

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมการตลาดของ
ไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่

Customer Satisfaction Towards Marketing Mix of Anusarn Night Market,
Chiang Mai Province

ชาญณรงค์ มัทธิตร์* และสิริเกียรติ รัชชศานติ**

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมการตลาดของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการ ไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน และนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี สถานภาพ โสด ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี หรือสูงกว่าปริญญาตรี อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท ภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ จำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ (รวมครั้งนี้) 2 ครั้ง ระยะเวลาที่พักในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ 4-6 วัน วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาที่จังหวัดเชียงใหม่ ท่องเที่ยว/พักผ่อน

ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการ ไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดรู้จัก ไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร เป็นตลาดกลางคืนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เคยมาใช้บริการไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ (รวมครั้งนี้) 3 ครั้ง วันที่มาใช้บริการในครั้งนี้ วันเสาร์-อาทิตย์ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ เวลา 20.01-22.00 น. ระยะเวลาที่เข้ามาใช้บริการ จำนวน 1-2 ชั่วโมง ยอดซื้อสินค้าหรือบริการ 1,001-2,000 บาท ประเภทสินค้าหรือบริการที่ซื้อ คือ ของฝากอาหาร หรือ ขนมพื้นเมือง บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า หรือ บริการ มากที่สุด คือ ตนเอง แหล่งข้อมูลในการรู้จักไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ รู้จักด้วยตนเอง เหตุผลที่เลือกมาใช้บริการ ไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง วิธีการซื้อสินค้าและบริการ เปรียบเทียบกับร้านอื่นในย่านเดียวกันก่อนซื้อ จะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการที่ ไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษา ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมการตลาดของ ไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด มีผลอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านราคา ตามลำดับ

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร จังหวัดเชียงใหม่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** รองศาสตราจารย์ อาจารย์ภาควิชาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปัจจัยย่อยของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมการตลาดของ ไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 ลำดับแรก ได้แก่ ชื่อเสียง ของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่ว ๆ ไป ทำเลที่ตั้ง ของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร เดินทางมาได้สะดวก เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน ไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสารตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร มีรสชาติอร่อย ความกว้างขวางของร้านค้าภายในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร ประเภทของ สินค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร มีความหลากหลาย สินค้า ในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร มีเอกลักษณ์เฉพาะ (Unique) เช่น สินค้าหัตถกรรม (Handmade) เวลาเปิด-ปิดบริการ 16.00-24.00 น. ของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร มีความเหมาะสม การตกแต่งพื้นที่อาคาร และบรรยากาศของร้านค้าภายในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร และพนักงาน พ่อค้า หรือ แม่ค้า ของร้านค้า ในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร มีอัธยาศัยดี เป็นมิตร ยิ้มแย้ม ตามลำดับ

ABSTRACT

This study aimed at investigating customer satisfaction towards marketing mix of Anusarn Night Market, Chiang Mai province. Data were collected by the distribution of questionnaires to 400 Thai tourists who visited the market. Data obtained were, then, analyzed by the descriptive statistics, including frequency, percentage, and mean. Below was the summary of studied results.

The findings presented that most respondents were single female in the age of 31-40 years old. They earned bachelor's degree or higher and were self-employed. They earned an average of monthly income of 25,001-35,000 Baht and resided in the northern provinces. They had visited Chaing Mai (including the time when they did the questionnaire) for 2 times. For this time, they stayed in Chiang Mai for 4-6 days for leisure purpose.

The results of the study on behavior of Thai tourists in visiting Anusarn night market, Chiang Mai province were shown as follows. All respondents were aware that Anusarn was one of the night markets in Chaing Mai province. The majority had visited Anusarn Night Market (including this time) for 3 times. They usually visited Anusarn Night Market on Saturday - Sunday, during 20.01-22.00 hrs. and spent time there for 1-2 hours. In general, the expenses that they spent for products or services at the market were 1,001-2,000 Baht, especially for food, souvenir or local dessert. People influencing their decision towards purchasing products or services was the respondents themselves. Source of information that they learned about Anusarn Night Market, Chiang Mai province were themselves. Reason of visiting Anusarn night market was its renown and reputation. Prior to purchase, they did the pricing comparison among stores selling the same products. They would recommend others to visit Anusarn Night Market, Chiang Mai province.

According to the study on satisfaction of Thai tourists towards marketing mix of Anusarn Night Market, Chiang Mai province, the results revealed that they rated their satisfaction at high level towards all factors: product, physical evidence and presentation, place, promotion, process, people, and price, respectively.

Hereafter were shown the top ten elements of the marketing mix of Anusarn Night Market, Chiang Mai province that Thai tourists rated their satisfactions on at the highest level: the reputation of Anusarn Night Market among general people, the location of the market which was in business and famous tourist attraction areas, easy to access by public transportation, good food and beverage being sold at restaurants and refreshment stalls in the market, large and clean stores in the market, unique design of products such as handicraft products, appropriate operating service hours of the market: (16.00–24.00 hrs.), the decorations and the atmosphere of the stores in the market, and the courtesy and friendliness of sellers in the market, respectively.

บทนำ

จากสถานการณ์การท่องเที่ยวของโลกในปัจจุบัน ที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น อัตราการขายตัวของปริมาณการท่องเที่ยวไทยเพิ่มสูงขึ้นมากในปี 2556 สาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงหลาย ๆ ด้าน ทั้งจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวหรือการพัฒนาด้านเทคโนโลยีที่รวดเร็ว ส่งผลให้ผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว (ทัวร์ สายการบิน ที่พัก โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว ไนท์มาร์เก็ต ฯลฯ) มีการขยายตัวสูงอย่างต่อเนื่อง

นักท่องเที่ยวต่างหลั่งไหลเข้ามาสู่ประเทศไทยในแต่ละปีเป็นจำนวนมากทำให้ประเทศไทยมีรายรับจากการท่องเที่ยวในปี 2556 ที่ผ่านมามากกว่า 900,000 ล้านบาท และมีอัตราที่สูงเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ในทุกปี ส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเติบโตขึ้น อย่างต่อเนื่องเช่นกัน สำหรับแนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยวปี 2557 คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ คาดว่าประเทศไทยจะมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และในปี 2558 คาดว่าจะมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 2,000,000 ล้านบาท

ตลาดนัดกลางคืน เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของสถานที่ท่องเที่ยวที่กำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันเนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ในการที่จะสามารถมาจับจ่ายใช้สอยในเวลาว่างได้ และถือเป็นแหล่งกิจกรรมการท่องเที่ยวแห่งสำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นจึงมีแหล่งจำหน่ายสินค้าในเวลาว่างกลางคืนเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นจำนวนมากขึ้น

ตลาดนัดกลางคืนในอำเภอเมืองเชียงใหม่มีด้วยกันอยู่ทั้งหมด 19 แห่ง ซึ่งมีมูลค่าของตลาดโดยรวมมากกว่า 10 ล้านบาทต่อคืน และมีจำนวนร้านค้า มากกว่า 200 ร้านค้าในแต่ละแห่งต่อคืน ซึ่งรวมจำนวนร้านค้าในแต่ละคืนเป็นจำนวนมากกว่า 2,000 ร้านค้าต่อคืน ซึ่งส่งผลมีภาวะการแข่งขันของตลาดผู้ให้เช่าพื้นที่ที่รุนแรง และต้องมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา และให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ประสมการตลาดมากยิ่งขึ้น เช่น มีสถานที่จอดรถสำหรับลูกค้าอย่างเพียงพอ มีการจัดโซนพื้นที่ให้เป็นสัดส่วนมากขึ้น มีร้านค้าหลายระดับให้เลือกซื้อและมีการตกแต่งสถานที่ให้มีบรรยากาศที่ทันสมัย ซึ่งล้วนส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตลาดนัดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ไม่มากนัก

ไนท์มาร์เก็ต ของตลาดอนุสารหรือกาตอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นหนึ่งในกลุ่มธุรกิจของ บริษัท ทีซีซี แลนด์ จำกัด ดำเนินธุรกิจให้เช่าพื้นที่จำหน่ายสินค้าและการให้บริการ มีพื้นที่ทั้งหมด 29,148 ตร.ม. มีจำนวนคูหาให้เช่า 989 คูหา เริ่มเปิดดำเนินการใน ปี พ.ศ. 2517 ถึงปัจจุบัน ช่วงแรกของการดำเนินธุรกิจเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นหลัก แต่ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา กิจกรรมประสบปัญหาความผันผวนทางการเมืองภายในประเทศทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศไม่ได้เป็นไปตามเป้าหมาย ทางผู้บริหาร จึงมีการปรับกลยุทธ์ของไนท์มาร์เก็ต ของตลาด

อนุสาร โดยมุ่งเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยมากยิ่งขึ้น โดยมีดำเนินการปรับปรุงประสมการตลาดของโครงการไปบางประการ เช่น การปรับปรุงพื้นที่ภายในใหม่ ตกแต่งพื้นที่ให้ดูสวยงาม เพิ่มกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด มีการจัดทำเว็บไซต์เพื่อแจ้งข่าวสาร การดูแลความปลอดภัยโดยเพิ่มระบบกล้องวงจรปิด มีการส่งเสริมคุณภาพการให้บริการและอำนวยความสะดวกและสิ่งแวดล้อมปรับปรุงภูมิทัศน์ในด้านต่างๆ

โดยที่ผ่านมตลาดอนุสารต้องเผชิญกับการแข่งขันระหว่างคู่แข่งในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นจำนวนมาก โดยจะแข่งขันกันในด้านความครบครันของสินค้าและบริการ และทำเลที่ตั้ง เป็นหลัก รองลงมาคือ ด้านการให้บริการ อีกทั้งยังมีคู่แข่งทางอ้อมประเภทห้างสรรพสินค้า เปิดใหม่อีก 2-3 แห่งในจังหวัดเชียงใหม่อีกด้วย จึงส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสารลดลง ประมาณร้อยละ 15-20 ในปีที่ผ่านมา

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อส่วนประสมการตลาดของ ไนต์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า เพื่อเป็นแนวทางนำมาปรับปรุงพัฒนาและกลยุทธ์การตลาดของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าของตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ อย่างสูงสุด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมการตลาดของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่นักท่องเที่ยวชาวไทยแสดงออกถึงความยินดี ความพอใจและประทับใจต่อส่วนประสมการตลาดของ ไนต์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง บุคคลสัญชาติไทย ที่เดินทางจากสถานที่ถิ่นพำนักถาวรของตน ไปยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ก็ตามโดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การพบปะญาติมิตรเพื่อนฝูง ฯลฯ และได้มาไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ เช่น มาซื้อสินค้า มารับประทานอาหาร

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือที่ต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยด้านต่าง ๆ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ หมายถึง ตลาดนัดขายสินค้าและการให้บริการในช่วงกลางคืน ตลาดอนุสาร หรือ กาดอนุสาร ซึ่งเป็นหนึ่งในกลุ่มธุรกิจของ บริษัท ทีซีซี แลนด์ จำกัด ดำเนินธุรกิจให้เช่าพื้นที่จำหน่ายสินค้าและการให้บริการ มีพื้นที่ทั้งหมด 29,148 ตร.ม. มีจำนวนคูหาให้เช่า 989 คูหา (พื้นที่คิดเป็น 10,749 ตร.ม.) ตลาดอนุสาร ตั้งอยู่เลขที่ 149/24, 149/27-28 ถนนช้างคลาน อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ เริ่มเปิดดำเนินการในปี พ.ศ. 2517 ถึงปัจจุบัน

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้แนวคิดแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ทฤษฎี ส่วนผสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2552) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค 6W's 1H (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) คำถามที่ให้เพื่อค้นหาลักษณะ พฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H ซึ่ง ประกอบด้วย Who, What, Why, Whom, When, Where, และ How เพื่อค้นหา คำตอบ 7 ประการ

วิธีการศึกษา

1. ขอบเขตการศึกษา

ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตการศึกษาเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนผสมการตลาด ของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่

2. ขั้นตอนการศึกษา

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาดังนี้ 1) รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น 2) สร้างแบบสอบถาม 3) เก็บรวบรวมข้อมูล 4) วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล และ 5) จัดทำและนำเสนอรายงาน

3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเลือกใช้บริการใน ไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่มาใช้บริการที่แน่นอน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วย วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรการคำนวณของ Ken Black (2007) กำหนดขนาด ตัวอย่างเพื่อทำการศึกษาทั้งสิ้นจำนวน 400 ตัวอย่าง และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling)

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามโดยแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ได้มาไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัด เชียงใหม่ ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนผสมการตลาดของ ไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ และส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาที่พบในการใช้บริการ และข้อเสนอแนะ โดยใช้คำถามแบบมาตรา ประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ และหลักเกณฑ์การแปลความหมายของ ระดับค่าเฉลี่ย (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546: 75) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยนำข้อมูลที่ได้ วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) สรุปผลการศึกษานำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำบรรยาย

ผลการศึกษา

แบ่งเป็น 5 ส่วน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี หรือสูงกว่าปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท ภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ จำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ (รวมครั้งนี้) 2 ครั้ง ระยะเวลาที่พักในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ 4-6 วัน วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาที่จังหวัดเชียงใหม่ ท่องเที่ยว/พักผ่อน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ได้มาไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการ ไนต์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดรู้จัก ไนต์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร เป็นตลาดกลางคืนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เคยมาใช้บริการไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ (รวมครั้งนี้) 3 ครั้ง วันที่มาใช้บริการในครั้งนี้ วันเสาร์-อาทิตย์ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ เวลา 20.01-22.00 น. ระยะเวลาที่เข้ามาใช้บริการ จำนวน 1-2 ชั่วโมง ยอดซื้อสินค้าหรือบริการ 1,001-2,000 บาท ประเภทสินค้าหรือบริการที่ซื้อ คือ ของฝากอาหาร หรือ ขนมพื้นเมือง บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการมากที่สุด คือตนเอง แหล่งข้อมูลในการรู้จักไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ รู้จักด้วยตนเอง เหตุผลที่เลือกมาใช้บริการ ไนต์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง วิธีการซื้อสินค้าและบริการ เปรียบเทียบกับร้านอื่นในย่านเดียวกันก่อนซื้อ จะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการที่ ไนต์มาร์เก็ตตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อส่วนประสมการตลาดของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่

ความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด มีผลอยู่ในระดับมาก ทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านราคาตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ชื่อเสียง ของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่ว ๆ ไป

ความพึงพอใจต่อด้านราคา มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สินค้าของร้านค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสารมีหลายระดับราคาให้เลือก

ความพึงพอใจต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ไนต์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ป้ายโฆษณาด้านหน้าของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร มีขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจนจากระยะไกล

ความพึงพอใจต่อบุคลากร มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงาน พ่อค้า หรือ แม่ค้า ของร้านค้า ในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร มีอัธยาศัยดี เป็นมิตร ยิ้มแย้ม

ความพึงพอใจต่อด้านกระบวนการให้บริการ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความถูกต้องแม่นยำและรวดเร็ว ในการคิดราคาสินค้าและบริการ ของร้านค้าภายในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร

ความพึงพอใจต่อการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความกว้างขวางของร้านค้าภายในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะ

ปัญหาและข้อเสนอแนะ ที่พบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ร้านค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสารไม่มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต รองลงมาคือ ไม่มีป้ายติดราคาสินค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร อย่างชัดเจน และราคาต่ำจอตลอด/รับฝากรถ ในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร ไม่มีความเหมาะสม แพงเกินไป ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมการตลาดของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตาม เพศ อายุ ภูมิภาค และจำนวนครั้งที่เคยมาใช้บริการไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่

1. จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ประเภทของสินค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร มีความหลากหลาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ หญิงมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ชื่อเสียง ของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป

ความพึงพอใจต่อด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนเพศหญิงมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ สินค้าของร้านค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสารมีหลายระดับราคาให้เลือก

ความพึงพอใจต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชายมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทำเลที่ตั้งของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร เดินทางมาได้สะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ไนต์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชายมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ป้ายโฆษณาด้านหน้าของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร มีขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจนจากระยะไกล

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ หญิงมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือป้ายโฆษณาด้านหน้าของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร มีขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจนจากระยะไกล

ความพึงพอใจต่อด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชายมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนเพศหญิงมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ พนักงาน พ่อค้า หรือแม่ค้า ของร้านค้า ในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร มีอัธยาศัยดี เป็นมิตร ยิ้มแย้ม

ความพึงพอใจต่อด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชาย และเพศหญิง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความถูกต้องแม่นยำและรวดเร็ว ในการคิดราคาสินค้าและบริการ ของร้านค้าภายในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร

ความพึงพอใจต่อด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชาย และเพศหญิง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ ความกว้างขวางของร้านค้าภายในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร

2. จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18-20 ปีมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วน อายุ 21-30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุ 40 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ ชื่อเสียง ของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่ว ๆ ไป

ความพึงพอใจต่อด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18-20 ปี อายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนอายุ 31 - 40 ปี และอายุ 40 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ สินค้าของร้านค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสารมีหลายระดับราคาให้เลือก

ความพึงพอใจต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18-20 ปี อายุ 21-30 ปี และอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ ไนต์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่าเลที่ตั้ง ของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร เดินทางมาได้สะดวก เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน

ความพึงพอใจต่อด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18-20 ปีมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และอายุ 21-30 ปีมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มาเที่ยวตามสื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา สถานีวิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ใบปลิว

ส่วนอายุ 31-40 ปี และอายุ 40 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ป้ายโฆษณาด้านหน้าของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร มีขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจนจากระยะไกล

ความพึงพอใจต่อด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18-20 ปี อายุ 21-30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุ 40 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ พนักงาน พ่อค้า หรือแม่ค้า ของร้านค้า ในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร มีอัธยาศัยดี เป็นมิตร ยิ้มแย้ม

ความพึงพอใจต่อด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18–20 ปีมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ร้านค้าภายในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร มีการส่งมอบสินค้าถูกต้องและตรงตามเวลา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21–30 ปี อายุ 31–40 ปี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนอายุ 40 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ ความถูกต้องแม่นยำและรวดเร็วในการคิดราคาสินค้าและบริการ ของร้านค้าภายในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร

ความพึงพอใจต่อด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18–20 ปี อายุ 21–30 ปี อายุ 31–40 ปี และอายุ 40 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ ความกว้างขวางของร้านค้าภายในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร

3. จำแนกตามภูมิภาค

ความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ภูมิภาคเหนือมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ร้านอาหารและเครื่องดื่มในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร มีรสชาติอร่อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ภูมิภาคกลาง ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ชื่อเสียง ของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่ว ๆ ไป

ความพึงพอใจต่อด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ภูมิภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สินค้าของร้านค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสารมีหลายระดับราคาให้เลือก

ความพึงพอใจต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ภูมิภาคเหนือมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่าเลที่ตั้ง ของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร เดินทางมาได้สะดวก เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ภูมิภาคกลาง ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ ไนต์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจต่อด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ภูมิภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ ป้ายโฆษณาด้านหน้าของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร มีขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจนจากระยะไกล

ความพึงพอใจต่อด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ภูมิภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ พนักงานพ่อด้า หรือ แม่ค้า ของร้านค้า ในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร มีอัธยาศัยดี เป็นมิตร ยิ้มแย้ม

ความพึงพอใจต่อด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ภูมิภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ ความถูกต้องแม่นยำและรวดเร็ว ในการคิดราคาสินค้าและบริการ ของร้านค้าภายในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร

ความพึงพอใจต่อการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความกว้างขวางของร้านค้าภายในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร

4. จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยมาใช้บริการไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่

ความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมาครั้งแรกมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ประเภทของสินค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร มีความหลากหลาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมา 2 ครั้ง 3 ครั้ง และมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ชื่อเสียง ของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่ว ๆ ไป

ความพึงพอใจต่อด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยครั้งแรก และ 2 ครั้ง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนที่เคยมา 3 ครั้ง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ สินค้าของร้านค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสารมีหลายระดับราคาให้เลือก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมามากกว่า 3 ครั้งขึ้นไปมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาสินค้า ในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า

ความพึงพอใจต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมาครั้งแรกมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนที่เคยมา 2 ครั้งมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ ไนต์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนครั้งที่เคย 3 ครั้ง และมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไปมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ ทำเลที่ตั้ง ของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร เดินทางมาได้สะดวก เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน

ความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมาครั้งแรก และ 2 ครั้ง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนที่เคยมา 3 ครั้ง และมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ ป้ายโฆษณาด้านหน้าของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร มีขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจนจากระยะไกล

ความพึงพอใจต่อด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมาครั้งแรก และ 2 ครั้ง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนที่เคยมา 3 ครั้ง และมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ พนักงาน พ่อค้า หรือ แม่ค้า ของร้านค้า ในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร มีอัธยาศัยดี เป็นมิตร ยิ้มแย้ม

ความพึงพอใจต่อด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมา ครั้งแรก 2 ครั้ง 3 ครั้ง และมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ ความถูกต้อง แม่นยำและรวดเร็ว ในการคิดราคาสินค้าและบริการ ของร้านค้าภายในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร

ความพึงพอใจต่อการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมาครั้งแรก 2 ครั้ง 3 ครั้ง และมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดเหมือนกัน คือ การตกแต่งพื้นที่อาคาร และบรรยากาศของร้านค้าภายในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร

การอภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การอภิปรายผล

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมการตลาดของ ไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Services Marketing Mix) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) สามารถอภิปรายผลการศึกษาที่บรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

จากผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการ อันดับแรกคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กฤติกา มณีรัตน์ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าและบริการของตลาดขายของฝากทำเทียบเรือประมงอ่างศิลา จังหวัดชลบุรี ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกคือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ทศนางค์ ทองแก้ว (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าคนไทยที่มาซื้อสินค้าในตลาดนัดจตุจักรเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ลาวัลย์ เวชอภิกุล (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้ซื้อในตลาดนัดกลางคืนมีโชค จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านราคา

ด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ชื่อเสียง ของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่ว ๆ ไป ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กฤติกา มณีรัตน์ (2554) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านการจัดระเบียบร้านค้า ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ทศนางค์ ทองแก้ว (2554) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านประเภทของสินค้าหลากหลาย และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ลาวัลย์ เวชอภิกุล (2551) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านการมีสินค้าหลากหลายทั้ง สีขนาด และแบบให้เลือก

ด้านราคา จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ สินค้าของร้านค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสารมีหลายระดับราคาให้เลือก ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กฤติกา มณีรัตน์ (2554) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ทศนางค์ ทองแก้ว (2554) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าและไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ลาวัลย์ เวชอภิกุล (2551) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านสินค้าน่าซื้อ ราคาเหมาะสมกับสินค้า สามารถต่อรองราคาได้

ด้านช่องทางทางการจัดจำหน่าย จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านช่องทางทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ โน้ตมาร์เก็ต ตลาดอนุสาร ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ทศนางค์ ทองแก้ว (2554) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจุบันย่อยด้านมีคอนเตอร์ประชาสัมพันธ์ให้บริการอย่างทั่วถึง และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ลาวัลย์ เวชอภิกุล (2551) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจุบันย่อยด้านการเดินทางสะดวก มีที่จอดรถบริการอย่างเพียงพอ มีความสะดวกในการหาสินค้าที่ต้องการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดคือ ป้ายโฆษณาด้านหน้าของโน้ตมาร์เก็ต ตลาดอนุสาร มีขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจนจากระยะไกล ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กฤติกา มณีรัตน์ (2554) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจุบันย่อยด้านมีส่วนลดเมื่อซื้อจำนวนมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ทศนางค์ ทองแก้ว (2554) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจุบันย่อยด้านการลดราคาสินค้าในราคาพิเศษจำหน่าย และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ลาวัลย์ เวชอภิกุล (2551) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจุบันย่อยด้านการมีสินค้าหลากหลายทั้ง สี ขนาด และแบบให้เลือก

ด้านบุคลากร จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ พนักงาน พ่อค้า หรือ แม่ค้า ของร้านค้า ในโน้ตมาร์เก็ต ตลาดอนุสาร มีอัธยาศัยดี เป็นมิตร ยิ้มแย้ม ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กฤติกา มณีรัตน์ (2554) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจุบันย่อยด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพเป็นมิตร

ด้านกระบวนการให้บริการ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ความถูกต้องแม่นยำและรวดเร็ว ในการคิดราคาสินค้าและบริการของร้านค้าภายในโน้ตมาร์เก็ต ตลาดอนุสาร ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กฤติกา มณีรัตน์ (2554) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจุบันย่อยด้านความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ความกว้างขวางของร้านค้าภายในโน้ตมาร์เก็ต ตลาดอนุสาร ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กฤติกา มณีรัตน์ (2554) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจุบันย่อยด้านการประดับตกแต่งร้านค้า

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมการตลาดของ โน้ตมาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อค้นพบดังนี้

1. จากการศึกษพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมการตลาดของ โน้ตมาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการ

สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านราคา ตามลำดับ

2. จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ชื่อเสียงของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป ลำดับถัดมาได้แก่ ทำเลที่ตั้ง ของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร เดินทางมาได้สะดวก เช่น มีระบบขนส่งมวลชนผ่าน และไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ตามลำดับ

3. จากการศึกษา ปัจจัยย่อยต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด 3 ลำดับแรก คือ บรรจุภัณฑ์ของร้านค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร มีความสวยงาม ลำดับถัดมาได้แก่ มีเว็บไซต์ให้ข้อมูล และแนะนำไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ และมีเคาเตอร์ประชาสัมพันธ์ในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร ให้บริการอย่างทั่วถึงตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมการตลาดของ ไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาขอเสนอแนวทางในการปรับปรุงส่วนประสมการตลาดเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการ ไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งเป็นข้อเสนอแนะสำหรับร้านค้าที่เช่าพื้นที่และผู้บริหารของ ไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ ดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริหารของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ ควรปรับปรุงเรื่อง ความแปลกใหม่และทันสมัยของสินค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร โดยเน้นร้านค้าประเภทของฝาก หรือ ขนมพื้นเมือง เพิ่มเติม เนื่องจากเป็นสินค้าที่ลูกค้านิยมในการซื้อสูงสุด หรือ คิดเป็นร้อยละ 52.50 และควรติดตามแนวโน้มความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อสรรหาร้านค้าใหม่เข้ามาในโครงการ นอกจากนั้นทางโครงการอาจจะแบ่งพื้นที่เพิ่มเติม และจัดโซนสำหรับร้านค้าใหม่ที่มีสินค้ามาขายไม่ซ้ำกับร้านค้าเดิมใน ไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงการแนะนำร้านค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ นำสินค้าที่มีรูปแบบ สี สัน สวยงาม น่าซื้อ มาจำหน่าย

นอกจากนั้น ผู้บริหารของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ ควรรักษาปัจจัยที่เป็นจุดแข็งหลักของโครงการไว้ เพื่อรักษาชื่อเสียงอันดี ของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร ให้เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่ว ๆ ไป อันได้แก่ มีร้านอาหารและเครื่องดื่ม ที่มีรสชาติอร่อย มีสินค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร ที่มีความหลากหลาย และมีเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น สินค้าหัตถกรรม โดยควรเพิ่มจำนวนร้านค้าประเภทเดียวกันให้มากขึ้น เพื่อให้ลูกค้ามีทางเลือกในการซื้อสินค้าและบริการ และลดการผูกขาดของร้านค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ ด้วย

ด้านราคา การบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ของแต่ละร้านค้าย่อยในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร ทางร้านค้าย่อยอาจจะไม่สามารถมีเครื่องรับชำระบัตรเครดิตได้ทุกร้าน ดังนั้น ผู้บริหารของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ ควรมีจุดรับชำระบัตรเครดิตกลางของทางโครงการไว้ให้บริการด้วย เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ร้านค้าย่อย และ ผู้บริหารของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ ควรขอความร่วมมือกับทางร้านค้า ให้มีการติดป้ายราคาสินค้าให้มีความชัดเจนด้วย นอกจากนั้น สินค้าของทางไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นงานหัตถกรรม ราคาจึงขึ้นอยู่กับงานฝีมือของแต่ละร้านค้า ดังนั้น การกำหนดราคาอาจจะมีความ

หลากหลายในแต่ละร้านค้า อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการเพิ่มความพึงพอใจแก่ลูกค้าในปัจจุบันด้านสินค้าของร้านค้าในไนท์มาร์เก็ตตลาดอนุสารมีราคาถูกลงกว่าที่อื่น ทางผู้บริหารของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ อาจจะขอความร่วมมือให้ทางร้านค้าพิจารณาการตั้งราคาสินค้าให้เหมาะสมต่อสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันร่วมด้วย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริหารของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ ควรเร่งปรับปรุงเว็บไซต์ให้ข้อมูล และแนะนำไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ อย่างเร่งด่วน และไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ ควรจัดทำเว็บไซต์อย่างเป็นทางการ โดยเน้นเนื้อหา คำอธิบาย และรูปภาพของร้านค้าในโครงการให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และจัดกลุ่มของร้านค้าให้ง่ายต่อการเลือกชมสินค้า และมีวิดีโอสั้น หรือ Video Clip เพื่ออธิบาย หรือรีวิวร้านค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ ด้วย เช่น รีวิว 10 ร้านค้าที่ต้องมาในตลาดอนุสาร หรือ 10 สุดยอดร้านอาหารดังในตลาดอนุสาร เป็นต้น และทางไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ ควรเพิ่มจุดเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร อีก 2 จุด ซึ่งเดิมมีเพียง 1 จุด อาจจะให้บริการได้ไม่ทั่วถึง โดยแบ่งเป็นโซนทางด้านหน้าประตูทางเข้าตลาด บริเวณกลางตลาด และ บริเวณประตูทางออกตลาด ดังภาพที่ 5.1 ให้บริการอย่างทั่วถึง รวมถึงจุดบริการรับฝากของ ตามจุดเคาน์เตอร์ ประชาสัมพันธ์ของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร อีกด้วย

ด้านการส่งเสริมการตลาด การแจกใบปลิว/แผ่นพับแนะนำไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร แก่ผู้ซื้อในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสารนั้น ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ทางผู้บริหารของ ไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ ควรลดปริมาณในเรื่องดังกล่าวลง แต่ควรทำการส่งเสริมการตลาด ผ่าน Social Media เช่น Facebook LINE มากขึ้น เพื่อเป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงร้านในโครงการ แก่นักท่องเที่ยว หรือ ผู้ที่สนใจ อีกทั้งยังเป็นการประหยัดต้นทุนการพิมพ์เป็นจำนวนมากด้วย โดยช่องทางการสื่อสารนี้ ถือเป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวาง สะดวก และรวดเร็วที่สุดในปัจจุบันด้วย ประกอบกับผลการศึกษายังพบว่า แหล่งข้อมูลในการรู้จักไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการรู้จักด้วยตนเอง และ เว็บไซต์/อินเทอร์เน็ต เป็นหลัก นอกจากนี้ทางไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ ควรมีการจัดกิจกรรมพิเศษ ในโครงการ ตามช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น งานประจำปี เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ โครงการผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ ให้แก่ไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร อีกด้วย

ด้านบุคลากร เพื่อให้เกิดคุณภาพการบริการที่ดีอย่างต่อเนื่องได้นั้น ผู้บริหารของ ไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ ควรให้การสนับสนุนส่งเสริมการพัฒนาทักษะด้านการบริการของพนักงาน พ่อค้าหรือแม่ค้า เพื่อเป็นการสร้างจุดเด่นของทางร้านค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร ที่อยู่เหนือร้านค้าทั่วไปในตลาดกลางคืนที่อื่น โดยการจัดให้มีการอบรมร่วมกันระหว่างพนักงาน พ่อค้า หรือ แม่ค้า ของร้านค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ และพนักงานของทางโครงการเอง ในด้านการให้บริการ อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง และขอความร่วมมือและประสานงานกับร้านค้าในการส่งตัวแทนพนักงานเข้าร่วมรับการอบรมพร้อมกัน สร้างความสัมพันธ์ในการทำงานร่วมกัน เพิ่มทักษะและยกระดับคุณภาพในด้านการให้บริการที่ดีต่อลูกค้าได้มากยิ่งขึ้นด้วย ทั้งนี้เนื่องจาก การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า มีอัธยาศัยดี เป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส หรือการเป็นกันเองกับลูกค้า ถือเป็นปัจจัยด้านที่ความสำคัญไม่น้อยไปกว่าด้านอื่น ๆ อีกด้วย

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้บริหารของ ไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ ควรขอความร่วมมือให้ร้านค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสารมีความรับผิดชอบต่อลูกค้ามากขึ้น เช่น การบริการหลังการขาย การรับเปลี่ยนสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพตามที่ระบุไว้ การบริการส่งสินค้าถึงบ้านตามที่ลูกค้าต้องการ ฯลฯ โดยผู้บริหารของ ไนท์มาร์เก็ต

ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ควรชี้แจงให้ร้านค้าทราบถึงประโยชน์ที่ร้านค้าจะได้รับต่อไปในอนาคตจากการดำเนินธุรกิจ อย่างเป็นมาตรฐาน และทางผู้บริหารของ ไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ อาจจะเปิดจุดรับรองเรียน หรือ ก่อรับความคิดเห็น กรณีลูกค้าได้รับความเสียหายจากร้านค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร โดยทางผู้บริหารของ ไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ จะได้นำข้อมูลดังกล่าวไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการต่อสัญญาสำหรับร้านค้า ที่พบข้อร้องเรียนจากลูกค้ามาก อีกด้วย

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้บริหารของไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ ควรปรับปรุงเรื่อง ความสะอาดของห้องน้ำ ให้มีเพียงพอต่อการให้บริการ รวมถึง ความสะอาดของพื้นที่ภายใน ไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ซึ่งลูกค้ามีความพึงพอใจเป็นลำดับสุดท้ายของด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ซึ่งถือว่าเป็นความจำเป็นเร่งด่วน เนื่องจากความสะอาดภายในโครงการถือเป็นเรื่องสำคัญที่ทาง ไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ ไม่อาจจะเลยได้ ดังนั้น ทางไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ ควรปรับปรุงการทำความสะอาดภายในโครงการให้มีความถี่เพิ่มมากขึ้น เช่น เดิมทางโครงการมีการทำความสะอาดเพียง วันละ 1 ครั้ง ทางโครงการควรเพิ่มเป็น 3 ครั้งต่อวัน โดยควรกำหนดช่วงเวลาระหว่างกะกลางคืนในการทำความสะอาด ภายในโครงการให้มากขึ้น เช่น รอบที่ 1 เวลา 15.45–16.00 น. รอบที่ 2 เวลา 19.45–20.00 น. และ รอบที่ 3 00.15–00.30 น. เป็นต้น อีกทั้งการใช้แนวทาง 5 ส. (สะสาง สะดวก สะอาด สุขลักษณะ และ สร้างนิสัย) ก็จะช่วยให้ พนักงานสามารถจัดการเรื่องความสะอาดและความเป็นระเบียบของโครงการได้ดีมากขึ้นด้วย และทางผู้บริหารของ ไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสารอาจจะจัดให้มีการประกวด การรักษาความสะอาดของร้านค้าในโครงการ ซึ่งหากร้านค้าใด ได้รับรางวัลนี้จะได้รับของสัมมาคุณจากทางไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ทางร้านค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร สามารถรักษาความเป็นระเบียบเรียบร้อยให้เป็นมาตรฐานและมีความต่อเนื่อง นอกจากนั้น ทางไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ ควรเพิ่มอุปกรณ์อำนวยความสะดวก เช่น เก้าอี้นั่งพักผ่อน บริการ Free Wifi โดยควรจัดให้มีเพียงพอต่อการใช้งานของลูกค้า อีกด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับร้านค้าที่เช่าพื้นที่ในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่

ด้านผลิตภัณฑ์ ร้านค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ ควรปรับปรุงเรื่อง บรรจภัณฑ์ ให้มีความสวยงาม มากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่า และสร้างคุณค่า (Value Added) ความสวยงาม สะดุดตา สามารถช่วย บ่งชี้ความเป็นตัวตนของร้าน ได้ทันทีที่ได้พบเห็น เช่น ร้านค้าขนาดใหญ่ที่จำหน่ายสินค้าประเภทหัตถกรรม อาจจะเปลี่ยน จากถุงพลาสติก เป็นถุงผ้า หรือ เป็นกล่อง Collection ของสินค้าประจำปี รวมถึงการแจ้งข้อมูล รายละเอียดต่าง ๆ ของ สินค้า เช่น การดูแลรักษาผลิตภัณฑ์ โดยติดไว้สั้น ๆ แต่ได้ใจความที่ข้างบรรจุภัณฑ์ ซึ่งจะช่วยสร้างเรื่องราว ให้กับสินค้า และเอกลักษณ์ของร้านค้า เพื่อสร้างคุณค่ารับรู้ (Perceived Value) ของตัวผลิตภัณฑ์ที่สร้างความประทับใจ และมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาลูกค้า และเพื่อดึงดูดลูกค้าให้ซื้อสินค้ามากขึ้นและกลับมาซื้อซ้ำอีกครั้ง ด้วย แต่หากเป็น ร้านค้าย่อยบริเวณทางเดิน อาจจะปรับปรุงคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการเพิ่มรายละเอียดของร้านค้าบนบรรจุภัณฑ์ มากขึ้น เช่น ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ อีเมล เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในการติดต่อกลับ นอกจากนั้น ทางร้านค้าควร สรรหาสินค้าใหม่ ตามแนวโน้มของกลุ่มลูกค้ามาจำหน่ายเพิ่มเติม เช่น ชุดผ้าฝ้ายล้านนาประยุกต์ หรือ ปรับแบบให้เป็น สไตล์โมเดิร์นมากยิ่งขึ้น

ด้านราคา ร้านค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร ควรให้บริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต อาทิเช่น การใช้เครื่องรูดบัตรเครดิตแบบพกพา mPOS (Mobile Point of Sale) เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ไม่ต้องพกเงินในปริมาณมาก และทางร้านค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร ควรมีการป้ายติดราคาสินค้า ให้ชัดเจน เพื่อเป็นการเพิ่มความพึงพอใจในประเด็นนี้เพิ่มขึ้นด้วย นอกจากนี้ ร้านค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร ควรมีการสำรวจราคาคู่แข่งชั้นประเภทเดียวกันในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ทางร้านค้า สามารถตั้งราคาที่สามารถแข่งขันกับร้านค้าคู่แข่งได้ด้วย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ร้านค้าขนาดใหญ่ในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร ควรมีการจัดทำเว็บไซต์อย่างเป็นทางการ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าไปเลือกชมสินค้าได้ก่อน และยังเป็นอีกช่องทางหนึ่งให้ลูกค้า สามารถสอบถามข้อมูลสินค้าได้โดยตรงจากร้านค้า แต่หากเป็นร้านค้าย่อยขนาดเล็ก อาจจะใช้ช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์แทน เช่น LINE, Facebook และ Twitter เพื่อเป็นช่องทางในการนำเสนอสินค้าใหม่ ให้แก่ลูกค้า และยังไม่เป็นการเพิ่มความพึงพอใจในปัจจุบันอีกด้วย

ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจุบันลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางในปัจจุบันย่อยด้าน ร้านค้ามีการให้ของแถม แก่ผู้ซื้อสินค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร ดังนั้น ร้านค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร ควรมีการให้ของแถมแก่ผู้ซื้อสินค้า ในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร เพิ่มเติมมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าในประเด็นดังกล่าว โดยอาจจะกำหนดเป็นเกณฑ์ขั้นต่ำหรือยอดซื้อเป้าหมาย หากลูกค้าซื้อสินค้ากับร้านค้าครบตามกำหนดจะได้รับของแถมเป็นการตอบแทน เช่น หากลูกค้าซื้อสินค้า ครบ 10,000 บาท ได้รับฟรีเสื้อพื้นเมือง 1 ตัว เป็นต้น และหากลูกค้ามีการแนะนำให้เพื่อนมาซื้อเพิ่มเติมครบยอดเป้าหมายของทางร้านค้าในวันเดียวกัน โดยนำสลิปบิลของทางร้านค้ามาแสดง สามารถได้รับส่วนลดพิเศษเพิ่มจากทางร้านค้า เช่น รับส่วนลดเพิ่มอีก ร้อยละ 5 นอกจากนี้ ร้านค้าควรมีการจัดสินค้าตัวอย่างให้ลูกค้าได้ชิมได้บ้างตามความเหมาะสม เช่น ผลไม้ตอง น้ำพริก หรือ ของแช่อิ่มต่าง ๆ ซึ่งสินค้าประเภทนี้สามารถกระซชาติความเปรี้ยว-หวานด้วยสายตาได้ยาก จึงควรจัดไว้ให้ลูกค้าชิมได้บ้างตามความเหมาะสม ซึ่งจะเป็นการทำให้ลูกค้าสนใจมาซื้อของที่ร้านค้ามากยิ่งขึ้นด้วย

ด้านบุคลากร พนักงาน พ่อค้า หรือ แม่ค้า ของร้านค้า ในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร ควรแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย มีความพร้อมและเอาใจใส่ต่อลูกค้าตลอดเวลา รวมถึง การมีกิริยามารยาทดี มีความตั้งใจและกระตือรือร้นในการให้บริการลูกค้าด้วย เนื่องจากลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยทางร้านค้าควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับการคัดเลือกและอบรมพัฒนาพนักงานของร้าน รวมถึงพ่อค้าและแม่ค้าเองด้วย ให้มีความสามารถในการอธิบายสินค้า มีอัธยาศัย และมารยาทที่ดี เพื่อสร้างความประทับใจแรกพบ (First Impression) ให้กับบรรดาลูกค้า ตั้งแต่การดูแลเครื่องแต่งกายของพนักงาน พ่อค้า แม่ค้า และทางร้านค้าควรปรับปรุงการอบรม ปลูกฝังจิตสำนึกในงานบริการ (Service Mind) ให้กับพนักงานทุกคน ซึ่งนอกจากจะมีการอบรมอย่างจริงจังแล้ว การจูงใจโดยการให้รางวัลกับพนักงานดีเด่นในด้านการบริการ ก็เป็นอีกวิธีหนึ่งในการพัฒนางานบริการให้ดียิ่งขึ้น เนื่องจากบุคลากรมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินงานในสภาพการณ์ที่มีการแข่งขันสูง และบุคลากรถือเป็นหน้าด่านที่จะต้องปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรง อีกด้วย

ด้านกระบวนการให้บริการ ร้านค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร ควรให้ความร่วมมือในการเปลี่ยนสินค้า กรณีสินค้ามีปัญหา ในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร รวมถึงการให้บริการหลังการขายที่ดี มีความรับผิดชอบต่อลูกค้า เช่น ร้านค้ายินดีตอบคำถามลูกค้าหลังซื้อสินค้าจากทางร้านแล้ว เป็นต้น เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวลูกค้ามีความพึงพอใจเพียง

ระดับปานกลาง โดยทางร้านค้าควรกำหนดเงื่อนไขการคืนสินค้าให้มีความชัดเจน เช่น จำนวนวันในการรับเปลี่ยนหรือคืนสินค้า เป็นต้น และควรชี้แจงให้ลูกค้าทราบตั้งแต่ก่อนการชำระเงินค่าสินค้า และควรแจ้งช่องทางการติดต่อกับทางร้านค้า เช่น เบอร์โทรศัพท์ อีเมล หรือทางสังคมออนไลน์ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสบายใจ หากสินค้ามีการเสียหาย หรือ ไม่เป็นไปตามเงื่อนไขที่ทางร้านแจ้งแก่ทางลูกค้าอีกด้วย

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ร้านค้าในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร ควรให้ความร่วมมือในการรักษาความสะอาดในบริเวณไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ โดยการรักษาความสะอาดที่มีประสิทธิภาพนี้ นอกจากจะเป็นแรงจูงใจต่อลูกค้าในการมาใช้บริการไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่แล้ว ยังส่งผลต่อสุขอนามัยที่ดีของลูกค้า รวมถึงพ่อค้า แม่ค้า ด้วย โดยเฉพาะบริเวณโซนอาหารและเครื่องดื่มของทางโครงการ ซึ่งเป็นบริเวณที่มีขยะมูลฝอยมาก ร้านค้าควรนำขยะมูลฝอยดังกล่าวไปทิ้งตามจุดที่ทางโครงการจัดพื้นที่ไว้ให้ เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีมาตรฐานตามหลักสุขอนามัยที่ดีในไนท์มาร์เก็ต ตลาดอนุสาร จังหวัดเชียงใหม่ ต่อไปอีกด้วย

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2556). *ภาคเอกชนมั่นใจ รายได้ท่องเที่ยวปี 58 ตามเป้า 2 ล้านล้าน*. ค้นเมื่อ 27 เมษายน 2557, จาก <http://www.innnews.co.th/shownews/show?Newscode=431781>
- กฤติกา มณีรัตน์. (2554). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าและบริการของตลาดชายของฝากท่าเทียบเรือประมงอ่างศิลา จังหวัดชลบุรี*. (การค้นคว้าอิสระรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหารจัดการ มหาวิทยาลัยบูรพา).
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). *คู่มือท่องเที่ยว เชียงใหม่*. ค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2557, จาก <http://www.sawadee.co.th/chiangmai/shopping-where.html#NightBazaar>
- ก่าจัด บุญไทย. (2556). *ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการตลาดนัดของเทศบาล ตำบลมะขามเมืองใหม่ ตำบลมะขาม อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี*. (ภาคนิพนธ์ รม.ม. (การปกครองท้องถิ่น). มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี).
- จิตตินันท์ นันทโพธิ์. (2551). *จิตวิทยาการบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2546). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
- เชษฐ วรพุดธิพงศ์. *หัวหน้าหน่วยขายและบริการโครงการตลาดอนุสาร*. (2557, 3 พฤษภาคม). สัมภาษณ์.
- เชียงใหม่ทูไนท์ไลฟ์. (2557). *ตลาดกลางคืนในจังหวัดเชียงใหม่*. ค้นเมื่อ 29 เมษายน 2557, จาก <http://www.chiangmaitonightlife.com/th/shopping>
- ททท. *ปลื้มรายได้ท่องเที่ยวปี 55 สูงเกือบล้านล้านบาท*. (2556). ค้นเมื่อ 27 เมษายน 2557, จาก http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1357629172&grpId=03&catid=03
- ทัศนางค์ ทองแก้ว. (2554). *ความพึงพอใจของลูกค้าคนไทยที่มาซื้อ สินค้าในตลาดนัดจตุจักรเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร*. (ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร).

- พูลศิริ กลายสุข. (2549). พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- รติ สุนทรวารภาส. (2551). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการ หลังการขายบ้านจัดสรรใหม่เขตกรุงเทพและปริมณฑล. (วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สถาบัน เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง).
- ลาววัลย์ เวชอภิกุลี. (2551). พฤติกรรมผู้ซื้อในตลาดนัดกลางคืนมีโชค จังหวัดเชียงใหม่. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่. (2555). สถิตินักท่องเที่ยวในประเทศไทย (รายจังหวัด). ค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2557, จาก http://marketingdatabase.tat.or.th/ewt_w3c/ewt_news.php?nid=1621
- Black K. (2007). *Applied Business Statistics: Making Better Business Decisions* (6th ed.). John Wiley and Sons (Asia).