานระบบ( $\bar{X}=3.49$ )

ด้านการสื่อสารกับลูกค้า แผนกที่ได้คะแนนสูงสุดคือแผนกการเงิน( $\bar{X}=3.66$ ) แผนกที่ได้คะแนนรองลงมาได้แก่แผนกร้านค้าสัมพันธ์( $\bar{X}=3.57$ ) และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X}=3.57$ ) ส่วนแผนกที่ได้คะแนนต่ำสุดได้แก่แผนกงานระบบ ( $\bar{X}=3.52$ )

ด้านการเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า แผนกที่ได้คะแนนสูงสุดคือแผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.49$ ) แผนกที่ได้คะแนนสูงรองลงมาได้แก่แผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.45$ ) และแผนกที่ได้คะแนนต่ำสุดคือแผนก อาคาร ( $\bar{X} = 3.40$ )

ตารางที่ 4.9 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้เข้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จักและทำให้ลูกค้าสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพการบริการได้

ความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่	ร้านค้า		อาคาร		งานระบบ		การเงิน		ส่งเสริมการขาย	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
1. ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จักและทำให้ลูกค้าสามารถ คาดคะเนถึงคุณภาพบริการได้										
1.1 การแต่งกายของเจ้าหน้าที่	3.80	0.73	3.59	0.69	3.60	0.72	3.73	0.71	3.80	0.73
1.2 การต้อนรับ ทักทาย กริยามารยาท	3.61	0.90	3.34	0.78	3.42	0.83	3.53	0.82	3.61	0.90
1.3 พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี	3.77	0.77	3.45	0.78	3.48	0.77	3.68	0.77	3.77	0.77
1.4 สถานที่ให้บริการท่านมีความสวยงาม และสะอาด	3.79	0.79	3.46	0.86	3.48	0.81	3.76	0.81	3.79	0.79
รวม	3.74	0.66	3.46	0.64	3.50	0.64	3.67	0.67	3.74	0.66

ตารางที่ 4.9 แสดงว่า ความคิดเห็นด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จักและทำให้ลูกค้าสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพบริการได้ ที่ร้านค้า/ผู้เช่าประเมินอยู่ในระดับมากได้แก่ แผนกร้านค้าสัมพันธ์ และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.74$ ) แผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.67$ ) และ แผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.5$ ) ส่วนคุณภาพการให้บริการของ แผนกอาคารอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.46$ )

โดยหากพิจารณาในประเด็นย่อยต่างๆ ได้แก่

1. การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่แผนกร้านค้าสัมพันธ์และแผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.80$ ) รองลงมาคือแผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.73$ ) และ แผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่แผนกอาคาร ( $\bar{X} = 3.59$ )

2. การต้อนรับ ทักทาย กริยามารยาท แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ แผนกร้านค้าสัมพันธ์ และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X}=3.61$ ) รองลงมาคือ แผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.53$ ) และแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ แผนกอาคาร ( $\bar{X}=3.34$ )

3. พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ แผนกร้านค้าสัมพันธ์ และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X}=3.77$ ) รองลงมาคือแผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.68$ ) และ แผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ แผนกอาคาร ( $\bar{X}=3.45$ )

4. สถานที่ให้บริการท่านมีความสวยงามและสะอาด แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ แผนกร้านค้าสัมพันธ์ และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X}=3.79$ ) รองลงมาคือแผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.76$ ) และแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ แผนกอาคาร ( $\bar{X}=3.46$ )

ตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้เข้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้า เซ็นทรัล พลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ด้านความไว้วางใจในบริการที่มอบให้ลูกค้า

ความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่	ร้านค้าสัมพันธ์		อาคาร		งานระบบ		การเงิน		ส่งเสริมการขาย	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
<b>2.ความไว้วางใจในบริการที่มอบให้ลูกค้า</b>										
2.1พนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามกำหนดที่ตกลงไว้	3.56	0.83	3.44	0.84	3.50	0.64	3.65	0.78	3.56	0.83
2.2 พนักงานสามารถเก็บรักษาข้อมูลความลับของลูกค้าได้เป็นอย่างดี	3.64	0.81	3.60	0.81	3.48	0.82	3.71	0.78	3.64	0.81
2.3พนักงานสามารถให้บริการตามลำดับก่อนหลัง	3.54	0.81	3.41	0.79	3.63	0.78	3.68	0.75	3.54	0.80
2.4พนักงานสามารถปฏิบัติงานแบบเสมอต้นเสมอปลาย	3.54	0.81	3.45	0.80	3.51	0.77	3.63	0.73	3.54	0.80
2.5พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้ถูกต้องและแม่นยำ	3.45	0.80	3.42	0.87	3.48	0.82	3.61	0.79	3.45	0.80
<b>รวม</b>	<b>3.54</b>	<b>0.69</b>	<b>3.46</b>	<b>0.72</b>	<b>3.48</b>	<b>0.87</b>	<b>3.66</b>	<b>0.67</b>	<b>3.54</b>	<b>0.69</b>

ตารางที่ 4.10 แสดงว่า ความคิดเห็นด้านความไว้วางใจในบริการที่มอบให้ลูกค้าที่ร้านค้า/ผู้เช่าประเมินอยู่ในระดับมากได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.66$ ) แผนกร้านค้าสัมพันธ์ ( $\bar{X} = 3.54$ ) แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.54$ ) ส่วนคุณภาพการให้บริการของแผนกที่อยู่ในระดับปานกลางคือ แผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.48$ ) และ แผนกอาคาร ( $\bar{X} = 3.46$ ) โดยหากพิจารณาในประเด็นย่อยต่างๆ ได้แก่

1. พนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามกำหนดที่ตกลงไว้แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.65$ ) รองลงมาคือแผนกร้านค้าสัมพันธ์ และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.56$ ) และแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่แผนกอาคาร ( $\bar{X} = 3.44$ )

2. พนักงานสามารถเก็บรักษาข้อมูลความลับของลูกค้าได้เป็นอย่างดีแผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.71$ ) รองลงมาคือแผนกร้านค้าสัมพันธ์ และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.64$ ) ส่วนแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่แผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.48$ )

3. พนักงานสามารถให้บริการตามลำดับก่อนหลังแผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.68$ ) รองลงมาได้แก่แผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.63$ ) และแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่แผนกอาคาร ( $\bar{X} = 3.41$ )

4. พนักงานสามารถปฏิบัติงานแบบเสมอต้นเสมอปลายแผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.63$ ) รองลงมาได้แก่แผนกร้านค้าสัมพันธ์ และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.54$ ) ส่วนแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่แผนกอาคาร ( $\bar{X} = 3.45$ )

5. พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้ถูกต้องและแม่นยำแผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.61$ ) รองลงมาได้แก่แผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.48$ ) แผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่แผนกอาคาร ( $\bar{X} = 3.42$ )



ตารางที่ 4.11 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้เข้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้า  
เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ด้านการตอบสนองให้แก่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว  
ตามที่ลูกค้าต้องการ

ความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่	ร้านค้า สัมพันธ์		อาคาร		งานระบบ		การเงิน		ส่งเสริมการ ขาย	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
<b>3. การตอบสนองลูกค้าให้แก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ</b>										
3.1 พนักงานมีความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าตลอดเวลา	3.63	0.87	3.54	0.85	3.54	0.82	3.56	0.81	3.63	0.87
3.2 พนักงานทำงานได้อย่างรวดเร็วสามารถให้บริการลูกค้าได้ทันทีที่ต้องการ	3.50	0.81	3.39	0.86	3.44	0.87	3.56	0.80	3.50	0.81
3.3 บริการที่ทางศูนย์จัดให้เพียงพอต่อความต้องการ	3.41	0.85	3.35	0.86	3.43	0.83	3.53	0.82	3.41	0.85
3.4 การติดต่อประสานงานระหว่างศูนย์ฯ และ ร้านค้าสะดวกรวดเร็ว	3.45	0.92	3.38	0.95	3.44	0.93	3.52	0.86	3.45	0.92
3.5 เมื่อท่านมีปัญหาศูนย์ฯสามารถแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว	3.37	0.95	3.27	0.96	3.39	0.94	3.44	0.84	3.37	0.95
<b>รวม</b>	<b>3.47</b>	<b>0.77</b>	<b>3.39</b>	<b>0.79</b>	<b>3.45</b>	<b>0.78</b>	<b>3.52</b>	<b>0.73</b>	<b>3.47</b>	<b>0.77</b>

ตารางที่ 4.11 แสดงว่า ความคิดเห็นในด้านการตอบสนองให้แก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ร้านค้า/ผู้เช่า ประเมินอยู่ในระดับมาก ได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.52$ ) ส่วนคุณภาพการให้บริการของแผนกที่อยู่ในระดับปานกลางคือ แผนกร้านค้าสัมพันธ์ ( $\bar{X}=3.47$ ) แผนกแผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X}=3.47$ ) แผนกงานระบบ ( $\bar{X}=3.45$ ) และแผนกอาคาร ( $\bar{X}=3.39$ ) โดยหากพิจารณาในประเด็นย่อยต่างๆ ได้แก่

1. พนักงานมีความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าตลอดเวลาแผนกที่ได้รับผลการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ แผนกร้านค้าสัมพันธ์และแผนกส่งเสริมการขาย

( $\bar{X}=3.63$ ) รองลงมาได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.56$ ) และแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่แผนกอาคารและแผนกงานระบบ ( $\bar{X}=3.54$ )

2. พนักงานทำงานได้อย่างรวดเร็วสามารถให้บริการลูกค้าได้ทันทีที่ต้องการแผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.56$ ) รองลงมาได้แก่ แผนกร้านค้าสัมพันธ์ และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X}=3.50$ ) ส่วนแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่แผนกอาคาร ( $\bar{X}=3.39$ )

3. บริการที่ทางศูนย์จัดให้เพียงพอต่อความต้องการแผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกการเงิน( $\bar{X}=3.53$ ) รองลงมาได้แก่แผนกงานระบบ ( $\bar{X}=3.43$ ) และแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่แผนกอาคาร ( $\bar{X}=3.35$ )

4. การติดต่อประสานงานระหว่างศูนย์ฯ และ ร้านค้าสะดวกรวดเร็วแผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกการเงิน( $\bar{X}=3.52$ ) รองลงมาได้แก่แผนกร้านค้าสัมพันธ์ และ แผนกส่งเสริมการขาย( $\bar{X}=3.45$ ) และแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่แผนกอาคาร ( $\bar{X}=3.38$ )

5. เมื่อท่านมีปัญหาศูนย์ฯสามารถแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.44$ ) รองลงมาได้แก่แผนกงานระบบ ( $\bar{X}=3.39$ ) และแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่แผนกอาคาร ( $\bar{X}=3.27$ )

ตารางที่ 4.12 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้เข้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้า  
เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ด้านขีดความสามารถในการให้บริการ

ความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่	ร้านค้า สัมพันธ์		อาคาร		งานระบบ		การเงิน		ส่งเสริมการ ขาย	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
4. ขีดความสามารถในการให้บริการ										
4.1 พนักงานมีความชำนาญ และ มีความ รู้ความสามารถในงาน	3.66	0.77	3.69	0.75	3.74	0.80	3.71	0.76	3.66	0.77
4.2 พนักงานให้บริการด้วยท่าทีที่คล่อง แคล่ว	3.64	0.78	3.55	0.78	3.61	0.82	3.64	0.79	3.64	0.78
4.3 พนักงานสามารถใช้อุปกรณ์และ เทคโนโลยีอย่างชำนาญ	3.60	0.81	3.58	0.80	3.60	0.77	3.63	0.77	3.60	0.81
4.4 อุปกรณ์ต่างๆ มีความทันสมัย	3.58	0.82	3.55	0.76	3.56	0.80	3.57	0.78	3.58	0.82
รวม	3.62	0.70	3.59	0.67	3.63	0.71	3.63	0.69	3.62	0.70

ตารางที่ 4.12 แสดงว่าความคิดเห็นด้านขีดความสามารถในการให้บริการ ตามที่ร้านค้า  
/ผู้เช่า ประเมินอยู่ในระดับมากได้แก่ แผนกงานระบบ และ แผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.63$ ) แผนก  
ร้านค้าสัมพันธ์ และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.62$ ) และแผนกอาคาร ( $\bar{X} = 3.59$ )

โดยหากพิจารณาในประเด็นย่อยต่างๆได้แก่

1. พนักงานมีความชำนาญ และ มีความรู้ความสามารถในงาน แผนกที่ได้รับการ  
ประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.74$ ) รองลงมาได้แก่ แผนกการ  
เงิน ( $\bar{X} = 3.71$ ) และแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่แผนกร้านค้าสัมพันธ์ และ  
แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.66$ )

2. พนักงานให้บริการด้วยท่าทีที่คล่องแคล่ว แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่า  
เฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกร้านค้าสัมพันธ์ แผนกการเงินและแผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.64$ ) รองลง  
มาได้แก่แผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.61$ ) และแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่แผนก  
อาคาร ( $\bar{X} = 3.55$ )

3. พนักงานสามารถใช้อุปกรณ์และเทคโนโลยีอย่างชำนาญ แผนกที่ได้รับการประเมิน  
คุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.63$ ) รองลงมาได้แก่แผนกร้านค้าสัมพันธ์

แผนงานระบบ และแผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.60$ ) ส่วนแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่แผนกอาคาร ( $\bar{X} = 3.58$ )

4. อุปกรณ์ต่างๆ มีความทันสมัย แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ร้านค้าสัมพันธ์ และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.58$ ) รองลงมาได้แก่แผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.57$ ) และแผนกที่ได้รับการประเมินด้วย ค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่แผนกอาคาร ( $\bar{X} = 3.55$ )

**ตารางที่ 4.13** เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้เข้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ด้านความสุภาพและความมีน้ำใจในการให้บริการ

ความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่	ร้านค้าสัมพันธ์		อาคาร		งานระบบ		การเงิน		ส่งเสริมการขาย	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
<b>5.ความสุภาพและความมีน้ำใจในการให้บริการ</b>										
5.1 พนักงานมีความอดทนต่อภาวะกดดัน	3.53	0.89	3.51	0.86	3.46	0.86	3.56	0.81	3.53	0.89
5.2 พนักงานมีความสุภาพอ่อนน้อม	3.61	0.84	3.45	0.92	3.47	0.86	3.56	0.80	3.61	0.84
5.3 พนักงานรับโทรศัพท์ด้วยถ้อยคำที่ไพเราะ	3.72	0.84	3.52	0.88	3.53	0.83	3.63	0.81	3.72	0.84
5.4 พนักงานดูแลเอาใจใส่กับทรัพย์สินของท่านเป็นอย่างดี	3.52	0.91	3.47	0.95	3.48	0.93	3.55	0.87	3.52	0.91
<b>รวม</b>	<b>3.59</b>	<b>0.76</b>	<b>3.49</b>	<b>0.81</b>	<b>3.48</b>	<b>0.79</b>	<b>3.58</b>	<b>0.75</b>	<b>3.59</b>	<b>0.76</b>

ตารางที่ 4.13 แสดงว่าความคิดเห็นของผู้เข้าด้านความสุภาพและความมีน้ำใจในการให้บริการตามที่ร้านค้า/ผู้เข้า ประเมินอยู่ในระดับมากได้แก่ แผนกส่งเสริมการขาย และ แผนกร้านค้าสัมพันธ์ ( $\bar{X} = 3.59$ ) แผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.58$ ) ส่วนคุณภาพการให้บริการของแผนกที่อยู่ในระดับปานกลางคือ แผนกอาคาร ( $\bar{X} = 3.49$ ) และแผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.48$ )

โดยหากพิจารณาในประเด็นย่อยต่างๆ ได้แก่

1. พนักงานมีความอดทนต่อภาวะกดดัน แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.56$ ) รองลงมาได้แก่แผนกร้านค้าสัมพันธ์ และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X}=3.53$ ) ส่วนแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่แผนกงานระบบ ( $\bar{X}=3.46$ )

2. พนักงานมีความสุขภาพอ่อนนุ่ม แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกร้านค้าสัมพันธ์ และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X}=3.61$ ) รองลงมาได้แก่แผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.56$ ) และแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่แผนกอาคาร ( $\bar{X}=3.45$ )

3. พนักงานรับโทรศัพท์ด้วยถ้อยคำที่ไพเราะ แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกร้านค้าสัมพันธ์ และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X}=3.72$ ) รองลงมาได้แก่แผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.63$ ) และแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่แผนกอาคาร ( $\bar{X}=3.52$ )

4. พนักงานดูแลเอาใจใส่กับทรัพย์สินของท่านเป็นอย่างดี แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.55$ ) รองลงมาได้แก่แผนกร้านค้าสัมพันธ์ และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X}=3.52$ ) ส่วนแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่แผนกอาคาร ( $\bar{X}=3.47$ )

ตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้เข้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้า  
เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ด้านความน่าเชื่อถือของหน่วยงานและพนักงาน

ความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่	ร้านค้า		อาคาร		งานระบบ		การเงิน		ส่งเสริมการขาย	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
6. ความน่าเชื่อถือของหน่วยงานและพนักงาน										
6.1 พนักงานที่ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี การแต่งกายสะอาดเรียบร้อยเหมาะสมกับหน้าที่	3.82	0.69	3.62	0.74	3.68	0.79	3.72	0.74	3.82	0.69
6.2 พนักงานมีความรู้ในงานที่รับผิดชอบ	3.71	0.71	3.72	0.73	3.70	0.79	3.82	0.77	3.71	0.71
6.3 พนักงานมีความรับผิดชอบพร้อมที่จะให้บริการแก่ท่าน	3.64	0.77	3.53	0.82	3.57	0.83	3.74	0.78	3.64	0.77
6.4 พนักงานให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน	3.54	0.77	3.47	0.81	3.55	0.82	3.60	0.82	3.54	0.77
6.5 ท่านมั่นใจว่าบริการที่ได้รับเป็นบริการที่ดีที่สุด	3.51	0.77	3.48	0.82	3.53	0.88	3.57	0.79	3.51	0.77
รวม	3.64	0.65	3.56	0.69	3.61	0.72	3.69	0.68	3.64	0.65

จากตารางที่ 4.14 แสดงว่าความคิดเห็นด้านความน่าเชื่อถือของหน่วยงานและพนักงาน ตามที่ร้านค้า/ผู้เช่า ประเมินอยู่ในระดับมากได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.69$ ) แผนกส่งเสริมการขาย และแผนกร้านค้าสัมพันธ์ ( $\bar{X}=3.64$ ) แผนกงานระบบ ( $\bar{X}=3.61$ ) และ แผนกอาคาร ( $\bar{X}=3.56$ )

โดยหากพิจารณาในประเด็นย่อยต่างๆได้แก่

1. พนักงานที่ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี การแต่งกายสะอาดเรียบร้อยเหมาะสมกับหน้าที่ แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกร้านค้าสัมพันธ์ และแผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X}=3.82$ ) รองลงมาได้แก่แผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.72$ ) และแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่แผนกอาคาร ( $\bar{X}=3.62$ )

2. พนักงานมีความรู้ในงานที่รับผิดชอบ แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.82$ ) รองลงมาได้แก่แผนกอาคาร ( $\bar{X}=3.72$ ) และแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่ แผนกงานระบบ ( $\bar{X}=3.70$ )

3. พนักงานมีความรับผิดชอบพร้อมที่จะให้บริการแก่ท่าน แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.74$ ) รองลงมาได้แก่แผนกร้านค้าสัมพันธ์ และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X}=3.64$ ) ส่วนแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่ แผนกงานระบบ ( $\bar{X}=3.53$ )

4. พนักงานให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.60$ ) รองลงมาได้แก่แผนกงานระบบ ( $\bar{X}=3.55$ ) และแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่แผนกอาคาร ( $\bar{X}=3.47$ )

5. ท่านมั่นใจว่าบริการที่ได้รับเป็นบริการที่ดีที่สุด แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.60$ ) รองลงมาได้แก่แผนกงานระบบ ( $\bar{X}=3.53$ ) และแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่ แผนกอาคาร ( $\bar{X}=3.47$ )

ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้เข้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ด้านความมั่นคงปลอดภัยในการให้บริการ

ความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่	ร้านค้าสัมพันธ์		อาคาร		งานระบบ		การเงิน		ส่งเสริมการขาย	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
7.ความมั่นคงปลอดภัยในการให้บริการ										
7.1 เครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการมีความมั่นคง,ปลอดภัย และ ทันสมัย	3.63	0.81	3.57	0.80	3.64	0.81	3.66	0.81	3.63	0.81
7.2 เอกสารสำคัญของท่านถูกเก็บอย่างปลอดภัย	3.61	0.81	3.61	0.84	3.64	0.78	3.73	0.77	3.61	0.81
7.3 บันทึกข้อมูลของท่านปลอดภัยจากผู้ที่ไม่มีความซื่อสัตย์	3.64	0.83	3.69	0.81	3.66	0.83	3.74	0.83	3.64	0.83
7.4 พนักงานปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริตไม่มีการเรียกร้อ่งค่าใช้จ่ายอื่น	3.77	0.87	3.75	0.83	3.74	0.84	3.84	0.81	3.77	0.87
รวม	3.66	0.73	3.65	0.73	3.67	0.74	3.74	0.73	3.66	0.73

จากตารางที่ 4.15 แสดงว่าความคิดเห็นด้านความมั่นคงปลอดภัยในการให้บริการ ตามที่ร้านค้า/ผู้เช่า ประเมินอยู่ในระดับมากได้แก่แผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.74$ ) แผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.67$ ) แผนกร้านค้าสัมพันธ์ และแผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.66$ ) และแผนกอาคาร ( $\bar{X} = 3.65$ )

โดยหากพิจารณาในประเด็นย่อยต่างๆ ได้แก่

1. เครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการมีความมั่นคง ปลอดภัย และ ทันสมัย แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.66$ ) รองลงมาได้แก่แผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.64$ ) และแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่แผนกอาคาร ( $\bar{X} = 3.57$ )

2. เอกสารสำคัญของท่านถูกเก็บอย่างปลอดภัย แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.73$ ) รองลงมาได้แก่แผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.64$ ) และแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่แผนกร้านค้าสัมพันธ์ แผนกอาคาร และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.61$ )

3. บันทึกข้อมูลของท่านปลอดภัยจากผู้ที่ไม่มีความซื่อสัตย์ แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.74$ ) รองลงมาได้แก่แผนกอาคาร ( $\bar{X} = 3.69$ ) และแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่แผนกร้านค้าสัมพันธ์ และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.64$ )

4. พนักงานปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริตไม่มีการเรียกร้อยค่าใช้จ่ายอื่น แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.84$ ) รองลงมาได้แก่แผนกร้านค้าสัมพันธ์ และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.77$ ) ส่วนแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่แผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.74$ )



ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้เข้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้า  
เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ด้านการเข้าถึงบริการของศูนย์ฯของลูกค้า

ความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่	ร้านค้า		อาคาร		งานระบบ		การเงิน		ส่งเสริมการขาย	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
'8.การเข้าถึงบริการของศูนย์ฯของลูกค้า										
8.1เมื่อมีปัญหาท่านสามารถเข้าไปพูดคุยกับพนักงานได้โดยง่าย	3.58	0.89	3.47	0.87	3.53	0.89	3.61	0.90	3.58	0.89
8.2 ท่านสามารถเข้าไปใช้บริการของแต่ละแผนกได้โดยสะดวก	3.50	0.88	3.50	0.83	3.51	0.89	3.58	0.89	3.50	0.88
8.3 ท่านสามารถติดต่อกับพนักงานได้โดยสะดวกได้ทุกช่องทาง(ทางโทรศัพท์,เข้าพบฯลฯ)	3.58	0.91	3.54	0.81	3.52	0.83	3.59	0.86	3.58	0.91
8.4 ท่านใช้เวลาในการรอคอยการบริการน้อย	3.46	0.94	3.45	0.89	3.41	0.96	3.51	0.92	3.46	0.94
<b>รวม</b>	<b>3.53</b>	<b>0.83</b>	<b>3.49</b>	<b>0.77</b>	<b>3.49</b>	<b>0.82</b>	<b>3.57</b>	<b>0.83</b>	<b>3.53</b>	<b>0.83</b>

จากตารางที่ 4.16 แสดงว่าความคิดเห็นด้านการเข้าถึงบริการของศูนย์ฯของลูกค้า ตามที่ร้านค้า/ผู้เช่า ประเมินอยู่ในระดับมากได้แก่แผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.57$ ) แผนกร้านค้าสัมพันธ์ และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X}=3.53$ ) ส่วนคุณภาพการให้บริการของแผนกที่อยู่ในระดับปานกลางคือ แผนกอาคารและ แผนกงานระบบ ( $\bar{X}=3.49$ ) โดยหากพิจารณาในประเด็นย่อยต่างๆได้แก่

1. เมื่อมีปัญหาท่านสามารถเข้าไปพูดคุยกับพนักงานได้โดยง่าย แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.61$ ) รองลงมาได้แก่แผนกร้านค้าสัมพันธ์ และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X}=3.58$ ) ส่วนแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่ แผนกอาคาร ( $\bar{X}=3.47$ )

2. ท่านสามารถเข้าไปใช้บริการของแต่ละแผนกได้โดยสะดวก แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.61$ ) รองลงมาได้แก่แผนกงานระบบ(

$\bar{X} = 3.51$ ) และ แผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ แผนกร้านค้าสัมพันธ์ แผนกอาคาร และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.50$ )

3. ท่านสามารถติดต่อกับพนักงานได้โดยสะดวกได้ทุกช่องทาง (ทางโทรศัพท์, เข้าพบ ฯลฯ) แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.59$ ) รองลงมา ได้แก่ แผนกร้านค้าสัมพันธ์ และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.58$ ) ส่วนแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ แผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.52$ )

4. ท่านใช้เวลาในการรอคอยการบริการน้อย แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.51$ ) รองลงมา ได้แก่ แผนกร้านค้าสัมพันธ์ และแผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.46$ ) ส่วนแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ แผนกอาคาร ( $\bar{X} = 3.41$ )

**ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้เข้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ด้านการสื่อสารกับลูกค้า**

ความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่	ร้านค้าสัมพันธ์		อาคาร		งานระบบ		การเงิน		ส่งเสริมการขาย	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
<b>9. การสื่อสารกับลูกค้า</b>										
9.1 เมื่อท่านมาติดต่อพนักงานรับฟังปัญหาและสนใจท่าน	3.56	0.84	3.56	0.80	3.57	0.85	3.68	0.79	3.56	0.84
9.2 พนักงานใช้คำพูดที่ท่านเข้าใจง่าย	3.61	0.81	3.54	0.81	3.55	0.82	3.66	0.83	3.61	0.81
9.3 พนักงานยินดีรับฟังข้อเสนอแนะ ดี ชมจากท่าน	3.46	0.86	3.51	0.87	3.46	0.84	3.64	0.84	3.46	0.86
9.4 พนักงานใช้คำพูดที่สุภาพ ไพเราะ	3.64	0.88	3.51	0.84	3.51	0.85	3.68	0.84	3.64	0.88
<b>รวม</b>	<b>3.57</b>	<b>0.77</b>	<b>3.53</b>	<b>0.73</b>	<b>3.52</b>	<b>0.76</b>	<b>3.66</b>	<b>0.76</b>	<b>3.57</b>	<b>0.77</b>

จากตารางที่ 4.17 แสดงว่าความคิดเห็นด้านการสื่อสารกับลูกค้า ตามที่ร้านค้า/ผู้เข้าประเมินอยู่ในระดับมาก ได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.66$ ) แผนกส่งเสริมการขายและ แผนกร้านค้าสัมพันธ์ ( $\bar{X} = 3.57$ ) แผนกอาคาร ( $\bar{X} = 3.53$ ) และแผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.52$ )

โดยหากพิจารณาในประเด็นย่อยต่างๆ ได้แก่

1. เมื่อท่านมาติดต่อพนักงานรับฟังปัญหาและสนใจท่าน แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.68$ ) รองลงมาได้แก่แผนกงานระบบ ( $\bar{X}=3.57$ ) และแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่ แผนกร้านค้าสัมพันธ์ แผนกอาคาร และแผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X}=3.56$ )

2. พนักงานใช้คำพูดที่ท่านเข้าใจง่าย แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.66$ ) รองลงมาได้แก่แผนกร้านค้าสัมพันธ์ และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X}=3.61$ ) ส่วนแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่ แผนกอาคาร ( $\bar{X}=3.54$ )

3. พนักงานยินดีรับฟังข้อเสนอแนะ ดีชมจากท่าน แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.64$ ) รองลงมาได้แก่แผนกอาคาร ( $\bar{X}=3.51$ ) และแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ แผนกร้านค้าสัมพันธ์ แผนกงานระบบ และแผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X}=3.46$ )

4. พนักงานใช้คำพูดที่สุภาพ ไพเราะ แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.68$ ) รองลงมาได้แก่แผนกร้านค้าสัมพันธ์ และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X}=3.64$ ) ส่วนแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่ แผนกอาคาร และ แผนกงานระบบ ( $\bar{X}=3.51$ )

ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้เข้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ด้านการเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า

ความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่	ร้านค้า สัมพันธ์		อาคาร		งานระบบ		การเงิน		ส่งเสริมการขาย	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
<b>10. การเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า</b>										
10.1 พนักงานสามารถจดจำท่านได้	3.32	0.97	3.33	0.92	3.38	0.89	3.45	0.95	3.32	0.97
10.2 พนักงานสามารถเข้าใจวัตถุประสงค์ที่ท่านต้องการได้	3.43	0.87	3.44	0.78	3.52	0.83	3.55	0.88	3.43	0.87
10.3 ระดับการให้บริการมีความสม่ำเสมอทุกครั้ง	3.43	0.84	3.41	0.84	3.46	0.81	3.51	0.86	3.43	0.83
10.4 พนักงานสามารถปรับตัวให้เข้ากับ ความพึงพอใจของท่านได้	3.44	0.90	3.44	0.84	3.45	0.83	3.47	0.86	3.44	0.90
<b>รวม</b>	<b>3.41</b>	<b>0.80</b>	<b>3.40</b>	<b>0.76</b>	<b>3.45</b>	<b>0.76</b>	<b>3.49</b>	<b>0.81</b>	<b>3.41</b>	<b>0.80</b>

จากตารางที่ 4.18 แสดงว่า ความคิดเห็นด้านการเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ตามที่ร้านค้า/ผู้เช่าประเมินอยู่ในระดับปานกลางได้แก่แผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.49$ ) แผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.45$ ) แผนกร้านค้าสัมพันธ์และแผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.41$ ) และแผนกอาคาร ( $\bar{X} = 3.40$ )

โดยหากพิจารณาในประเด็นย่อยต่างๆ ได้แก่

1. พนักงานสามารถจดจำท่านได้ แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่แผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.45$ ) รองลงมาได้แก่แผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.38$ ) ส่วนแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่ แผนกร้านค้าสัมพันธ์ และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.32$ )

2. พนักงานสามารถเข้าใจวัตถุประสงค์ที่ท่านต้องการได้ แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.55$ ) รองลงมาได้แก่แผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.52$ ) และแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่แผนกร้านค้าสัมพันธ์ และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.43$ )

3. ระดับการให้บริการมีความสม่ำเสมอทุกครั้ง แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.51$ ) รองลงมา ได้แก่ แผนกงานระบบ ( $\bar{X}=3.46$ ) และแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ แผนกอาคาร ( $\bar{X}=3.41$ )

4. พนักงานสามารถปรับตัวให้เข้ากับความพึงพอใจของท่านได้ แผนกที่ได้รับการประเมินคุณภาพด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ แผนกการเงิน ( $\bar{X}=3.47$ ) รองลงมา ได้แก่ แผนกงานระบบ ( $\bar{X}=3.45$ ) และแผนกที่ได้รับการประเมินด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ แผนกร้านค้าสัมพันธ์ แผนกอาคาร และแผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X}=3.44$ )

### ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะในการให้บริการ

#### 1. ท่านคิดว่าแผนกต่างๆควรมีการปรับปรุงด้านใดบ้าง

##### 1.1 แผนกร้านค้าสัมพันธ์

- 1.1.1 พนักงานควรยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเองกับร้านค้า ( 7 ราย )
- 1.1.2 ควรมีการเยี่ยมเยียนร้านค้าเดือนละ 1 ครั้ง ( 7 ราย )
- 1.1.3 ควรให้ความสนใจกับร้านค้าที่มาติดต่อ ( 5 ราย )
- 1.1.4 ควรลดขั้นตอนการทำงานให้มีความสะดวกแก่ร้านค้ามากขึ้น ( 3 ราย )
- 1.1.5 ควรมีการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ร้านค้าให้ชัดเจน ( 3 ราย )
- 1.1.6 ควรจัดระเบียบรถเข็น (Cart) ให้มากกว่าเดิม ( 3 ราย )
- 1.1.7 ควรมีพนักงานรับโทรศัพท์ตลอดเวลา ไม่ปล่อยให้โทรศัพท์ดังนานเกินไป ( 2 ราย )

##### 1.2 แผนกอาคาร

ประกอบด้วย งานอาคาร งานแม่บ้าน และ งานรักษาความปลอดภัย

##### งานอาคาร

- 1.2.1 การทำงานของแผนกอาคารควรทำงานให้เร็วขึ้น ( 5 ราย )
- 1.2.2 ควรเพิ่มลานจอดรถให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า ( 4 ราย )
- 1.2.3 พนักงานควรพูดจาให้สุภาพ ( 3 ราย )
- 1.2.4 ควรมีการซ่อมแซมตู้ใส่จดหมายให้อยู่ในสภาพที่แข็งแรง เอกสารสำคัญของร้านค้าจะได้ไม่สูญหาย ( 3 ราย )

1.2.5 ควรมีการบำรุงรักษาอาคารให้มีสภาพที่ดีตลอดเวลา

1.2.6 ที่จอดรถมอเตอร์ไซค์ควรมีหลังคา ( 2 ราย )

#### งานแม่บ้าน

1.2.7 ควรดูแลห้องน้ำให้สะอาดอยู่ตลอดเวลา( 16 ราย)

1.2.8 แม่บ้านควรมีกรีธาที่สุภาพ พุดจาไพเราะ ( 10 ราย)

1.2.9 ไม่ควรปล่อยให้กระดาษชำระหมด และทิ้งขยะห่างนานเกินไป  
( 9 ราย )

1.2.10 ห้องน้ำไม่ควรปิดก่อนเวลาศูนย์ฯ ปิดให้บริการ

1.2.11 ควรมีการกำจัดหนู และ แมลงสาบในร้านค้า ( 2 ราย )

1.2.12 ควรมีการเพิ่มจำนวนแม่บ้านให้เพียงพอ ( 1 ราย )

#### งานรปภ.

1.2.13 ควรปรับเพิ่มระบบดูแลความปลอดภัยในลานจอดรถ ( 13 ราย )

1.2.14 รปภ. ควรพุดจาให้สุภาพ ไม่ส่งเสียงดัง ( 12 ราย )

1.2.15 การระงับเหตุฉุกเฉินต่างๆควรมีความรวดเร็วกว่าเดิม ( 4 ราย )

1.2.16 รปภ. ประจำประตู ควรบริการลูกค้าให้ทั่วถึง ( 4 ราย )

1.2.17 ควรมีการเดินตรวจ ทุกชั่วโมง ( 3 ราย )

1.2.18 ไม่ควรปล่อยให้ลูกค้าเข้ามาในศูนย์ฯ ก่อนศูนย์ฯ เปิดให้บริการ  
( 2 ราย )

1.2.19 ควรมีความกระตือรือร้น มากกว่านี้ ( 1 ราย )

#### 1.3 แผนกงานระบบ

1.3.1 การทำงานของแผนกควรมีการปรับปรุงให้เร็วขึ้นกว่าเดิม ( 13 ราย )

1.3.2 ควรมีมาตรการในการแก้ปัญหาไฟฟ้า ดับบ่อย ( 6 ราย )

1.3.3 ควรมีการแก้ปัญหาระยะยาวเรื่องแอร์ในร้าน ไม่ค่อยเย็น ( 5 ราย )

1.3.4 ควรมีการตรวจเช็คระบบไฟฟ้า และ แอร์อย่างสม่ำเสมอ ( 5 ราย )

1.3.5 ควรเพิ่มจำนวนพนักงานให้เพียงพอกับการให้บริการ ( 2 ราย )

1.3.6 พนักงานควรพุดจาให้สุภาพ ( 2 ราย )

1.3.7 ควรมีการการตรวจสอบท่อน้ำมีกลิ่นเหม็นภายในร้าน ( 2 ราย )

1.3.8 การแจ้งเข้าทำงานในร้านควรแจ้งล่วงหน้า ( 1 ราย )

#### 1.4 แผนการเงิน

1.4.1 ควรเพิ่มจำนวนพนักงานในช่วงที่มีลูกค้ามาใช้บริการมาก ( 8 ราย )

1.4.2 ควรยืมแถมแถมใส่ ยินดีต้อนรับลูกค้าที่มาใช้บริการเสมอ ( 4 ราย )

1.4.3 ควรมีบริการแลกเหรียญ และ ธนบัตร ให้ร้านค้า ( 2 ราย )

#### 1.5 แผนส่งเสริมการขาย

1.5.1 การจัดงานส่งเสริมการขายควรมีการควบคุมการใช้เสียงไม่ให้รบกวนร้านค้าใกล้เคียง ( 4 ราย )

1.5.2 ควรมีการเข้าเยี่ยมร้านค้าข้าง ( 3 ราย )

1.5.3 ควรมีการปรับเสียงตามสายให้ได้ยินอย่างทั่วถึง ( 2 ราย )

1.5.4 ควรมีการจัดกิจกรรมในวันธรรมดาให้มากขึ้น ( 2 ราย )

1.5.5 ควรแจ้งรายละเอียดรายการส่งเสริมการขายให้ชัดเจน ( 1 ราย )

1.5.6 การจัดรายการส่งเสริมการขายไม่ควรบงกัหน้าร้าน และกระทบการขายของร้านค้าภายในศูนย์ฯ ( 3 ราย )

1.5.7 ควรจัดให้ร้านค้าติดต่อแผนกได้ง่ายขึ้น ( 1 ราย )

1.5.8 ควรมีการจัดรายการส่งเสริมการขายควรจัดขึ้นอื่นๆบ้าง ( 1 ราย )

1.5.9 ควรพุดจาให้สุภาพ ( 1 ราย )

## 2. ท่านต้องการให้ศูนย์การค้าเพิ่มร้านค้า และสถานบริการประเภทใดเพิ่มเติม เช่น สวนน้ำ สวนสนุก โรงภาพยนตร์ สถานรับเลี้ยงเด็ก เป็นต้น

2.1.1 สวนสนุก ( 73 ราย )

2.1.2 สวนน้ำ ( 54 ราย )

2.1.3 สถานรับเลี้ยงเด็ก ( 20 ราย )

2.1.4 โบว์ลิ่ง ( 19 ราย )

2.1.5 คลินิกทำฟัน ( 2 ราย )

2.1.6 สถาบันกวดวิชา ( 3 ราย )

2.1.7 ร้านขายต้นไม้ ( 3 ราย )

2.1.8 สเก็ตน้ำแข็ง ( 3 ราย )

2.1.9 สถานที่ออกกำลังกายราคาประหยัด ( 3 ราย )

2.1.10 สถานพยาบาล( 1 ราย )



## บทที่ 5

### สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการพื้นที่เช่าของผู้เช่าในศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต เป็นการศึกษาถึงคุณภาพการให้บริการแก่ผู้เช่าในศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ในปัจจุบัน เพื่อนำผลการวิจัยไปพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ในด้านต่างๆของศูนย์การค้าให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เช่า สนับสนุนให้ผู้เช่า สามารถดำเนินกิจการได้อย่างเต็มที่ และ เพื่อความเป็นเลิศในด้านการบริการต่อไป

#### 1. สรุปผลการศึกษา

##### 1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการแก่ผู้เช่าในศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต

##### 1.2 วิธีดำเนินการวิจัย

**1.2.1 ประชากร (Population)** ประชากรที่ศึกษาจะเป็นผู้เช่าพื้นที่ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่แอร์พอร์ต เฉพาะผู้เช่าที่มีพื้นที่ตั้งแต่ 20 ตารางเมตรขึ้นไป มีอายุ สัญญาเช่า 1 ปีขึ้นไป ไม่รวมร้านค้าที่เช่าพื้นที่ส่วนกลาง และ Big Area จำนวน 223 ราย ได้แบบสอบถามกลับคืนมา 217 ราย คิดเป็นร้อยละ 99.31 เป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ 192 ราย คิดเป็น ร้อยละ 88.47

**1.2.2 เครื่องมือที่ใช้** ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเรื่องคุณภาพการให้บริการของ ศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต เป็นคำถามปลายปิด

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการให้บริการของแผนกต่างๆ

**3.1.4 แผนการเงิน** ควรปรับปรุงในเรื่องการเพิ่มจำนวนพนักงานให้เพียงพอโดยเฉพาะช่วงที่ลูกค้าใช้บริการมาก มากที่สุด รองลงมาคือพนักงานของแผนกการเงินควรมีการบริการแลกเงินให้ร้านค้าเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับทางร้าน

**3.1.5 แผนส่งเสริมการขาย** ควรปรับปรุงในเรื่อง ควรมีการควบคุมการใช้เสียงของงาน ส่งเสริมการขายมากที่สุด รองลงมาคือควรมีการเข้าเยี่ยมเยียนร้านค้าบ้าง และ ควรมีการปรับเสียงตามสายให้ได้ยินอย่างทั่วถึง

**3.2 ในการทำการศึกษารั้งต่อไป** ข้อเสนอแนะในการทำการศึกษารั้งต่อไปควรทำเรื่องความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต รายแผนก เพื่อจะได้ทราบผลการศึกษาที่ละเอียดยิ่งขึ้น

บริการของศูนย์บริการสาธารณสุขในเขตกรุงเทพมหานคร ว่าค่าที่ได้ออกมาส่วนใหญ่อยู่ในระดับที่เหมาะสมดีแล้ว อาจเป็นเพราะ ผู้ใช้บริการอาจจะยังไม่อยากออกความเห็น ตามนิสัยของคนไทยที่เป็นคนขี้เกรงใจผู้อื่นเมื่อได้รับบริการที่สะดวกพอสมควรจึงพอใจที่ได้รับเท่าที่ฝ่ายให้บริการเสนอมาให้ และ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุวดี ดวงเด่น (2538) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพบริการที่ผู้ป่วยคาดหวังจากพยาบาลหัวหน้าหอผู้ป่วยรับรู้ความคาดหวังของผู้ป่วย โรงพยาบาลของรัฐในกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2538 พบว่าคุณภาพบริการที่ผู้ป่วยคาดหวังจากพยาบาลอยู่ในระดับมากทุกหมวด ได้แก่การให้บริการเข้าถึงบริการ การติดต่อสื่อสาร สมรรถนะของพยาบาล ความเป็นกันเอง อธิยาศัยไมตรี ความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่นไว้วางใจ การตอบสนองความต้องการของผู้ป่วย ความมั่นคงปลอดภัยความเป็นรูปธรรมของบริการและการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ

### 3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ในการนำผลการศึกษาไปใช้ พบว่า คะแนนที่ได้ไม่ต่างกันมาก โดยภาพรวมแล้วอยู่ในระดับปานกลาง ถึงมากภาพรวมน่าจะมีการปรับปรุงการบริการในทุกๆแผนกโดยเฉพาะแผนกอาคาร และ แผนกงานระบบ ซึ่งงานบริการจะต้องมีปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง และ ตลอดเวลา

3.1.1 **แผนกร้านค้าสัมพันธ์** ควรปรับปรุงในเรื่อง พนักงานควรมีการยิ้มแย้มแจ่มใส มากขึ้นที่สุดรองลงมาคือ ควรมีการเข้าเยี่ยมร้านค้าอย่าง น้อยเดือนละ 1 ครั้ง และควรรีความสนใจกับร้านค้าที่เข้ามาติดต่อ

3.1.2 **แผนกอาคาร** ด้านแผนกงานอาคารควรปรับปรุงในเรื่องการทำงานให้รวดเร็วยิ่งขึ้นมากที่สุด รองลงมาคือ ควรเพิ่มลานจอดรถให้เพียงพอับความต้องการของลูกค้า และพนักงานควรพุดจาให้สุภาพ ด้านแผนกงานแม่บ้าน ควรมีการปรับปรุงในเรื่อง การรักษาความสะอาดของห้องน้ำมากที่สุด การพุดจา กิริยาของแม่บ้าน รองลงมาคือ ควรดูแลกระดาษชำระให้มีอย่างพอเพียงตลอดเวลา

3.1.3 **แผนกงานระบบ** ควรปรับปรุงในเรื่อง การทำงานให้รวดเร็วยิ่งขึ้นมากที่สุด รองลงมาคือ ควรมีการแก้ปัญหาไฟฟ้าดับบ่อย และ บำรุงรักษาแอร์ทั้งภายในร้านและพื้นที่ส่วนกลางให้มีความเย็นอย่างเหมาะสม

10 ประการคือ ลักษณะที่จับต้องได้ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) ความสามารถ (Competence) ความมีมารยาท (Courtesy) ความน่าศรัทธา (Credibility) ความปลอดภัย (Security) การเข้าถึงบริการ (Access) การสื่อสาร (Communication) ความเข้าใจ (Understanding The Customer) และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องนำมาอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

ความคิดเห็นเป็นความคิดเห็นเชิงการรับรู้ที่มีต่อการให้บริการในปัจจุบันพบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ถึง มาก ในทุกๆด้านของการให้บริการ โดยที่แผนกที่ได้รับความความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการในระดับต้นๆได้แก่แผนกการเงินได้คะแนนสูงสุด แสดงว่าแผนกการเงินมีความตั้งใจในการให้บริการ หรืออาจเป็นเพราะแผนกการเงินเป็นแผนกที่ส่วนมากอยู่กับที่หรือลูกค้าเข้ามาชำระค่าเช่าเท่านั้น หากลูกค้าคิดค้างชำระค่าเช่า แผนกการเงินก็จะเป็นฝ่ายทวงหนี้ หากเป็นร้านค้าที่มีสำนักงานอยู่ที่กรุงเทพฯ ทางหน้าร้านก็จะไม่ทราบและไม่ได้ติดต่อด้วย รองลงมาได้แก่แผนกร้านค้าสัมพันธ์ และแผนกส่งเสริมการขาย ได้คะแนนเท่ากันในทุกๆด้าน อาจเป็นเพราะแผนกร้านค้าสัมพันธ์ เป็นแผนกที่ใกล้ชิดกับลูกค้ามากที่สุด และเป็นแผนกที่ต้องคอยช่วยเหลือและประสานงานให้กับร้านค้าเกือบทุกเรื่อง และแผนกร้านค้าสัมพันธ์ กำลังพัฒนาการบริการให้เป็นระดับเว็ลด์คลาส ความจริงแผนกนี้ควรได้รับคะแนนมากกว่าทุกๆแผนก ส่วนแผนกส่งเสริมการขาย หากร้านค้าใดที่ไม่มีการจัดรายการส่งเสริมการขายนอกร้านก็จะไม่มีโอกาสได้ติดต่อกับแผนกนี้ รองลงมาได้แก่แผนกงานระบบ แผนกงานระบบเพิ่งเข้าสู่การปรับปรุงการบริการให้เป็นระดับเว็ลด์คลาส เช่นเดียวกับแผนกร้านค้าสัมพันธ์ จึงทำให้แผนกงานระบบมีคะแนนสูงกว่าแผนกอาคาร เพราะแผนกงานระบบได้พัฒนาในด้านความเร็วในการให้บริการ โดยไปถึงร้านค้าที่แจ้งมาภายใน ชั่วโมง ทำให้ร้านค้าที่เคยได้รับการบริการให้คะแนนสูงกว่าแผนกอาคาร ส่วนแผนกที่ได้คะแนนน้อยที่สุดได้แก่แผนกอาคาร เป็นเพราะแผนกอาคารมีโครงสร้างของแผนกที่ค่อนข้างมีช่องว่างระหว่างผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติ กล่าวคือ มีผู้จัดการแผนกอาคาร และลงมาเป็นเจ้าหน้าที่ จึงทำให้บางครั้งการติดต่อประสานงานระหว่างแผนกขาดตอนไป แผนกอาคารควรบริหารจัดการ หัวหน้าแผนกเพื่อมาเป็นผู้บังคับบัญชาระดับต้นเพื่อลดช่องว่างระหว่างตำแหน่ง และแผนกอาคารควรปรับปรุงการทำงานใหม่ทั้งแผนก ตั้งแต่การจัดหาอุปกรณ์ที่ช่วยในการทำงานให้ทันสมัย จัดการฝึกอบรมด้านฝีมือให้กับพนักงานทุกคนมีการจัดทำ บัญชีวัสดุอุปกรณ์(stock book)ที่มีประสิทธิภาพ และยังเป็นแผนกที่ต้องดูแลบริษัทที่ทางศูนย์การค้าจ้างมาเพื่อดูแลในด้านการรักษาความปลอดภัย และงานแม่บ้าน ดังนั้นอาจมีปัญหาในด้านการให้คุณให้โทษแก่พนักงานของบริษัทอื่น ปัญหาด้านการลาออกของพนักงานบ่อย พนักงานไม่มีคุณภาพ ไม่มีการฝึกอบรมที่เพียงพอก่อนเข้าทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชลี เหล่าธิดิพงศ์ (2542) เรื่องศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการ

**1.1 แผนกร้านค้าสัมพันธ์ ได้รับข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงในเรื่อง** การยิ้มแย้มแจ่มใส กิริยามารยาทของเจ้าหน้าที่แผนกร้านค้าสัมพันธ์ และการเข้าเยี่ยมเยียนร้านค้าอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง มากที่สุด รองลงมาได้แก่การให้ความสนใจกับลูกค้าที่เข้ามาติดต่อกับแผนกร้านค้าสัมพันธ์

**1.2 แผนกอาคารสถานที่ได้รับข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงในเรื่อง**

**1.2.1 งานอาคารที่ได้รับข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงในเรื่อง** การทำงานล่าช้ามากที่สุดรองลงมาคือลานจอดรถไม่เพียงพอ

**1.2.2 งานแม่บ้านได้รับข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงในเรื่อง** ห้องน้ำไม่สะอาดมากที่สุดรองลงมาได้แก่แม่บ้านมีกิริยาไม่สุภาพ พูดจาไม่ดี

**1.2.3 งานรักษาความปลอดภัยได้รับข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงในเรื่อง** ควรดูแลลานจอดรถให้มากขึ้นจำนวนมากที่สุดรองลงมาได้แก่ เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยพูดจาเสียงดัง และไม่มีมารยาท

**1.3 แผนกงานระบบ ได้รับข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงในเรื่อง** การทำงานล่าช้าจำนวนมากที่สุดรองลงมาคือ ไฟฟ้าดับบ่อยทำให้อุปกรณ์ในร้านเสียหาย

**1.4 แผนกการเงิน ได้รับข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงในเรื่อง** ควรเพิ่มพนักงานในช่วงที่มีลูกค้าใช้บริการมาก ลูกค้าจะได้ไม่ต้องรอนานมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ควรยิ้มแย้มแจ่มใส ยินดีต้อนรับลูกค้าที่มาใช้บริการ

**1.5 แผนกส่งเสริมการขาย ได้รับข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงในเรื่อง** การจัดงานส่งเสริมการขายมักเปิดเสียงดังมากที่สุด รองลงมาได้แก่ควรเข้าเยี่ยมร้านค้าบ้าง

**2. ท่านต้องการให้ศูนย์การค้าเพิ่มเติมร้านค้าและสถานบริการใดเพิ่มเติมบ้าง**

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นว่าทางศูนย์การค้าควรเพิ่มเติมร้านค้าและสถานบริการ และส่วนใหญ่เห็นควรเพิ่ม สวนสนุก มากที่สุด รองลงมาคือ สวนน้ำ และ โบว์ลิ่ง

**2. อภิปรายผล**

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต โดยใช้แนวคิดคุณภาพการให้บริการของ พาราสุรามาน, ไชแรมวอล และแบร์รี่ ได้กล่าวถึง คุณภาพการให้บริการ ( Service Quality ) ว่าคุณภาพการให้บริการมีลักษณะ

ปัจจัยด้านขีดความสามารถในการให้บริการ แผนกที่ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือแผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.63$ ) และ แผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.63$ ) แผนกร้านค้าสัมพันธ์ ( $\bar{X} = 3.62$ ) และแผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.62$ ) และแผนกที่ได้รับค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือแผนกอาคาร ( $\bar{X} = 3.59$ )

ปัจจัยด้านความสุภาพและความมีน้ำใจในการให้บริการ แผนกที่ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือแผนกร้านค้าสัมพันธ์ ( $\bar{X} = 3.59$ ) และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.59$ ) แผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.58$ ) แผนกอาคาร ( $\bar{X} = 3.49$ ) แผนกที่ได้ค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือแผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.48$ )

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของหน่วยงานและพนักงาน แผนกที่ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือแผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.69$ ) แผนกร้านค้าสัมพันธ์ ( $\bar{X} = 3.64$ ) และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.64$ ) แผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.61$ ) แผนกที่ได้ค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือแผนกอาคาร ( $\bar{X} = 3.56$ )

ปัจจัยด้านความมั่นคงปลอดภัยในการให้บริการ แผนกที่ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือแผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.74$ ) แผนกร้านค้าสัมพันธ์ ( $\bar{X} = 3.66$ ) และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.66$ ) แผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.67$ ) แผนกที่ได้ค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือแผนกอาคาร ( $\bar{X} = 3.65$ )

ปัจจัยด้านการเข้าถึงบริการของศูนย์การค้าของลูกค้า แผนกที่ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือแผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.57$ ) แผนกร้านค้าสัมพันธ์ ( $\bar{X} = 3.53$ ) และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.53$ ) แผนกที่ได้ค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือแผนกอาคาร ( $\bar{X} = 3.49$ ) และแผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.49$ )

ปัจจัยด้าน การสื่อสารกับลูกค้า แผนกที่ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือแผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.66$ ) แผนกร้านค้าสัมพันธ์ ( $\bar{X} = 3.57$ ) และ แผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.57$ ) แผนกอาคาร ( $\bar{X} = 3.53$ ) แผนกที่ได้ค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือแผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.52$ )

ปัจจัยด้านการเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า แผนกที่ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือแผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.49$ ) แผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.45$ ) แผนกร้านค้าสัมพันธ์ ( $\bar{X} = 3.41$ ) และแผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.41$ ) แผนกที่ได้ค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือแผนกอาคาร ( $\bar{X} = 3.40$ )

### ข้อเสนอแนะในการให้บริการของแผนกต่างๆสามารถสรุปได้ดังนี้

#### 1. ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง

ผลการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะ แยกเป็นรายแผนกดังนี้

**1.2.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล** ผู้ศึกษาได้ทำการแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างให้แก่ผู้เช่าในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าเชียงใหม่ แอร์พอร์ต และได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา 217 ฉบับ จากจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปจำนวน 223 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 99.31

**1.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล** โดยใช้สถิติพรรณนา คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

### 1.3 สรุปผลการศึกษา มีดังนี้

**1.3.1 ผลการศึกษา** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 75 และ เพศชายร้อยละ 25 มีอายุระหว่าง 21- 30 ปี ร้อยละ 59.90 รองลงมา มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ร้อยละ 31.30 มีสถานภาพ โสดร้อยละ 70.80 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส 27.10 จบการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 62 รองลงมา มัธยม/ปวช. ร้อยละ 19.30 ตำแหน่งผู้จัดการร้าน ร้อยละ 49 รองลงมาตำแหน่งอื่นๆ ร้อยละ 36.50 มีอายุงาน 3 ปี – 5 ปี 1 เดือน รองลงมาอื่นๆ ร้อยละ 32.30 มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 15,000 บาท ร้อยละ 41.10 รองลงมา มากกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 24.50

**1.3.2 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็น** ที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของแผนกต่าง ๆ ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ที่ผู้เช่าประเมินตามปัจจัยต่างๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จักและทำให้ลูกค้าสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพการบริการได้ แผนกที่ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ แผนกร้านค้าสัมพันธ์ ( $\bar{X} = 3.74$ ) และแผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.74$ ) แผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.67$ ) แผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.50$ ) แผนกที่ได้รับค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือแผนกอาคาร ( $\bar{X} = 3.46$ )

ปัจจัยด้านความไว้วางใจในบริการที่มอบให้ลูกค้า แผนกที่ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือแผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.66$ ) แผนกร้านค้าสัมพันธ์ ( $\bar{X} = 3.54$ ) และแผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.54$ ) แผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.48$ ) และแผนกที่ได้รับค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือแผนกอาคาร ( $\bar{X} = 3.46$ )

ปัจจัยด้านการตอบสนองให้แก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ แผนกที่ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือแผนกการเงิน ( $\bar{X} = 3.52$ ) แผนกร้านค้าสัมพันธ์ ( $\bar{X} = 3.47$ ) และแผนกส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 3.47$ ) แผนกงานระบบ ( $\bar{X} = 3.45$ ) และแผนกที่ได้รับค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือแผนกอาคาร ( $\bar{X} = 3.39$ )

**บรรณานุกรม**



## บรรณานุกรม

- กุลชน ธนาพงศธร (2528) *ประโยชน์และบริการ* เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารงานบุคคล (พิมพ์ครั้งที่ 7) นนทบุรี สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- กิตติศักดิ์ พลอยพานิช (2541) อ้างในเพ็ญจันทร์ แสนประสาน “การพัฒนาคุณภาพโรงพยาบาลสู่โรงพยาบาลคุณภาพ” ชมรมพยาบาลโรคหัวใจและทรวงอกแห่งประเทศไทย
- จิรุตม์ ศรีรัตนบัลล์ (2537) “คุณภาพของการบริการทางการแพทย์กับแนวคิดทางการตลาด”  
*จุฬาลงกรณ์เวชสาร* 38 : 169-178
- ชัชณะ รุ่งปัจฉิม (2538) “หน่วยที่ 12 ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการบริการ” เอกสารการสอนชุดวิชา  
 คหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- คุษฎี ใหญ่เรืองศรี (2541) “คุณภาพการบริการตามความคาดหวังที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรักษาพยาบาลของพระภิกษุอาพาธ ในหอผู้ป่วยในโรงพยาบาลสงฆ์ กระทรวงสาธารณสุข” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเอกการบริหารโรงพยาบาล บัณฑิตวิทยาลัยมหิดล
- เพ็ญจันทร์ แสนประสาน (2542) *การพัฒนาคุณภาพโรงพยาบาลสู่โรงพยาบาลคุณภาพ* ชมรมพยาบาลโรคหัวใจและทรวงอกแห่งประเทศไทย
- ประภาวดี สืบสนธิ์ (2546) “หน่วยที่ 8 ประเด็นเกี่ยวกับการบริการสารสนเทศ” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาสัมมนาการจัดการสารสนเทศ เล่มที่ 2* นนทบุรี สาขาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- รัชยา กุลวานิชไชยนันท์ (2535) *รายงานการวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อบริการทางการแพทย์ตามนโยบายประกันสังคม: กรณีศึกษาเฉพาะผู้ประกันตนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กรุงเทพมหานคร สำนักงานประกันสังคม*
- วีระพงษ์ เฉลิมจิรวัดณ์ (2535) อ้างอิงมาจาก อัจฉรีย์ จารย์โพธิ์ (2546) “การพัฒนาคุณภาพการบริการของบริษัทขอนแก่นจำกัด” การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- วัชร วัชรเสถียร (2539) “การพัฒนาคุณภาพการบริการด้วยผู้ให้บริการ: ศึกษาเฉพาะกรณีพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินบริษัทการบินไทยจำกัด(มหาชน)” ภาคนิพนธ์หลักสูตรพัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการพัฒนาระบบบริหารมนุษย์ สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์

- ศิริพร ตันติพิบูลวินัย (2538) *กลยุทธ์การสร้างคุณภาพบริการ เอกสารประกอบการประชุมวิชา  
เรียนกลยุทธ์การบริหารพยาบาลเพื่อคุณภาพและความพึงพอใจในยุคแข่งขัน คณะ  
พยาบาลศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ (2541) *การบริหารการตลาดยุคใหม่* กรุงเทพฯ ธรรมสาร
- สมบัติ สาลีเสาร์ (2545) “ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลเอกชนในภาค  
ตะวันออกเฉียงเหนือ” *บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช*
- สมิต ลัชณกร (2546) *ศิลปะการให้บริการพิมพ์* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์วิญญูชน
- สุวดี ดวงเด่น (2538) อ้างอิงมาจาก อัจฉรีย์ จารย์โพธิ์ (2546) “การพัฒนาคุณภาพการ  
บริการของบริษัทขอนแก่นจำกัด” *การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*
- อนุวัฒน์ สุขขุดิกุล และคณะ (2541) *ก้าวแรกของ TQM/CQI ในโรงพยาบาล* กรุงเทพมหานคร ดี  
ไซร์
- อัญชลี เหล่าชาติพงศ์ (2542) “การศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อศูนย์บริการสาธารณสุขใน  
เขตกรุงเทพมหานคร” *วิทยานิพนธ์ ม.กรุงเทพฯ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*
- Garvin, D.A. (1988) *Managing Quality : The Strategic and Competitive Edge*. New York : The  
Free Press.
- Gillem (1990) อ้างอิงสมบัติ สาลีเสาร์ “ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลเอกชน  
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” *บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิ  
ราช(2545)*
- Groonrooms, C. *Developing Service Quality : Some Managerial Implications*. Research report  
presented at fifteenth annual conference of the European Marketing Academy :  
Helsinki, Finland.
- Joseph M.Juran 2546 อ้างอิงอัจฉรีย์ จารย์โพธิ์ “การพัฒนาคุณภาพการบริการของบริษัทขอนแก่น  
จำกัด” *วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ม.มหาสารคาม*
- Lovelock,CH. *Managing Service : Marketing Service : Operations, and Human  
Resources*. Englewood Cliffs, NJ. Prentice-Hall 1988.
- Kotler , Philip. (2000). *Marketing Management* . Upper Saddle River, NJ : Prentice-Hall.

**ภาคผนวก**

**ภาคผนวก ก**

**ตำแหน่งสื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล**

## แบบสอบถามเพื่อการศึกษาค้นคว้า

**เรื่อง** การประเมินคุณภาพการให้บริการพื้นที่เช่าของผู้เช่าในศูนย์การค้า เซ็นทรัล พลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต

### คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาเรื่อง การประเมินคุณภาพการให้บริการพื้นที่เช่าในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ตทั้งนี้เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ มหบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช รวมทั้งเพื่อนำเสนอศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพและกระบวนการให้บริการของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

2.แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของแผนกต่าง ๆ ในศูนย์การค้า

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะในการให้บริการ

3. แบบสอบถามนี้จะไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนั้น จึงขอความร่วมมือจากท่านตอบแบบสอบถามตามความรู้ความเข้าใจจากประสบการณ์ที่เป็นจริงของท่านและผู้ศึกษาขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามชุดนี้มา ณ. โอกาสนี้

เจตไพจิตร ประธานราษฎ์  
 นิสิต ปริญญาโท บริหารธุรกิจ  
 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

14 กันยายน 50

**ภาคผนวก ข**

**แบบสอบถาม**

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

### รายละเอียดของร้านค้า

ชื่อร้านค้า \_\_\_\_\_ ห้องเลขที่ \_\_\_\_\_

ชั้น \_\_\_\_\_ ขนาดพื้นที่ \_\_\_\_\_ ตารางเมตร

### รายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง ( ) หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลส่วนตัวของท่าน

<b>1. เพศ</b>		
<input type="checkbox"/> 1. ชาย	<input type="checkbox"/> 2. หญิง	
<b>2. อายุ</b>		
<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 20 ปี	<input type="checkbox"/> 2. 21 - 30 ปี	<input type="checkbox"/> 3. 31 - 40 ปี
<input type="checkbox"/> 4. 41 - 50 ปี	<input type="checkbox"/> 5. 51 - 60 ปี	<input type="checkbox"/> 6. 61 ปีขึ้นไป
<b>3. สถานภาพการสมรส</b>		
<input type="checkbox"/> 1. โสด	<input type="checkbox"/> 2. สมรส	<input type="checkbox"/> 3. อื่นๆ
<b>4. การศึกษาสูงสุด</b>		
<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่ามัธยมปลาย	<input type="checkbox"/> 2. มัธยมปลาย / ปวช.	<input type="checkbox"/> 3. อนุปริญญา / ปวส.
<input type="checkbox"/> 4. ปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> 5. สูงกว่า ปริญญาตรี	
<b>5. ตำแหน่ง</b>		
<input type="checkbox"/> 1. เจ้าของร้าน	<input type="checkbox"/> 2. ผู้จัดการร้าน	
<input type="checkbox"/> 3. ซุปเปอร์ไวท์เซอร์	<input type="checkbox"/> 4. อื่นๆ _____	
<b>6. อายุงาน</b>		
<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 1 ปี	<input type="checkbox"/> 2. 1 ปี - 3 ปี	
<input type="checkbox"/> 3. 3 ปี 1 เดือน - 5 ปี	<input type="checkbox"/> 4. อื่นๆ _____	
<b>7. รายได้โดยเฉลี่ย / เดือน</b>		
<input type="checkbox"/> 1. น้อยกว่า 10,000 บาท	<input type="checkbox"/> 2. 10,000 - 15,000 บาท	
<input type="checkbox"/> 3. 15,001 - 20,000 บาท	<input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 20,000 บาท	









**ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะในการให้บริการ**

**1. ท่านคิดว่าแผนกต่างๆ ควรมีการปรับปรุงด้านใด หรือไม่พึงพอใจในส่วนใดบ้าง**

1.1 แผนกร้านค้าสัมพันธ์

---



---



---

1.2 แผนกอาคาร (อาคาร , แม่บ้าน , รปภ.)

---



---



---



---

1.3 แผนกงานระบบ

---



---

1.4 แผนกการเงิน

---



---

1.5 แผนกส่งเสริมการขาย

---



---

**2. ท่านต้องการให้ศูนย์การค้าฯ เพิ่มร้านค้าและสถานบริการประเภทใดเพิ่มเติม เช่น สวนน้ำ , สวนสนุก , Play Land , โรงภาพยนตร์ , สถานรับเลี้ยงเด็ก เป็นต้น**

---



---



---



---



---



---



---

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเสียสละเวลาตอบแบบสอบถามครั้งนี้

**ประวัติผู้ศึกษา**

<b>ชื่อ</b>	นางเจตไพจิตร ประธานราษฎร์
<b>วัน เดือน ปี</b>	29 มีนาคม 2509
<b>สถานที่เกิด</b>	อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
<b>ประวัติการศึกษา</b>	ศิลปศาสตร์ (รัฐประศาสนศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปี 2532
<b>สถานที่ทำงาน</b>	บริษัทเซ็นทรัลพัฒนา เชียงใหม่ จำกัด (ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต)
<b>ตำแหน่ง</b>	ผู้ช่วยผู้จัดการแผนก Northern Village & Kadluang