

ความพึงพอใจของผู้เช่าแผงลอยต่อส่วนประสมการตลาดบริการ
ของตลาดประตูก้อม จังหวัดเชียงใหม่

Tenant Satisfaction towards Service Marketing Mix of
Pratukom Market, Chiang Mai Province

จิตาภา ชาญวัฒน์นกิจ* และจอมใจ แชมเพชร**

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้เช่าแผงลอยต่อส่วนประสมการตลาดบริการของตลาดประตูก้อม จังหวัดเชียงใหม่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เช่าแผงลอยต่อส่วนประสมการตลาดบริการของตลาดประตูก้อม จังหวัดเชียงใหม่และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อผู้เช่าแผงลอยของตลาดประตูก้อม จังหวัดเชียงใหม่โดยมีขอบเขตเนื้อหาส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการบริการ และ ด้านลักษณะทางกายภาพ ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้เช่าแผงลอยบริเวณอาคารตลาดที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการทำสัญญาเช่าแผงลอยขายของในตลาดประตูก้อมจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมี จำนวนทั้งหมด 128 ราย

การศึกษานี้ ใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลจากผู้เช่าแผงลอย จำนวน 128 ราย และนำมาวิเคราะห์โดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบความสำคัญและความพึงพอใจของผู้เช่าแผงลอยที่มีต่อบริการของตลาดประตูก้อมจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยเทคนิค IPA (Importance Performance Analysis)สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 50 ปีขึ้นไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท เช่าแผงลอยประเภทร้านค้า อาหารประเภทปรุงสำเร็จ อาหารที่ผ่านการทำ ประกอบ หรือปรุงสำเร็จพร้อมที่จะรับประทานได้ รวมทั้งของหวาน และเครื่องดื่มชนิดต่างๆ เช่าอาคารแผงลอย ขนาดพื้นที่เช่า ขนาด 2.01 – 4.00 เมตร ระยะเวลาในการเช่าพื้นที่ มากกว่า 10 ปีขึ้นไป การตัดสินใจเช่าเป็นการตัดสินใจเอง และอัตราค่าเช่า 1,501 – 3,000 บาท

ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการของตลาดประตูก้อมจังหวัดเชียงใหม่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านสถานที่บริการด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านกระบวนการบริการ ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการของตลาดประตูก้อมจังหวัดเชียงใหม่ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านสถานที่บริการ ด้านลักษณะ

* พนักงานการเงินระดับ4 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาแม่สาย จังหวัดเชียงราย

** ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ทางกายภาพ และ ด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยปานกลาง ได้แก่ ด้านราคา ด้านกระบวนการบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ด้านการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPAระดับความสำคัญและค่าระดับความพึงพอใจของแต่ละปัจจัยย่อยที่จุดตัด (3.63,3.39) พบว่าโดยปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant B หมายถึง ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก

ABSTRACT

This independent study aims to study tenant satisfaction towards service marketing mix of Pratum market in Chiang Mai province as well as the importance level of service marketing mix factors towards tenant in Pratum market, Chiang Mai. The extent of service marketing mix consists of product, price, place, promotion, people, process of service and physical evidence. The population used for this research is 128 tenants who rent stalls nearby market building and have a right to make a decision on making a contract of stall rental at Pratum market, Chiang Mai.

Questionnaires are used as the research tool to collect data from 128 tenants. The data is then analyzed by descriptive statistics, consisting of frequency, percentage, mean and standard deviation. The data is also compared the importance and satisfaction of tenants towards service of Pratum market in Chiang Mai using IPA (Importance Performance Analysis) method.

The study found that most of respondents were female; were in the ages more than 50 years old; earned an average monthly income of 10,001 – 20,000 baht; rented stalls for selling prepared/cooked foods, which is ready to eat without further preparation, as well as for selling desserts and beverages. They also rented the stalls having average width of 2.01 – 4.00 meters with more than 10 years of lease agreement term. The decision on stall rental was made by tenants themselves. An average rental fee was about 1,501 – 3,000 baht per month.

Overall, the respondents rated for the importance of service marketing mix factors towards tenant in Pratum market in Chiang Mai at high level. Factors with highest average importance level are place, physical evidence, product, price and process of service, respectively. Factors with moderate average importance level are people (staffs/employees giving service) and promotion, respectively.

However, the respondents rated for satisfaction towards service marketing mix factors of Pratum market in Chiang Mai at moderate level. Factors with high average satisfaction level are place, physical evidence, and product, respectively. Factors with moderate average satisfaction level are price, process of service, people (staffs/employees giving service) and promotion, respectively.

According to IPA analysis, importance level and satisfaction level of each sub-factor at intersected coordinate (3.63, 3.39) showed that most of sub-factors were in Quadrant B, which means that service providers can respond well to factors which are rated by customers at high level.

บทนำ

เมืองและตลาดมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด โดยตลาดถือเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งในโครงสร้างของเมือง เมื่อมีการสร้างเมืองเชียงใหม่ บริเวณส่วนหนึ่งได้ถูกกำหนดให้เป็นตลาดโดยมีบทบาทหน้าที่ที่เป็นพื้นที่ที่ใช้พบปะและซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า ทั้งในชุมชนและระหว่างเมืองต่างๆ แม้ว่าเมืองมีการขยายตัวตามการเพิ่มของจำนวนประชากร ซึ่งทำให้เกิดการขยายตัวของเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว คนในท้องถิ่นก็ยังมีพฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอยแบบเก่าที่เป็น การอุดหนุนเกื้อกูลคนรู้จักคุ้นเคยกันตามร้านค้าที่อยู่ใกล้เคียงกับที่พักอาศัยหรือตลาดสด

เศรษฐกิจภาคเหนือและเชียงใหม่ปี 2556 มีแนวโน้มดีขึ้นจากการลงทุนของภาคเอกชน ประกอบกับนโยบายของรัฐบาลที่เอื้ออำนวย โดยมีปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งศูนย์ประชุม งานแสดงสินค้านานาชาติและรถไฟความเร็วสูงเป็นตัวกระตุ้น ขณะที่มีการส่งเสริมโดยภาครัฐให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางหลายด้าน ทั้งการสร้างศูนย์ประชุมนานาชาติแห่งใหม่ที่ใกล้จะเปิดใช้ ส่งผลให้เชียงใหม่เป็น MICE City การส่งเสริม Food Valley และโครงการรถไฟความเร็วสูงที่พร้อมรองรับ คู่ค้าและสินค้าจากประเทศจีนและประเทศในประชาคมอาเซียน (สำนักข่าวแห่งชาติ กรมประชาสัมพันธ์, 2556: ออนไลน์) เป็นผลทำให้เชียงใหม่ต้องขยายและพัฒนาสถานที่ที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภคเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างทั่วถึง

ย่านการค้าหรือย่านธุรกิจในอำเภอเมืองเชียงใหม่ประเภทตลาดสดเมื่อต้นปี 2554 สํารวจเมื่อวันที่ 21 มีนาคม 2554 มีจำนวน 19 แห่ง (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่, 2554: ออนไลน์)และปลายปี 2554 สํารวจเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2554 มีจำนวน 25 แห่ง (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่, 2554: ออนไลน์) ตลาดมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วภายในระยะเวลาเพียง 1 ปี การที่ตลาดมีจำนวนมากขึ้นนี้ทำให้ผู้เช่าแผงลอยมีทางเลือกมากขึ้นในการตัดสินใจเช่าแผงทำให้ผู้ประกอบการตลาดต้องปรับตัวและรับมือกับเหตุการณ์ดังกล่าวเพื่อรักษาผู้เช่าแผงลอยที่มีอยู่ไว้

ผู้ประกอบการตลาดประตูก้อมจังหวัดเชียงใหม่ เริ่มก่อตั้งกิจการตั้งแต่ปี พ.ศ.2538 ดำเนินธุรกิจประเภทบริการโดยรูปแบบการค้าเนินธุรกิจเป็นแบบครอบครัว โดยมีครอบครัวชาวจังหวัดนครราชสีมาเป็นผู้ดำเนินการ ตั้งอยู่บริเวณพื้นที่ตำบลหายยา และอยู่ในพื้นที่รับผิดชอบของแขวงเมืองราย เทศบาลนครเชียงใหม่มีพื้นที่ 5 ไร่ และมีจำนวนแผงลอยทั้งหมด 150 แผงรูปแบบการให้บริการคือ การบริการเช่าแผงลอยขายของแก่ผู้เช่าแผงลอยค่าบริการคือ ค่าธรรมเนียมรายปี ค่าเช่ารายวัน และค่าไฟฟ้า โดยคิดค่าบริการตามขนาดของแผง จำนวนแผง และปริมาณการใช้ตามลำดับ โดยตลาดประตูก้อมมีบริการที่จอดรถ เก็บขยะ และน้ำประปาเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เช่าแผงลอย ตลาดประตูก้อม ผ่านเกณฑ์ดีของตลาดสดน่าซื้อ ประเภทที่ 1 จังหวัดเชียงใหม่ ปี2554 (สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ, 2554: ออนไลน์) ได้รับรางวัลตลาดสดดีเด่น ลำดับที่ 7 ของจังหวัดเชียงใหม่(สำนักงานการค้าภายในจังหวัดเชียงใหม่, 2555: ออนไลน์) และได้เข้าร่วมโครงการ “ตลาดสดเชียงใหม่ ร่วมใจ ไม่ใช้น้ำมันทอดซ้ำ” สถานที่ผลิตอาหารผ่านเกณฑ์มาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร ถือเป็นอีกส่วนสำคัญในการเตรียมพร้อมรองรับการเปิดประชาคมอาเซียน (สำนักข่าวแห่งชาติ

กรมประชาสัมพันธ์, 2556: ออนไลน์) ตลาดประตูก้อมดำเนินธุรกิจมายาวนานและครบรอบ 18 ปี ในปีนี้มีผลประกอบการคืนทุนแล้วและมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้เช่าแฟงลอยมาตลอดระยะเวลาที่ดำเนินกิจการ

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจดำเนินกิจการได้ยาวนานและมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้เช่าแฟงลอย โดยการศึกษาความพึงพอใจของผู้เช่าแฟงลอยต่อส่วนประสมการตลาดบริการของตลาดประตูก้อมจังหวัดเชียงใหม่เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการเช่าแฟงลอยแก่ผู้เช่าให้เกิดความพึงพอใจและร่วมธุรกิจกับตลาดประตูก้อมในระยะยาว ทำให้ธุรกิจเกิดความยั่งยืน อีกทั้งจะนำผลที่ได้จากการศึกษาไปปรับใช้กับการบริหารจัดการและการบริการแก่ผู้เช่าแฟงลอยโดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ สร้างความพึงพอใจให้กับผู้เช่าแฟงลอย ลดอัตราการย้ายออกของร้านค้าผู้เช่า สร้างรายได้จากการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับภาวะ การแข่งขันของธุรกิจในอนาคต

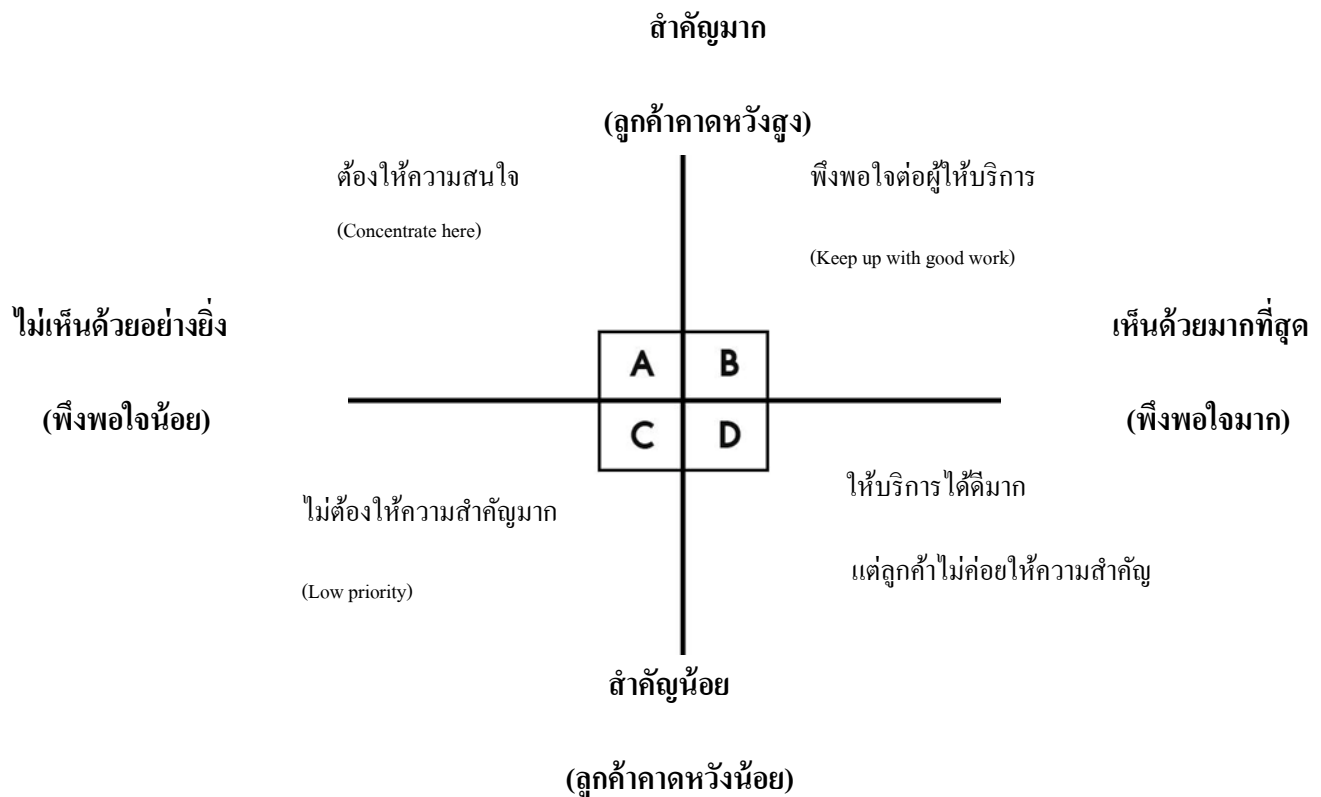
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

การวิเคราะห์ความพึงพอใจนำกรอบแนวคิดมาจาก Martilla and James (1977) อ้างใน ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา (2550) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ความสำคัญกับผลที่ได้ (Importance Performance Analysis :IPA) เรียกว่า IPA

IPA เป็นเทคนิคที่ใช้วิเคราะห์เกี่ยวกับคุณลักษณะ 2 ด้าน ของตัวแปรที่ต้องการจะประเมิน เช่น ประเมินระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการที่ลูกค้าให้ความสำคัญ ส่วนอีกด้านหนึ่ง คือ ประเมินระดับความพึงพอใจผลิตภัณฑ์และบริการที่ลูกค้าได้รับ การนำเสนอผลการประเมิน IPA ในรูปกราฟ ทำให้สามารถแปลผล จัดการข้อมูลได้อย่างสะดวกและเข้าใจมากขึ้น ทำให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางกลยุทธ์และตัดสินใจด้านการตลาดได้ดียิ่งขึ้น ลักษณะที่น่าสนใจของ IPA คือ ผลที่ได้แสดงออกมาในรูปภาพที่ง่ายต่อการแปลผล ในรูปของกราฟสองมิติ จากคุณลักษณะต่างๆ ซึ่งมาจากมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ดังภาพที่ 1

ภาพที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ และเปรียบเทียบผลการให้ระดับความคาดหวังและการประเมินความคิดเห็น (ความพึงพอใจ) ของผลิตภัณฑ์และบริการ

ที่มา: ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา(2550) ดัดแปลงจาก Martilla, J.A. and James,J.C. (1977): Importance-Performance Analysis. Journal of Marketing.



IPA (Importance Performance Analysis) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ระดับความสำคัญและผลการดำเนินงาน โดยการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้ IPA ในการวิเคราะห์ระดับความสำคัญ และ ความพึงพอใจ ของผู้เช่าแผงในตลาดประตูก้อม ตามแนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee) กระบวนการ (Process) และ ลักษณะทางกายภาพหรือสิ่งต่างๆ ในสำนักงาน (Physical Evidence)

วิธีการวิเคราะห์ระดับความสำคัญและผลการดำเนินงานที่ประเมินจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ด้วยเครื่องมือและแนวคิด IPA เป็นวิธีการหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ เพื่อแสดงให้เห็นถึงสิ่งที่ลูก้าหรือผู้เช่าแผงฯ ให้ความสำคัญ และประสิทธิภาพในการให้บริการจากทางตลาดประตูก้อมประเมินจากระดับความพึงพอใจนั้น เพื่อนำไปพัฒนา ปรับปรุง ให้บริการเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้เช่าแผงในตลาดประตูก้อม

วิธีการศึกษา

1. ขอบเขตการศึกษา

เนื้อหาในการศึกษา ความสำคัญและความพึงพอใจของผู้เช่าแผงลอยต่อส่วนประสมการตลาดบริการของตลาดประตูก้อมจังหวัดเชียงใหม่ในด้านต่างๆ ตามทฤษฎี ส่วนประสมการตลาดบริการ (Services Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการบริการ และ ด้านลักษณะทางกายภาพ และ วิธีการวิเคราะห์ระดับความสำคัญและผลการดำเนินงานที่ประเมินจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ด้วยเครื่องมือและแนวคิด IPA

2. ขั้นตอนการศึกษา

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

3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือผู้เช่าแผงลอยบริเวณอาคารตลาดที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการทำสัญญาเช่าแผงลอยขายของในตลาดประตูก้อมจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมี จำนวนทั้งหมด 128 ราย (ฐานข้อมูลผู้เช่าแผงลอย, 2556: ฐานข้อมูลกิจการตลาดประตูก้อม) โดยในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาจากประชากรทั้งหมด

4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้แบบสอบถาม จากผู้เช่าแผงลอยบริเวณอาคารตลาดที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการทำสัญญาเช่าแผงลอยขายของในตลาดประตูก้อมจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 128 ราย และเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากผู้เช่า

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.60 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 34.40 อายุ 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 29.70 รองลงมาคืออายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.90 อายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.00 และอายุ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.40 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.00 น้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.20 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.80 30,001บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.90

ผู้เช่าแผงลอยประเภทร้านค้า อาหารประเภทปรุงสำเร็จ อาหารที่ผ่านการทำ ประกอบ หรือปรุงสำเร็จพร้อมที่จะรับประทานได้ รวมทั้งของหวาน และเครื่องดื่มต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 45.30 ผู้เช่าประเภทอาหารสด อาหารประเภทสัตว์ เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้ และของอื่นๆที่มีสภาพเป็นของสดและประเภทสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร เช่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องเขียน ร้านขายของชำ คิดเป็นร้อยละ 25.00 และผู้เช่าประเภทอาหารประเภทเนื้อสัตว์ชำแหละ อาหารสดประเภทเนื้อสัตว์หรือเนื้อสัตว์ที่มีการชำแหละ ณ แผงจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 4.70

ประเภทสถานที่เช่าอาคารแฝงลอย คิดเป็นร้อยละ 71.90 อาคารพาณิชย์ชั้นเดียว คิดเป็นร้อยละ 28.10 ขนาดพื้นที่เช่าขนาด 2.01 – 4.00 เมตร คิดเป็นร้อยละ 53.90 ขนาด 4.01 – 6.00 เมตร คิดเป็นร้อยละ 32.90 ขนาดน้อยกว่า 2 เมตร คิดเป็นร้อยละ 10.90 และ ขนาด 6.01 เมตรขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.30 ระยะเวลาในการเช่าพื้นที่ระยะเวลา มากกว่า 10 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 36.70 มากกว่า 1 ปี – 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.40 มากกว่า 5 ปี – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.90 และ น้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.00 ลักษณะการตัดสินใจเช่า ตัดสินใจเอง คิดเป็นร้อยละ 87.50 ผู้อื่นมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 12.50

อัตราการเช่า อัตรา 1,501 – 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.80 3,001 – 4,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.90 4,501 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 14.80 และ ต่ำกว่า 1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.50

ส่วนที่ 2 ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของตลาดประตูก้อมจังหวัดเชียงใหม่

ในภาพรวมมีระดับความสำคัญในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.63 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านสถานที่บริการค่าเฉลี่ย 4.14 ด้านลักษณะทางกายภาพค่าเฉลี่ย 3.77 ด้านผลิตภัณฑ์ค่าเฉลี่ย 3.71 ด้านราคาค่าเฉลี่ย 3.63 และ ด้านกระบวนการบริการค่าเฉลี่ย 3.61 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยปานกลาง ได้แก่ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.42 และ ด้านการส่งเสริมการตลาดค่าเฉลี่ย 3.14 ตามลำดับ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของตลาดประตูก้อมจังหวัดเชียงใหม่

ในภาพรวมมีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.39 ความพึงพอใจปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านสถานที่บริการค่าเฉลี่ย 3.91 ด้านลักษณะทางกายภาพ ค่าเฉลี่ย 3.55 และ ด้านผลิตภัณฑ์ค่าเฉลี่ย 3.51 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยปานกลาง ได้แก่ ด้านราคา ค่าเฉลี่ย 3.44 ด้านกระบวนการบริการค่าเฉลี่ย 3.38 ด้านพนักงานผู้ให้บริการค่าเฉลี่ย 3.16 และ ด้านการส่งเสริมการตลาดค่าเฉลี่ย 2.80 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องของสาธารณูปโภค น้ำเพื่อทำความสะอาด ควรจัดก๊อกน้ำไว้หลายจุด และเปิดให้บริการหลังจากตลาดปิดแล้ว เพื่อความสะดวกของผู้เช่าแผง ในการทำความสะอาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด ปฏิบัติตามหลัก 5 ส และให้ทุกคนมีส่วนร่วมในกิจกรรมนี้ พร้อมทั้งเซ็นรับทราบและนำไปปฏิบัติอย่างจริงจัง

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ จัดเจ้าหน้าที่มาอำนวยความสะดวกในการจราจรภายในตลาดและโดยรอบ และ ชุมชนตลาดเป็นแหล่งทำมาหากินของผู้เช่า มีความรู้สึกผูกพัน ควรมีมุขยสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

ด้านกระบวนการบริการ การมีส่วนร่วมของผู้เช่าแผงในการแสดงความคิดเห็นเพื่อปรับปรุงตลาด

ด้านลักษณะทางกายภาพ เรื่องความสะดวกของตลาดและส่วนของผู้เช่าแผง ควรมีการทำความสะอาดให้ดีกว่าที่เป็นอยู่ ส่วนบริเวณของผู้เช่าแผงฝ่ายสำนักงานตลาด ควรมีการบริหารจัดการ ขอความร่วมมือ ให้ผู้เช่าแผงรักษา

ความสะอาดในส่วนของตนเองเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อย ปรับปรุง บำรุงรักษา ท่อระบายน้ำ และท่อน้ำทิ้ง ไม่ให้มีกลิ่นเหม็น จัดสรรที่จอดรถให้ผู้เช่าแผง ควรมีการจัดการสุขาภิบาล เรื่อง การกำจัดหนู แมลงสาบ แมลงวัน และยุ่งอย่างต่อเนื่องเพื่อสุขอนามัยที่ดีของผู้บริโภคที่มาใช้บริการตลาดฯ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์และเปรียบเทียบผลการให้ระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้เช่าแผงลอยต่อส่วนประสมการตลาดบริการของตลาดประตูก้อมจังหวัดเชียงใหม่

ค่าระดับความสำคัญและค่าระดับความพึงพอใจของแต่ละปัจจัยย่อยมาวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA ที่จุดตัด (3.63,3.39) (ค่าเฉลี่ยรวมระดับสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อผู้เช่าแผงลอย,ค่าเฉลี่ยรวมระดับความพึงพอใจของผู้เช่าแผงลอยต่อส่วนประสมการตลาดบริการ) โดยพบว่า ปัจจัยย่อยใน Quadrant A หมายถึง ที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พอใจเกิดขึ้น ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ อัตราค่าใช้จ่ายส่วนกลางที่เรียกเก็บ และปัจจัยย่อยด้านกระบวนการบริการ คือ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์อย่างต่อเนื่อง

Quadrant B หมายถึง ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ สัดส่วนพื้นที่เช่าในตลาดมีให้เลือกหลายขนาดพื้นที่เช่ามองเห็นได้ชัดเจน สะดวกในการค้นหาตลาดมีขนาดใหญ่ตลาดมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักตลาดมีห้องน้ำให้บริการอย่างเพียงพอความสะดวกของห้องน้ำ ความเหมาะสมของเวลาเปิดตลาดความเหมาะสมของเวลาเปิดตลาดมีจำนวนผู้มาใช้บริการภายในตลาดมากประเภทร้านค้าอื่นๆที่มีภายในตลาดมีความหลากหลายการจราจรไม่ติดขัด ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ ความเหมาะสมของราคาเช่าอัตราค่าเช่าเมื่อเทียบกับรายได้ของกิจการ มีความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดอื่น ปัจจัยย่อยด้านสถานที่บริการ คือ ตลาดตั้งอยู่บนทำเลที่เหมาะสมต่อผู้เช่าในการทำธุรกิจการเดินทางมาตลาด เข้า-ออก ได้สะดวกสบายตลาดตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ คือ พนักงานให้บริการของตลาดมีความซื่อสัตย์ เชื่อถือได้ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการบริการ คือ ขั้นตอนการทำสัญญาเช่าสะดวก ไม่ยุ่งยากซับซ้อนมีการรับชำระเงินและออกใบเสร็จถูกต้องและรวดเร็วการติดต่อพนักงาน มีความสะดวก เข้าถึงง่ายการติดต่อผู้บริหาร มีความสะดวก เข้าถึงง่ายปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ คือ ภายในตลาด มีสภาพตัวอาคารสะอาด ไม่ทรุดโทรมความเพียงพอของแสงสว่างภายในตลาด และบริเวณทางเดินการระบายอากาศภายในตลาด เพียงพอ เหมาะสม และไม่มีการกีดกัน ตลาดมีเส้นทางและจุดรับส่งสินค้าที่สะดวกมีพื้นที่จอดรถอย่างเพียงพอมีจุดรับส่งสินค้าที่เพียงพอตลาดไม่มีการเรียกเก็บค่าที่จอดรถ

Quadrant C หมายถึง ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีคุณภาพต่ำในคุณลักษณะที่ไม่มีความสำคัญต่อลูกค้ามากนัก ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงไปภายหลังได้ ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ตลาดมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีความใหม่ของตลาดมีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและน้ำประปาให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอการจัดระบบการจราจรของรถภายในตลาด ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการให้ส่วนลดผู้เช่าพื้นที่เมื่อประสบปัญหาทางด้านธุรกิจ ตลาดมีส่วนร่วมสนับสนุนกิจกรรมของชุมชนมีการจัดกิจกรรมพิเศษ (Event) ต่างๆ ร่วมกับตัวแทนจำหน่ายสินค้าอย่างสม่ำเสมอปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ คือ พนักงานให้บริการของตลาดมีจำนวนเพียงพอพนักงานให้บริการของตลาดมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดีพนักงานให้บริการของตลาดมีการให้บริการอย่างเท่าเทียมพนักงานให้บริการของตลาดมีความรู้สามารถแก้ไขปัญหาได้ถูกต้องพนักงานให้บริการของตลาดตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาได้รวดเร็ว

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการบริการ คือ มีระบบแจ้งปัญหาที่รวดเร็ว จากงานรักษาความปลอดภัยของตลาด มีบริการรับแจ้งซ่อมที่รวดเร็วจากช่างอาคารงานระบบ ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ คือ ตลาดมีการติดตั้งระบบป้องกันอัคคีภัยตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคารป้ายชื่อตลาดมีขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจนในระยะไกล

Quadrant D หมายถึง บริการที่ตลาดฯ ให้ความสำคัญเกินความจำเป็นในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญไม่มากนัก ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ มีการจัดแยกพื้นที่ (Zone) ของกลุ่มสินค้าไว้

ส่วนที่ 5 ข้อมูลการเปรียบเทียบระหว่างความสำคัญและความพึงพอใจของผู้เช่าแผงลอยต่อส่วนประสมการตลาดบริการของตลาดประตูท่าแพจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยเทคนิค IPA (Importance Performance Analysis) ประเภทร้านค้าอาหารสด

ความสำคัญและค่าระดับความพึงพอใจของแต่ละปัจจัยย่อยมาวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA ที่จุดตัด(3.71,3.44) (ค่าเฉลี่ยรวมระดับสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อผู้เช่าแผงลอยร้านค้าอาหารสด,ค่าเฉลี่ยรวมระดับความพึงพอใจของผู้เช่าแผงลอยร้านค้าอาหารสดต่อส่วนประสมการตลาดบริการ)โดยพบว่า ปัจจัยย่อยใน Quadrant A หมายถึง ที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พอใจเกิดขึ้น ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและน้ำประปาให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ และปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ คือ พนักงานให้บริการของตลาดมีความซื่อสัตย์ เชื่อถือได้

Quadrant B หมายถึง ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก ได้แก่ ลัดส่วนพื้นที่เช่าในตลาดมีให้เลือกหลายขนาด พื้นที่เช่ามองเห็นได้ชัดเจน สะดวกในการค้นหา มีการจัดแยกพื้นที่ (Zone) ของกลุ่มสินค้าไว้ ตลาดมีขนาดใหญ่ ตลาดมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก ตลาดมีห้องน้ำให้บริการอย่างเพียงพอ ความสะอาดของห้องน้ำ ความใหม่ของตลาด ความเหมาะสมของเวลาเปิดตลาด ความเหมาะสมของเวลาปิดตลาด การจัดการระบบการจราจรของรถภายในตลาด มีจำนวนผู้มาใช้บริการภายในตลาดมาก ประเภทร้านค้าอื่นๆ ที่มีภายในตลาดมีความหลากหลาย การจราจรไม่ติดขัด ความเหมาะสมของราคาเช่า ตลาดตั้งอยู่บนทำเลที่เหมาะสมต่อผู้เช่าในการทำธุรกิจ การเดินทางมาตลาด เข้า-ออก ได้สะดวกสบาย ตลาดตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ขั้นตอนการทำสัญญาเช่าสะดวก ไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์อย่างต่อเนื่อง ภายในตลาด มีสภาพตัวอาคารสะอาด ไม่ทรุดโทรม ความเพียงพอของแสงสว่างภายในตลาด และบริเวณทางเดิน การระบายอากาศภายในตลาด เพียงพอ เหมาะสม และไม่มีการกักเก็บน้ำ ตลาดมีเส้นทางและจุดรับส่งสินค้าที่สะดวก มีพื้นที่จอดรถอย่างเพียงพอ มีจุดรับส่งสินค้าที่เพียงพอ ตลาดไม่มีการเรียกเก็บค่าที่จอดรถ

Quadrant C หมายถึง ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีคุณภาพต่ำในคุณลักษณะที่ไม่มีความสำคัญต่อลูกค้ามากนัก ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงไปภายหลังได้ ได้แก่ ตลาดมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี มีการให้ส่วนลดผู้เช่าพื้นที่เมื่อประสบปัญหาทางด้านธุรกิจ ตลาดมีส่วนร่วมสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน มีการจัดกิจกรรมพิเศษ (Event) ต่างๆ ร่วมกับตัวแทนจำหน่ายสินค้าอย่างสม่ำเสมอ พนักงานให้บริการของตลาดมีจำนวนเพียงพอ พนักงานให้บริการของตลาดมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี พนักงานให้บริการของตลาดมีการให้บริการอย่างเท่าเทียม พนักงานให้บริการของตลาดมีความรู้สามารถแก้ไขปัญหาได้ถูกต้อง พนักงานให้บริการของตลาดตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาได้รวดเร็ว มีการรับชำระ

เงินและออกใบเสร็จถูกต้องและรวดเร็ว มีระบบแจ้งปัญหาที่รวดเร็ว จากงานรักษาความปลอดภัยของตลาด มีบริการรับแจ้งซ่อมที่รวดเร็ว จากช่างอาคารงานระบบ ตลาดมีการติดตั้งระบบป้องกันอัคคีภัยตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร บ้ายชื่อตลาดมีขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจนในระยะไกล

Quadrant D หมายถึง บริการที่ตลาดฯ ให้ความสำคัญเกินความจำเป็นในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญไม่มากนัก ได้แก่ อัตราค่าเช่าเมื่อเทียบกับรายได้ของกิจการ มีความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดอื่น อัตราค่าใช้จ่ายส่วนกลางที่เรียกเก็บ การติดต่อพนักงาน มีความสะดวก เข้าถึงง่าย การติดต่อผู้บริหาร มีความสะดวก เข้าถึงง่าย

ส่วนที่ 6 ข้อมูลการเปรียบเทียบระหว่างความสำคัญและความพึงพอใจของผู้เช่าแผงลอยต่อส่วนประสมการตลาดบริการของตลาดประตูจอมจางค์เชียงใหม่ ด้วยเทคนิค IPA (Importance Performance Analysis) ประเภทร้านค้าอาหารปรุงสำเร็จ

ความสำคัญและค่าระดับความพึงพอใจของแต่ละปัจจัยย่อยมาวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA ที่จุดตัด(3.53,3.36) (ค่าเฉลี่ยรวมระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อผู้เช่าแผงลอยร้านค้าอาหารปรุงสำเร็จ,ค่าเฉลี่ยรวมระดับความพึงพอใจของผู้เช่าแผงลอยร้านอาหารปรุงสำเร็จต่อส่วนประสมการตลาดบริการ) โดยพบว่า ปัจจัยย่อยใน Quadrant A หมายถึง ที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พอใจเกิดขึ้น ได้แก่ สัดส่วนพื้นที่เช่าในตลาดมีให้เลือกหลายขนาด มีการจัดแยกพื้นที่ (Zone) ของกลุ่มสินค้าไว้ ความเหมาะสมของราคาค่าเช่า ภายในตลาดมีสภาพตัวอาคารสะอาด ไม่ทรุดโทรม

Quadrant B หมายถึง ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก ได้แก่ พื้นที่เช่ามองเห็นได้ชัดเจน สะดวกในการค้นหา ตลาดมีขนาดใหญ่ ตลาดมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก ตลาดมีห้องน้ำให้บริการอย่างเพียงพอ ความสะอาดของห้องน้ำ ความเหมาะสมของเวลาเปิดตลาด ความเหมาะสมของเวลาปิดตลาด มีจำนวนผู้มาใช้บริการภายในตลาดมาก ประเภทร้านค้าอื่นๆ ที่มีภายในตลาดมีความหลากหลาย การจราจรไม่ติดขัด อัตราค่าเช่าเมื่อเทียบกับรายได้ของกิจการ มีความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดอื่น ตลาดตั้งอยู่บนทำเลที่เหมาะสมต่อผู้เช่าในการทำธุรกิจ การเดินทางมาตลาด เข้า-ออก ได้สะดวกสบาย ตลาดตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน พนักงานให้บริการของตลาดมีความซื่อสัตย์ เชื่อถือได้ ขั้นตอนการทำสัญญาเช่าสะดวก ไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีการรับชำระเงินและออกใบเสร็จถูกต้องและรวดเร็ว การติดต่อพนักงาน มีความสะดวก เข้าถึงง่าย การติดต่อผู้บริหาร มีความสะดวก เข้าถึงง่าย ความเพียงพอของแสงสว่างภายในตลาด และบริเวณทางเดิน การระบายอากาศภายในตลาด เพียงพอ เหมาะสม และไม่มีกลิ่นอับ ตลาดมีเส้นทางและจุดรับส่งสินค้าที่สะดวก บ้ายชื่อตลาดมีขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจนในระยะไกล มีพื้นที่จอดรถอย่างเพียงพอ มีจุดรับส่งสินค้าที่เพียงพอ ตลาดไม่มีการเรียกเก็บค่าที่จอดรถ

Quadrant C หมายถึง ผลិតภัณฑ์หรือบริการมีคุณภาพต่ำในคุณลักษณะที่ไม่มีความสำคัญต่อลูกค้ามากนัก ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงไปภายหลังได้ ได้แก่ ตลาดมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ความใหม่ของตลาด มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและน้ำประปาให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ การจัดระบบการจราจรของรถภายในตลาด อัตราค่าใช้จ่ายส่วนกลางที่เรียกเก็บ มีการให้ส่วนลดผู้เช่าพื้นที่เมื่อประสบปัญหาทางด้านธุรกิจ ตลาดมีส่วนร่วมสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน มีการจัดกิจกรรมพิเศษ (Event) ต่างๆร่วมกับตัวแทนจำหน่ายสินค้าอย่างสม่ำเสมอ พนักงานให้บริการของตลาดมี

จำนวนเพียงพอ พนักงานให้บริการของตลาดมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี พนักงานให้บริการของตลาดมีการให้บริการอย่างเท่าเทียม พนักงานให้บริการของตลาดมีความรู้สามารถแก้ไขปัญหาได้ถูกต้อง พนักงานให้บริการของตลาดตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาได้รวดเร็ว มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์อย่างต่อเนื่อง มีระบบแจ้งปัญหาที่รวดเร็ว จากงานรักษาความปลอดภัยของตลาด มีบริการรับแจ้งซ่อมที่รวดเร็ว จากช่างอาคารงานระบบ ตลาดมีการติดตั้งระบบป้องกันอัคคีภัยตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร

Quadrant D หมายถึง บริการที่ตลาดฯ ให้ความสำคัญเกินความจำเป็นในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญไม่มากนัก ไม่พบปัจจัยย่อยใน Quadrant D

ส่วนที่ 7 ข้อมูลการเปรียบเทียบระหว่างความสำคัญและความพึงพอใจของผู้เช่าแผงลอยต่อส่วนประสมการตลาดบริการของตลาดประตูก้อมจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยเทคนิค IPA (Importance Performance Analysis) ประเภทร้านค้าสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร

ความสำคัญและค่าระดับความพึงพอใจของแต่ละปัจจัยย่อยมาวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA ที่จุดตัด(3.73,3.41) (ค่าเฉลี่ยรวมระดับสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อผู้เช่าแผงลอยร้านค้าสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร,ค่าเฉลี่ยรวมระดับความพึงพอใจของผู้เช่าแผงลอยร้านค้าสินค้าที่ไม่ใช่อาหารต่อส่วนประสมการตลาดบริการ) โดยพบว่า ปัจจัยย่อยใน Quadrant A หมายถึง ที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พอใจเกิดขึ้น ได้แก่ ตลาดมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและน้ำประปาให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ ประเภทร้านค้าอื่นๆที่มีภายในตลาดมีความหลากหลาย ตลาดมีการติดตั้งระบบป้องกันอัคคีภัยตามกฎหมายว่าด้วยการ บ้ายชื่อตลาดมีขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจนในระยะไกล

Quadrant B หมายถึง ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก ได้แก่ พื้นที่เช่ามองเห็นได้ชัดเจน สะดวกในการค้นหา ตลาดมีห้องน้ำให้บริการอย่างเพียงพอ ความสะอาดของห้องน้ำ ความเหมาะสมของเวลาเปิดตลาด ความเหมาะสมของเวลาปิดตลาด การจัดระบบการจราจรของรถภายในตลาด มีจำนวนผู้มาใช้บริการภายในตลาดมาก ความเหมาะสมของราคาเช่า อัตราค่าเช่าเมื่อเทียบกับรายได้ของกิจการ มีความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดอื่น ตลาดตั้งอยู่บนทำเลที่เหมาะสมต่อผู้เช่าในการทำธุรกิจ การเดินทางมาตลาด เข้า-ออก ได้สะดวกสบาย ตลาดตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน พนักงานให้บริการของตลาดมีความซื่อสัตย์ เชื่อถือได้ ขั้นตอนการทำสัญญาเช่าสะดวกไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีการรับชำระเงินและออกใบเสร็จถูกต้องและรวดเร็ว การติดต่อผู้บริหาร มีความสะดวก เข้าถึงง่าย ภายในตลาด มีสภาพตัวอาคารสะอาด ไม่ทรุดโทรม ตลาดมีเส้นทางและจุดรับส่งสินค้าที่สะดวก มีพื้นที่จอดรถอย่างเพียงพอ มีจุดรับส่งสินค้าที่เพียงพอ ตลาดไม่มีการเรียกเก็บค่าที่จอดรถ

Quadrant C หมายถึง ผลลัพธ์หรือบริการมีคุณภาพต่ำในคุณลักษณะที่ไม่มีความสำคัญต่อลูกค้ามากนัก ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงไปภายหลังได้ ได้แก่ มีการจัดแยกพื้นที่ (Zone) ของกลุ่มสินค้าไว้ ตลาดมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ความใหม่ของตลาด การจราจรไม่ติดขัด อัตราค่าเช่าจ่ายส่วนกลางที่เรียกเก็บ มีการให้ส่วนลดผู้เช่าพื้นที่เมื่อประสบปัญหาทางด้านธุรกิจ ตลาดมีส่วนร่วมสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน มีการจัดกิจกรรมพิเศษ (Event) ต่างๆร่วมกับตัวแทนจำหน่ายสินค้าอย่างสม่ำเสมอ พนักงานให้บริการของตลาดมีจำนวนเพียงพอ พนักงานให้บริการของตลาดมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี พนักงานให้บริการของตลาดมีความรู้สามารถแก้ไขปัญหาได้ถูกต้อง พนักงาน

ให้บริการของตลาดตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาได้รวดเร็ว มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์อย่างต่อเนื่อง มีระบบแจ้งปัญหาที่รวดเร็ว จากงานรักษาความปลอดภัยของตลาด มีบริการรับแจ้งซ่อมที่รวดเร็ว จากช่างอาคารงานระบบ ความเพียงพอของแสงสว่างภายในตลาด และบริเวณทางเดิน

Quadrant D หมายถึง บริการที่ตลาดฯ ให้ความสำคัญเกินความจำเป็นในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญไม่มากนัก ได้แก่ สัดส่วนพื้นที่เช่าในตลาดมีให้เลือกหลายขนาด ตลาดมีขนาดใหญ่ พนักงานให้บริการของตลาดมีการให้บริการอย่างเท่าเทียม การติดต่อพนักงาน มีความสะดวก เข้าถึงง่าย การระบายอากาศภายในตลาด เพียงพอเหมาะสม และไม่มีการกั้นอับ

การอภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้เช่าแผงลอยต่อส่วนประสมการตลาดบริการของตลาดประตูก้อมจังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำผลการศึกษามาอภิปรายได้ ดังนี้

ด้านความพึงพอใจต่อบัณฑิตย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ตลาดมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก ด้านราคา คือ อัตราค่าเช่าเมื่อเทียบกับรายได้ของกิจการ มีความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดอื่นด้านสถานที่บริการ คือ ตลาดตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ด้านการส่งเสริมการตลาดคือ ตลาดมีส่วนร่วมสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน ด้านพนักงานผู้ให้บริการ คือ พนักงานให้บริการของตลาดมีความซื่อสัตย์ เชื่อถือได้ ด้านกระบวนการบริการ คือ ขั้นตอนการทำสัญญาเช่าสะดวก ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ด้านลักษณะทางกายภาพคือ ตลาดไม่มีการเรียกเก็บค่าที่จอดรถสอดคล้องกับการศึกษาของดาราวรรณ สกุลวงศ์ (2552) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคสินค้าจากตลาดสดนำซ้อ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการซื้อสินค้าจากตลาดสดนำซ้อจำนวน 3 แห่งในจังหวัดลำพูน ที่พบว่า มีความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าจากตลาดสดนำซ้อด้านการบริการของตลาดในเรื่องความสะอาดของตลาด การจัดการที่จอดรถและแสงสว่างภายในตัวตลาดอยู่ในระดับมาก แต่ไม่สอดคล้องในด้านอื่นๆ ได้แก่ ด้านการจัดการสินค้าในตลาดมีความพึงพอใจในเรื่องการจัดวางสินค้าและความสะอาดของแผงจำหน่ายสินค้าอยู่ในระดับมาก ด้านคุณภาพสินค้ามีความพึงพอใจในเรื่อง ความสดและสะอาดของอาหารประเภทผักและเนื้อสัตว์อยู่ในระดับมาก และด้านการปฏิบัติตัวของผู้จำหน่ายสินค้าทุกเรื่องมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ไม่สอดคล้องเนื่องจากผู้ศึกษาศึกษาความพึงพอใจของตลาดผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากตลาดสดนำซ้อ 3 แห่งในมุมมองผู้บริโภคของจังหวัดลำพูน ทำให้ความพึงพอใจแตกต่างกับการศึกษาตลาดธุรกิจในเมืองมอมองผู้เช่าแผงลอยของตลาดประตูก้อม จังหวัดเชียงใหม่ สำหรับการวิเคราะห์และเปรียบเทียบ การให้ระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้เช่าแผงลอยต่อส่วนประสมการตลาดบริการของตลาดประตูก้อมจังหวัดเชียงใหม่เมื่อนำค่าระดับความสำคัญและค่าระดับความพึงพอใจของแต่ละปัจจัยย่อยมาวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA ที่จุดตัด (3.63,3.39) พบว่า ปัจจัยย่อยมีการกระจายอยู่ในทุก Quadrant สอดคล้องกับการศึกษาของเกียรติพงษ์ มูลโพธิ์ (2555) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้เช่าพื้นที่ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่แอร์พอร์ตมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เช่าพื้นที่ต่อส่วนประสมการตลาดบริการและศึกษาถึงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อผู้เช่าของศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่แอร์พอร์ตที่ปัจจัยย่อยมีการกระจายตัวอยู่ในทุก Quadrant แต่ไม่สอดคล้องใน

ส่วน Quadrant D ที่หมายถึง ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินไปในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของลูกค้าโดยการศึกษาของเกียรตินิยม มูลนิธิ ไม่ปรากฏปัจจัยย่อยใดใน Quadrant D ส่วนการศึกษาครั้งนี้ปรากฏปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ มีการจัดแยกพื้นที่ (Zone) ของกลุ่มสินค้าไว้ใน Quadrant D ไม่สอดคล้องเนื่องจากผู้ศึกษาศึกษาพื้นที่ศูนย์การค้า มีการกำหนดควบคุมมาตรฐานโดยใช้ระบบ ISO9001:2008 ทำให้สามารถบริหารงานบริการได้มีมาตรฐานมากกว่า

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้เช่าแผงลอยต่อส่วนประสมการตลาดบริการของตลาดประตูก้อจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะต่อผู้บริหารและเจ้าหน้าที่สำนักงานตลาดก้อม เพื่อปรับปรุงการบริหารจัดการในภาพรวมของแต่ละด้านโดยใช้เทคนิค IPA ปัจจัยที่ตลาดประตูก้อสมควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พอใจเกิดขึ้น ได้แก่

ด้านราคา

ปัจจัยย่อยที่ควรพิจารณาคือ อัตราค่าใช้จ่ายส่วนกลางที่เรียกเก็บ ความเหมาะสมของราคาเช่า อัตราค่าเช่าเมื่อเทียบกับรายได้ของกิจการ มีความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดอื่น ดังนั้นตลาดควรพิจารณาการคิดราคาเช่าให้เหมาะสมกับทำเลที่ตั้งของตลาด รวมทั้งควรนำปัจจัยต่างๆ มาใช้ในการร่วมพิจารณาหลักเกณฑ์การคิดค่าใช้จ่ายต่างๆ เพื่อให้มีความเหมาะสมกับผู้เช่าแผงลอยหลายๆ ประเภทควรมีการสืบค้นข้อมูลเชิงเปรียบเทียบกับคู่แข่ง นอกจากนี้ตลาดควรเน้นการสื่อสารให้กับผู้เช่าแผงลอยเพื่อแสดงให้เห็นถึงความคุ้มค่าในการทำธุรกิจกับตลาด และแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของการบริการที่ได้รับจากตลาดรวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ถูกปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ

ด้านกระบวนการบริการ

ปัจจัยย่อยที่ควรพิจารณาคือ การแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นตลาดควรจัดบอร์ดความรู้ให้ทันสมัยตลอดเวลา โดยบอร์ดแจ้งข่าวสารที่เป็นประโยชน์ประกอบด้วยข้อมูลที่ตลาดได้รับมาจากสาธารณสุขโรคระบาด ข่าวเศรษฐกิจ ผลการประชุมสมาคมตลาดจังหวัดเชียงใหม่ ประจำไตรมาสร่วมกับเทศบาลนครเชียงใหม่ และการใช้เสียงตามสายแจ้งข่าวสารที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับตลาดแก่ผู้เช่าทุกวันพุธที่ 2 และ 4 ของเดือนอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความใกล้ชิดและเป็นการแสดงถึงความใส่ใจลูกค้า

ปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญและตลาดประตูก้อก็สามารถตอบสนองลูกค้าในระดับที่พึงพอใจ เป็นสิ่งที่ตลาดประตูก้อมควรรักษามาตรฐานและควรยึดถือปฏิบัติสืบต่อไป แต่หากไม่มีการปรับปรุงเลยปัจจัยย่อยกลุ่มนี้อาจทำให้เกิดความไม่พอใจขึ้น ก็เป็นไปได้

ด้านผลิตภัณฑ์

เรื่องของสาธารณูปโภค น้ำเพื่อทำความสะอาด ควรจัดก๊อกน้ำไว้หลายๆ จุด และเปิดให้บริการหลังจากตลาดปิดแล้ว เพื่อความสะดวกของผู้เช่าแผง ในการทำความสะอาด ซึ่งตลาดควรเพิ่มและขยายเวลาจุดบริการน้ำประปาเพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้บริการได้ทั่วถึงโดยรณรงค์การประหยัดน้ำและงดการทิ้งเศษอาหารลงท่อน้ำทิ้ง ตลาดควรมีการจัดสรรงบประมาณในการซ่อมบำรุงตัวอาคารสถานที่ให้สะอาด สวยงาม โดยกำหนดเป็นมาตรฐานความสะอาดและตกแต่งอาคารให้ปลอดภัย มีแสงสว่างเพียงพอ ตลาดควรพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและสร้างแรงจูงใจให้กับ

ผู้เช่าแผงลอย มีการให้รางวัลสำหรับแผงลอยที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี เช่น โครงการประกวดร้านค้าดีเด่น มีการแนะนำให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดร้าน และการให้บริการอยู่เสมอ

ด้านลักษณะทางกายภาพ

เรื่องความสะอาดของตลาดและส่วนของผู้เช่าแผง ควรมีการทำความสะอาดให้ดีกว่าที่เป็นอยู่ ส่วนบริเวณของผู้เช่าแผงฝ่ายสำนักงานตลาด ควรมีการบริหารจัดการ ขอความร่วมมือ ให้ผู้เช่าแผงรักษาความสะอาดในส่วนของตนเอง เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อย ปรับปรุง บำรุงรักษา ท่อระบายน้ำ และท่อน้ำทิ้ง ไม่ให้มีกลิ่นเหม็น ควรมีการจัดการสุขาภิบาล เรื่อง การกำจัดหนู แมลงสาบ แมลงวัน และยุง อย่างต่อเนื่องเพื่อสุขอนามัยที่ดีของผู้บริโภคที่มาใช้บริการ ตลาดฯ ซึ่งตลาดฯควรปรับปรุงปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพของตลาดประตูก้อมต้องมีการบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอควรมีแผนงานและงบประมาณไว้รองรับทุกปี โดยอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงสาธารณสุขและแขวงเมืองรายเทศบาลนครเชียงใหม่ ผู้บริหารตลาดฯควรรับคำปรึกษาจากOutsource ดูแลด้านความสะอาดและการสร้างบ่อน้ำทิ้งครบรูปแบบ การล้างตลาด การกำจัดพาหะนำโรค เพื่อให้ถูกต้องตามหลักสุขภิบาลตามที่กฎระเบียบตลาดกำหนด

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ

จัดเจ้าหน้าที่มาอำนวยความสะดวกเรื่องการจราจรภายในตลาดและโดยรอบ ตลาดเป็นแหล่งทำมาหากินของผู้เช่า มีความรู้สึกผูกพัน ควรมีมุขยสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ซึ่งตลาดฯควรปรับปรุงคุณภาพบุคลากรโดยเฉพาะเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย แม่บ้านรวมทั้งเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าโดยตรง ให้มีการบริการที่มุ่งเน้นลูกค้าและมีความสุข ซื่อสัตย์ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตลาดฯ ควรเน้นนโยบายให้พนักงานมุ่งเน้นงานบริการที่เป็นเลิศ ควรออกกฎระเบียบให้พนักงานปฏิบัติงานตามมาตรฐานตามข้อตกลงที่กำหนดขึ้น เช่น การใส่ใจดูแลลูกค้าด้วยการเข้าไปบริการภายใน 5 นาทีหลังจากที่ได้รับการร้องขอ การแก้ไขปัญหาการบริการจากการร้องเรียนและตอบกลับทันที โดยเฉพาะพนักงานรักษาความปลอดภัย และพนักงานรักษาความสะอาด เจ้าหน้าที่แผนกอาคารงานระบบ นอกจากนี้ควรมีกระบวนการติดตามรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า เพื่อพัฒนาปรับปรุงบริการของบุคลากร ควรมีการสร้างแรงจูงใจในการให้บริการลูกค้าโดยการให้รางวัลแก่พนักงานบริการดีเด่น เพื่อเป็นกำลังใจในการปฏิบัติงาน และควรฝึกอบรมให้ความรู้ความเชี่ยวชาญแก่พนักงานเพื่อตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาได้รวดเร็ว มีการให้บริการอย่างเท่าเทียมและถูกต้อง มีจำนวนพนักงานเพียงพอเพื่อสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้เช่าแผงลอยได้มากขึ้น

ด้านกระบวนการบริการ

การมีส่วนร่วมของผู้เช่าแผงในการแสดงความคิดเห็นเพื่อปรับปรุงตลาด ดังนั้นตลาดฯควรเพิ่มช่องทางการติดต่อกับผู้บริหารมีความสะดวกเข้าถึงง่าย ยกตัวอย่างเช่น เบอร์โทรศัพท์สายตรง (Hot line phone) ควรจัดให้มีการตรวจเยี่ยมร้านค้าเป็นประจำเพื่อสร้างความใกล้ชิดและเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (2-way communication) เพื่อให้ข้อเสนอแนะต่างๆและควรมีการตอบกลับข้อมูลลูกค้า (Feed back) เพื่อแสดงถึงความใส่ใจแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้

ปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญไม่มากนักและตลาดประตูก้อมสามารถเลื่อนการปรับปรุงไปภายหลังได้ แต่ในอนาคตอาจจะมากขึ้นหากไม่พิจารณาแก้ไขอาจทำให้เกิดความไม่พอใจเกิดขึ้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยที่ควรพิจารณาคือ มีการให้ส่วนลดผู้เช่าพื้นที่เมื่อประสบปัญหาทางด้านธุรกิจ ตลาดมีส่วนร่วมสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน ดังนั้นตลาดควรมุ่งเน้นการเข้าช่วยเหลือผู้เช่าแผงลอยเมื่อประสบปัญหาทางด้านธุรกิจ มีการผ่อนชำระค่าเช่าแผงลอย และ ให้ส่วนลดค่าเช่าสำหรับผู้เช่าแผงลอยที่ประสบปัญหาครอบครัว เช่น หัวหน้าครอบครัว (ผู้เช่าแผงลอยหรือญาติสนิทเสียชีวิต) หรือไม่คิดค่าเช่าแผงลอยสำหรับผู้เช่าแผงลอยที่ขายเนื้อไก่สดต้องหยุดขายในช่วงโรคไก่อระบาด โดยมุ่งเน้นการเข้าช่วยเหลือให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างราบรื่น การช่วยเหลือทางธุรกิจอาจแตกต่างกันตามสภาพของปัญหาและความต้องการของผู้เช่าแผงลอย ปัจจัยด้านตลาดมีส่วนร่วมสนับสนุนกิจกรรมของชุมชนควรทำอย่างต่อเนื่องและทำการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทั่วไปทราบ ดำเนินการอย่างสม่ำเสมอจนกลายเป็นสัญลักษณ์ของตลาดด้านการมีส่วนร่วมและรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตลาด

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม

ร้านค้าอาหารสด

เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและความพึงพอใจพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและน้ำประปาให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ พนักงานให้บริการของตลาดมีความซื่อสัตย์ เชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า ดังนั้นตลาดควรเพิ่มและขยายเวลาจุดบริการน้ำประปาเพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้บริการได้ทั่วถึงโดยรณรงค์การประหยัดน้ำและงดการทิ้งเศษอาหารลงท่อน้ำทิ้งเนื่องจากร้านค้าอาหารสดจำเป็นต้องใช้น้ำประปามากกว่าร้านค้าประเภทอื่น และฝึกอบรมให้ความรู้ความเชี่ยวชาญ ใจรักงานบริการ แก่พนักงานเพื่อตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาได้รวดเร็ว มีการให้บริการอย่างเท่าเทียมและถูกต้อง มีจำนวนพนักงานเพียงพอเพื่อสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้เช่าแผงลอยได้มากขึ้น

ร้านค้าอาหารสำเร็จรูป

เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและความพึงพอใจพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์สัดส่วนพื้นที่เช่าในตลาดมีให้เลือกหลายขนาด มีการจัดแยกพื้นที่ (Zone) ของกลุ่มสินค้าไว้ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพภายในตลาด มีสภาพตัวอาคารสะอาด ไม่ทรุดโทรม มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า ดังนั้นตลาดควรมีนโยบายพัฒนาโครงการแยกกลุ่มของสินค้าและบริการให้เป็นหมวดหมู่มากขึ้น และมีการแนะนำให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดร้านละบริการอยู่เสมอ เช่น การอุ่นอาหารให้ร้อนน้ำรับประทาน ภาชนะใส่อาหารสะอาด การใส่ชุดกันเปื้อน หมวก แต่งตัวสะอาดเพื่อเป็นภาพลักษณ์ที่ดีของร้านค้า และปัจจัยด้านสภาพของตลาดต้องมีการบำรุงรักษาอยู่อย่างสม่ำเสมอ แสง ไฟสว่างเพียงพอ โดยทำการ Big cleaning day ทุกครั้งที่มีการล้างตลาดร่วมกับแขวงเมืองรายเทศบาลนครเชียงใหม่เป็นประจำ

ร้านค้าที่ไม่ใช่อาหาร

เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและความพึงพอใจพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ตลาดมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก มีระบบเครือข่ายไฟฟ้าและน้ำประปาให้แก่ผู้เช่าอย่างเพียงพอ ประเภทร้านค้าอื่นๆ ที่มีภายในตลาดมีความหลากหลาย ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ตลาดมีการติดตั้งระบบป้องกันอัคคีภัยตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร บ้ายซื้อตลาดมีขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจนในระยะไกล มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า ดังนั้นตลาดควรนำเสนอร้านค้าที่มีชื่อเสียงให้มาเปิดบริการที่ตลาดประตูก้อม หรือนำเสนอร้านของอร่อย ร้านเจ้าเก่าดั้งเดิมผ่าน Social media เพราะร้านค้าส่วนใหญ่ของตลาดประตูก้อมคืออาหารสดและอาหารสำเร็จรูป เพื่อให้ตลาดประตูก้อมเป็นที่รู้จัก และ

ตอบสนองต่อความต้องการลูกค้าในทุกกลุ่มมากขึ้น ด้านลักษณะทางกายภาพ ตลาดฯควรมีแผนซ่อมเหตุการณั้กักภัยภายในอาคารอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และตรวจอุปกรณ์ป้องกันอัคคีภัยให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอเพื่อให้ผู้เช่าแฝงลยรู้สึกมีความปลอดภัยมากขึ้น และตลาดฯควรเพิ่มป้ายบอกทางให้ครอบคลุม และป้ายให้มีขนาดและสัญลักษณ์ที่เด่นชัดมากขึ้น เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กรมอนามัย. สำนักที่ปรึกษากรมอนามัย. (2556). *การจัดการ เรื่อง ตลาด สถานที่จำหน่าย หรือสะสมอาหาร*. ค้นเมื่อ 17 กันยายน 2556, จาก <http://advisor.anamai.moph.go.th/>
- เกียรติพงษ์ มูลโพธิ์. (2555). ความพึงพอใจของผู้เช่าพื้นที่ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่แอร์พอร์ต. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ขวัญชนก กาญจนวิบูลย์. (2555). ความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารออมสิน สาขาเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าเชียงใหม่. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- จิรภิญญา สมลังกา. (2556). *ตลาดสด 19 แห่งในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่พร้อมใจไม่ใช้น้ำมันทอดซ้ำ เพื่อสุขภาพอนามัยที่ดีของผู้บริโภค รองรับการค้าเปิดประชาคมอาเซียน*. ค้นเมื่อ 17 กันยายน 2556, จาก <http://thainews.prd.go.th/>
- ชัยพร ภัทรวารีกุล. (2550). ความพึงพอใจของผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดาราวรรณ สุกุลวงศ์. (2552). ความพึงพอใจของผู้บริโภคสินค้าจากตลาดสดน้ำซ้อ. (การค้นคว้าแบบอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ธัญนรี ชันยากกร. (2556). *ภาคเหนือและเชียงใหม่เศรษฐกิจปี 2556 มีผู้ทางสดใส*. ค้นเมื่อ 17 กันยายน 2556, จาก <http://thainews.prd.go.th/>
- ยุพาวรรณ วรณวณิชย์. (2548). บทที่ 2 กระบวนการซื้อบริการ. ใน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ยุพาวรรณ วรณวณิชย์ (บรรณาธิการ). *การจัดการการตลาดบริการ* (พิมพ์ครั้งที่1). (น. 44). กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- รุ่งฉัตร รัตมีโกเมน. (2554). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบัณฑิตต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท ช.รัตมี ซัพพลาย จำกัด. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- เรนัส เสริมบุญสร้าง. (2555). บทที่ 1 ลักษณะและขอบเขตของการตลาด. ใน วรวิญญู และนิศยา ไชยชนะ (บรรณาธิการ). *หลักการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่1). (น. 5). เชียงใหม่: ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดิวิฑูรย์ พงศกรรังศิลป์. (2547). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: ท้อป.
- ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา. (2550). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการของโฮมสเตย์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง*. (วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี).
- ศูนย์บริการการค้าการลงทุน จังหวัดเชียงใหม่. (2554). *ตารางแสดงจำนวนข้อมูลผู้ประกอบการตลาดสดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่*. ค้นเมื่อ 17 กันยายน 2556, จาก <http://tisccm.moc.go.th/>

- สำนักงานการค้าภายในจังหวัดเชียงใหม่. (2555). ตลาดสดดีเด่น ข้อมูล ณ เดือนกันยายน 2555. ค้นเมื่อ 17 กันยายน 2556, จาก <http://www.dit.go.th/>
- สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ. (2554). ทะเบียนตลาดสดประเภทที่ 1 ปี 54. ค้นเมื่อ 17 กันยายน 2556, จาก foodsafety.anamai.moph.go.th
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management Analysis, Planning and Control* (13rd ed). New Jersey: Pearson PrenticeHall.
- Martilla, J.A. & James, J.C. (1977). Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*, 77-79.