

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่รู้จักโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 280 ราย นำมาวิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล การศึกษา ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพเป็นโสด มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียนนักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001- 10,000 บาท ภูมิลำเนาในปัจจุบัน คือ อยู่ในภาคเหนือ และมาเยือนโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ เป็นครั้งแรก

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านความรู้ความเข้าใจ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด และพฤติกรรมต่อโครงการเจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่

2.1 ด้านความรู้ความเข้าใจ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง คือ จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตส์ล้ำหน้า มากกว่าด้านอื่น ๆ และเหตุผลแรกที่เลือกมาโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ คือ ใกล้ตัวเมือง โดยแหล่งข้อมูลแรกที่ทำให้รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ คือ เพื่อนญาติ สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ คือ ห้างสรรพสินค้า มากกว่าด้านอื่น ๆ โดยเหตุผลที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการที่สถานที่อื่นนอกจากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ คือ สะดวกในการเดินทาง

2.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลในการเลือกใช้บริการโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ คุณภาพสินค้า รองลงมาคือ ความมีเอกลักษณ์ของสินค้า

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ ราคาสินค้าเหมาะสม รองลงมาคือ มีหลายระดับราคาให้เลือก

ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ สถานที่ตั้งโครงการ สะดวกในการเดินทาง รองลงมาคือ ที่จอดรถเพียงพอ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ การบริการของพนักงานขาย รองลงมาคือ มีการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารกิจกรรม

ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มเติม 5 ลำดับแรก คือ ธนาคาร รองลงมาคือ ร้านขายขนม เบเกอรี่ และซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านอินเทอร์เน็ต

2.3 ด้านพฤติกรรม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่การส่งเสริมการขายที่สนใจ คือ ของแถม ประเภทการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ จากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ คือ ของที่ระลึก จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง คือ 501-1,500 บาท ช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้าที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ คือ 12.00-15.00 น มีโอกาสมาเชียงใหม่จะมาใช้บริการที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่อีก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัด เชียงใหม่

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ในปัจจัยย่อยพบปัญหามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย 2 ลำดับแรกคือ คุณภาพสินค้าไม่ดี รองลงมาคือ สินค้ามีให้เลือกน้อยประเภท

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ในปัจจัยย่อยพบปัญหามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย 2 ลำดับแรกคือ ราคาสินค้าแพง รองลงมาคือ ราคาอาหารแพง

ด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ในปัจจัยย่อยพบปัญหามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย 2 ลำดับแรกคือ สถานที่ตั้งโครงการ รองลงมาคือ ไม่มีบริการขนส่งสินค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ในปัจจัยย่อยพบปัญหามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย 2 ลำดับแรกคือ การโฆษณาไม่ทั่วถึง รองลงมาคือ การส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ

ส่วนที่ 4 ด้านความรู้ความเข้าใจ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษา พบว่า การทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มีร้านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง มีผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ทราบว่ามีร้านจำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้านที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตลล์ล้านนา มากกว่าด้านอื่น ๆ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ทราบว่ามีร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตลล์ล้านนา มากกว่าด้านอื่น ๆ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ทราบว่ามีร้านจำหน่ายสินค้าแฟชั่น เช่น เสื้อผ้า และจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตลล์ล้านนา มากกว่าด้านอื่น ๆ

เหตุผลที่เลือกมาโครงการเจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีเหตุผลคือ ใกล้ตัวเมือง มากกว่าด้านอื่น ๆ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป มีเหตุผลคือ สะดวกต่อการจอดรถ มากกว่าด้านอื่น ๆ

แหล่งข้อมูลที่รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป รู้จักจาก

แหล่งข้อมูลคือ เพื่อนญาติ มากกว่าด้านอื่น ๆ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท รู้จักจาก แหล่งข้อมูลคือ หนังสือท่องเที่ยวแจกฟรี มากกว่าด้านอื่น ๆ

สถานที่ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัด เชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท สถานที่ที่เลือกไปคือ ถนน คนเดิน ถนนท่าแพ มากกว่าสถานที่อื่น ๆ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท สถานที่ที่เลือกไปคือ ในห้างสรรพสินค้า และ ห้างสรรพสินค้า มากกว่าสถานที่อื่น ๆ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป สถานที่ที่เลือกไปคือ ในห้างสรรพสินค้า มากกว่าสถานที่อื่น ๆ

เหตุผลที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการที่สถานที่อื่นนอกจากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีเหตุผลคือ สะดวกในการเดินทาง มากกว่าเหตุผลด้านอื่น ๆ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป มีเหตุผลคือ สะดวกต่อการจอดรถ มากกว่าเหตุผลด้านอื่น ๆ

ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลในการเลือกใช้บริการโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ คุณภาพสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ คุณภาพสินค้า และมียี่ห้อสินค้าเป็นที่รู้จัก

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ราคาสินค้าเหมาะสม

ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ สถานที่ตั้งโครงการสะดวกในการเดินทาง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ การบริการของพนักงานขาย

ส่วนที่ 6 ด้านพฤติกรรม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป การส่งเสริมการขายที่สนใจ คือ ของแจก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท การส่งเสริมการขายที่สนใจ คือ การลดราคาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ

ประเภทการซื้อสินค้าหรือใช้บริการผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ประเภทการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ คือ ของที่ระลึก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ประเภทการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ คือ ของที่ระลึกและของตกแต่งบ้าน

จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง คือ ต่ำกว่า 500 บาท และ 501-1,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง คือ 501-1,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง คือ 3,501-4,500 บาท

ช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้ามากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้า คือ 9.00-12.00 น. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้า คือ 12.00-15.00. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้า คือ 18.00-20.00.

โอกาสมาเชียงใหม่จะมาใช้บริการที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่อีก ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จะมาใช้บริการที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่อีก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

อภิปรายผล

การศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ อภิปรายผลตามแนวคิดองค์ประกอบทัศนคติ ด้านความรู้ความเข้าใจ พฤติกรรม และส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) ได้กล่าวถึงประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดังนี้

ทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตส์ล้านนา มากกว่าด้านอื่น ๆ และเหตุผลแรกที่เลือกมาโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ คือ ใกล้ตัวเมือง โดยแหล่งข้อมูลที่รู้จัก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ คือ เพื่อนญาติ มากกว่าด้านอื่น ๆ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของวสันต์ เดชะกัน (2546) ที่ศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยต่อกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของหมู่บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมหมู่บ้านถวายของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า รู้จักผลิตภัณฑ์หัตถกรรมหมู่บ้านถวายทุกหมวดผลิตภัณฑ์ ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมหมู่บ้านถวายจากการแนะนำของเพื่อนมากที่สุด และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของนุภาพพัฒน์ สุทธิธรรม (2546) ที่ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจพบว่าผู้บริโภครู้จักร้านค้าปลีกจากป้ายร้านค้า และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จูตินันท์ วรรณมานนท์ (2546) ที่ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจ พบว่าส่วนใหญ่ทราบว่าอำเภอกระทุ่มแบนมีร้านค้าปลีก และสื่อที่ทำให้รู้จักร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบน คือ ป้ายร้านค้า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ คุณภาพสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของจูตินันท์ วรรณมานนท์ (2546) ที่ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญ คือ คุณภาพของสินค้า และสอดคล้องกับผลการศึกษาของนุภาพพัฒน์ สุทธิธรรม (2546) ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญ คือ ด้านคุณภาพสินค้า เหมือนกัน

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ราคาสินค้าเหมาะสม ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของจิตินันท์ วรรณมานนท์ (2546) ที่ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญ คือ การติดป้ายแสดงราคาสินค้า และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นุภาพพัฒน์ สุทธิธรรม (2546) ที่ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญ คือ ด้านสามารถต่อรองราคาได้

ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ สถานที่ตั้งโครงการสะดวกในการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของจิตินันท์ วรรณมานนท์ (2546) ที่ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญ คือ สถานที่ตั้งร้าน แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นุภาพพัฒน์ สุทธิธรรม (2546) ที่ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญ คือ ด้านเวลาเปิดร้าน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ การบริการของพนักงานขาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จิตินันท์ วรรณมานนท์ (2546) ที่ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญ คือ การบริการของพนักงานขาย แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นุภาพพัฒน์ สุทธิธรรม (2546) ที่ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญ คือ ด้าน การประชาสัมพันธ์มาก

ด้านพฤติกรรม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่การส่งเสริมการขายที่สนใจ คือ ของแถม ประเภทการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ จากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ คือ ของที่ระลึก จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง คือ 501-1,000 บาท ช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้าที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุดคือ 12.00-15.00 น. ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นุภาพพัฒน์ สุทธิธรรม (2546) ที่ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีก ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมพบว่ารายการส่งเสริมการขายที่ผู้บริโภคสนใจ คือ การลดราคา และช่วงเวลาที่ซื้อสินค้า คือ เวลา 17.01-20.00 น. โดยจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าต่อครั้งคือ 101-500 บาท และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จิตินันท์ วรรณมานนท์ (2546) ที่ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัด

สมุทรสาคร ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมพบว่า การส่งเสริมการขายที่ได้รับความสนใจ คือ การลดราคา และการแจกของแถม ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้ามากที่สุด คือ เวลา 17.01-20.00 น. จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกต่อครั้ง 101-500 บาท

ข้อค้นพบ

ข้อค้นพบจากการศึกษา ทักษะคิดของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อ โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อค้นพบดังนี้

ด้านความรู้ความเข้าใจ

จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 280 ราย ลำดับแรกทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตล์ล้านนา จำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้าน ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตล์ล้านนา จำหน่ายเครื่องประดับ และ จำหน่ายสินค้าแฟชั่น เช่น เสื้อผ้า ซึ่งส่วนใหญ่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การก่อตั้งโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ในการรวบรวมผลิตภัณฑ์จากแหล่งต่าง ๆ ทั้งจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดใกล้เคียงให้มาอยู่รวมกัน มีอาหารหลากหลาย โดยเฉพาะอาหารพื้นเมือง รวมถึงของที่ระลึก ของฝาก และจากข้อมูล พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยที่ทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ เป็นศูนย์รวมร้านอาหารหลายประเภท เพียงร้อยละ 19.6 ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ กล่าวคือ

โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ เป็นโครงการที่เป็นแหล่งรวมสินค้า หัตถกรรมฝีมือเยี่ยมที่คัดสรรคุณภาพและดีไซน์ และนำเสนอในสไตล์ล้านนา โดยรวบรวมผลิตภัณฑ์จากแหล่งต่าง ๆ ทั้งจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดใกล้เคียงให้มาอยู่รวมกัน ประกอบด้วยของที่ระลึก ของฝาก สินค้าตกแต่งบ้าน เครื่องประดับ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สไตล์ล้านนา รวมทั้งมีอาหารพื้นเมือง มีลานกิจกรรม และจัดกิจกรรมเพื่อความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยวชาวไทย

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีเหตุผลที่เลือกมาโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ คือ โครงการเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง ร้อยละ 18.6 และ สินค้ามีคุณภาพ ร้อยละ 12.5 น้อยกว่าเหตุผลด้านอื่น ๆ โดยเปรียบเทียบกับเหตุผลที่เลือกมาโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ คือ ใกล้ตัวเมือง ร้อยละ 56.8 และ สะดวกต่อการจอดรถ ร้อยละ 48.2 แสดงว่าเหตุผลเรื่องสถานที่ที่สะดวก ทำเลที่ตั้งมีผลต่อการเลือกมาโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต เชียงใหม่ ในขณะที่เหตุผลที่เลือกมาโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านอื่น ๆ เช่น ราคาสินค้าที่เหมาะสม ร้อยละ 30.7 การจัดสถานที่อย่างสวยงาม ร้อยละ 29.6 สินค้ามีเอกลักษณ์ล้านนา ร้อยละ 26.8 มีร้านอาหารที่มีชื่อเสียงและบรรยากาศดี ร้อยละ 23.6 สินค้ามีหลากหลาย ร้อยละ 21.8

ผู้ประกอบการโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ควรให้ความสำคัญในการพิจารณาเป็นข้อมูลในการดำเนินการ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ คือ เพื่อนญาติ ร้อยละ 43.2 ป้ายโฆษณา ร้อยละ 37.9 ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าของโครงการทราบข้อมูลที่ทำให้รู้จักโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จากบริษัททัวร์เพียงร้อยละ 8.2

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยเลือกสถานที่ที่จะไปซื้อสินค้าและบริการนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ คือ ร้านขายของฝาก เช่น วนัสนันท์ ร้อยละ 3.2 และ กาดฝรั่ง ร้อยละ 5.7

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยมีเหตุผลที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการสถานที่อื่น นอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ คือ ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว หรือ สถานที่สำคัญอื่น ๆ ร้อยละ 24.3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท เหตุผลที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการที่สถานที่อื่น นอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ คือ ราคาถูกกว่าคู่แข่ง ร้อยละ 40.0

พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 8.2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท ร้อยละ 1.8 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท ร้อยละ 0.7 ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีกำลังซื้อสูง เป็นกลุ่มที่เข้ามาซื้อสินค้าและใช้บริการเป็นจำนวนที่น้อย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลในการเลือกใช้บริการโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยมาก 2 ลำดับแรก คือ คุณภาพสินค้า รองลงมาคือ ความมีเอกลักษณ์ของสินค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนทุกรายได้ให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก

ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยมาก 2 ลำดับแรก คือ ราคาสินค้าเหมาะสม รองลงมา คือ มีหลายระดับราคาให้เลือก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนทุกรายได้ให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก

ปัจจัยด้านสถานที่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยมาก 2 ลำดับแรก คือ สถานที่ตั้งโครงการสะดวกในการเดินทาง ที่จอดรถเพียงพอ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ทุกรายได้ให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยมาก 2 ลำดับแรก คือ การบริการของพนักงานขาย รองลงมา คือ มีการโฆษณา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนทุกรายได้ให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ การบริการของพนักงานขาย รองลงมาคือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา

ความต้องการให้โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มเติมมากที่สุด พบว่า จากแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามยังมีความต้องการให้โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มเติมประเภทร้านค้าที่หลากหลาย ดังตาราง สิ่งที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ต้องเพิ่มเติม

สิ่งที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ต้องเพิ่มเติม	จำนวน	ร้อยละ
ธนาคาร	96	34.3
ร้านขายขนม เบเกอรี่	92	32.9
ร้านอินเตอร์เน็ต	86	30.7
ซูเปอร์มาร์เก็ต	86	30.7
ร้านกีฬาชอป	76	27.1
สปาและนวดแผนไทย	69	24.6
ร้านขายหนังสือ	68	24.3
ร้านขายอาหารของฝาก	67	23.9
Pub&Restaurant	60	21.4
ร้านขายสินค้าพื้นเมือง	59	21.1
ร้านอาหารญี่ปุ่น	57	20.4
สถานออกกำลังกาย	53	18.9
ร้านอาหารพื้นเมือง	52	18.6
ร้านอาหารไทย	51	18.2
ร้านขายดอกไม้	49	17.5

สิ่งที่ โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ต้องเพิ่มเติม	จำนวน	ร้อยละ
สนามเด็กเล่น	45	16.1
ร้านเสริมสวย	40	14.3
ร้านขายยา	36	12.9
สถาบันสอนภาษา.สถาบันคิ่ววิชา	27	9.6
ร้านขายทอง	23	8.2
ร้านอาหารจีน	21	7.5
ร้านแว่นตา	18	6.4
อื่นๆ	4	1.4

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 280 ราย อื่นๆ ได้แก่ ผู้โทรศัพท์สาธารณะ (2 ราย) ผู้เอทีเอ็ม (2 ราย)

ด้านพฤติกรรม

จากการศึกษา พบว่า การส่งเสริมการขายที่สนใจน้อยที่สุด คือ คุปองเงินสด ร้อยละ 16.8 ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท การส่งเสริมการขายที่สนใจ คือ การลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาท ขึ้นไป การส่งเสริมการขายที่สนใจ คือ ของแจก

จากการศึกษา พบว่า ประเภทการซื้อสินค้าหรือบริการ จากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถาม 2 ลำดับสุดท้าย เลือกประเภทการซื้อสินค้าหรือบริการ จากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ คือ สินค้าโครงการหลวง ร้อยละ 14.3 และ เฟอร์นิเจอร์ ร้อยละ 15.7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ประเภทการซื้อสินค้าหรือบริการต่างกัน คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ซื้อสินค้าหรือบริการลำดับแรก คือ ของที่ระลึก รองลงมาคือ รับประทานอาหาร รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ซื้อสินค้าหรือบริการลำดับแรก คือ ของที่ระลึก รองลงมา คือ ของตกแต่งบ้าน

จากการศึกษา พบว่า จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าและบริการต่อ 1 ครั้งจากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ลำดับแรก คือ 501-1,000 บาท ร้อยละ 39.3 รองลงมา คือ ต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 29.3 ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง ลำดับแรก คือ 3,501-4,500 บาท รองลงมาคือ 1,501-2,500 บาท

จากการศึกษา พบว่า ช่วงเวลาที่สะดวกมาเลือกซื้อสินค้าที่ โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนน้อย คือ ช่วงเวลา 22.00 น.เป็นต้นไป ร้อยละ 1.8 และ 20.00-22.00 น. ร้อยละ 16.1

จากการศึกษา พบว่า โอกาสมาเชียงใหม่จะมาใช้บริการที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ อีก ร้อยละ 96.4

ข้อมูลปัญหาจากนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษา พบว่า ปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยลำดับแรกในแต่ละด้าน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ คุณภาพสินค้าไม่ดี ด้านราคา คือ ราคาสินค้าแพง ด้านสถานที่ คือ สถานที่ตั้งโครงการ ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การโฆษณาไม่ทั่วถึง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะที่นำเสนอให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ กล่าวคือ

โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ เป็นโครงการที่เป็นแหล่งรวมสินค้า หัตถกรรมฝีมือเยี่ยมที่คัดสรรคุณภาพและดีไซน์ และนำเสนอในสไตล์ล้านนา โดยรวบรวมผลิตภัณฑ์จากแหล่งต่าง ๆ ทั่วจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดใกล้เคียงให้มาอยู่รวมกัน ประกอบด้วยของที่ระลึก ของฝาก สินค้าตกแต่งบ้าน เครื่องประดับ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวสไตล์ล้านนา รวมทั้งมีอาหารพื้นเมือง มีลานกิจกรรม และจัดกิจกรรมเพื่อความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยวชาวไทย

อีกทั้งโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่เป็นโครงการที่เริ่มดำเนินการในระยะเวลาไม่นาน จึงมีข้อเสนอแนะ และกลยุทธ์ในการดำเนินการดังนี้

ด้านความรู้ความเข้าใจ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีเหตุผลที่เลือกมาโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ คือ ใกล้ตัวเมือง และ สะดวกต่อการจอดรถ ซึ่งเป็นเหตุผลที่ใกล้เคียงกับเหตุผลที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการที่สถานที่อื่นนอกจาก โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ คือ สะดวกในการเดินทาง สะดวกต่อการจอดรถ แสดงว่าเหตุผลเรื่องสถานที่ และทำเลที่ตั้งที่ดี สะดวกต่อการจอดรถ ของโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ เป็นเหตุผลที่สามารถนำมาเป็นจุดแข็งในการประชาสัมพันธ์สื่อสารกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ได้เป็นอย่างดี

พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามที่ทราบว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ เป็นศูนย์รวมร้านอาหารหลายประเภท เพียงร้อยละ 19.6 ไม่สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของโครงการ ดังนั้น ผู้ประกอบการ โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ควรพิจารณาความหลากหลายในการคัดเลือกร้านค้ามาเช่าพื้นที่ในโครงการ เพิ่มเติมร้านอาหาร ทั้งอาหารพื้นเมือง และร้านอาหารทั่วไป เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยในอนาคต

ในขณะที่เหตุผลที่เลือกมาโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านอื่น ๆ เช่น ราคาสินค้าที่เหมาะสม ร้อยละ 30.7 การจัดสถานที่อย่างสวยงาม ร้อยละ 29.6 สินค้ามีเอกลักษณ์ ล้วนมา ร้อยละ 26.8 มีร้านอาหารที่มีชื่อเสียงและบรรยากาศดี ร้อยละ 23.6 สินค้ามีหลากหลาย ร้อยละ 21.8 อยู่ในอัตราส่วนร้อยละที่ผู้ประกอบการควรนำมาเป็นข้อมูลในการพิจารณาในการปรับปรุงการดำเนินการต่อไป

เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุถึงวัตถุประสงค์ของโครงการ จัดทำข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ โดยเสนอกลยุทธ์ทางการตลาด คือ การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ของ Michael Porter ที่เป็นจุดเริ่มต้นที่ดีสำหรับธุรกิจที่เริ่มดำเนินการในระยะเวลายั่งยืน

กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation)

เป็นกิจกรรมการออกแบบลักษณะต่าง ๆ ของบริษัท ให้แตกต่างจากคู่แข่ง และสามารถสนองความพึงพอใจของลูกค้า เนื่องจากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ได้ดำเนินการมาในระยะเวลาไม่นาน โดยมีโครงการ และสถานที่อื่น ๆ ที่เป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกไปซื้อสินค้าและใช้บริการและมีการรับรู้ รู้จักสถานที่เหล่านั้นในระยะเวลายาวนานกว่า ดังนั้น การสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน จะเป็นกลยุทธ์ที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จะสามารถดำเนินการเพื่อให้เกิดความแตกต่างทางการแข่งขันได้ด้วยวิธีการต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ความแตกต่างกันด้านผลิตภัณฑ์ (Product differentiation)

ด้านรูปแบบ (Style)

การคัดเลือกร้านค้าที่มีสินค้าที่มีคุณภาพ และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวสไตล์ล้านนาตามวัตถุประสงค์ของโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ โดยพิจารณาควบคู่ไปกับการสร้างการรับรู้ของโครงการอื่นที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกไปใช้บริการ ว่ามีรูปแบบอย่างไร มีกิจกรรม

การตลาดที่น่าสนใจอย่างไร เพื่อที่จะได้นำมาศึกษาและวางกลยุทธ์ให้มีความโดดเด่นและแตกต่างต่อไปนอกจากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่มีร้านค้าที่มีคุณภาพที่หลากหลาย และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวสไตส์ล้านนาแล้ว ที่สำคัญโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ยังมีโครงการในส่วนพระมหากษัตริย์รวมอยู่ด้วยกันถึง 2 โครงการ นั่นคือ

1. “ร้านบ้านธรรมชาติ” โครงการส่วนพระองค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ซึ่งเป็นต้นแบบสินค้าจากเกษตรกรรมแปรรูป ปลอดภัย และพอเพียง
2. “โครงการพัฒนาคอยตุง” ในสมเด็จพระบรมราชชนนี ฯ ซึ่งเป็นที่รู้จักและนิยมอย่างกว้างขวางฝีมือหัตถกรรมและการออกแบบระดับส่งออกรวมถึงกาแฟรสชาติดี คุณภาพสูงนั่นคือ “ร้านคอยตุงคอฟฟี่”

ผู้ประกอบการโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ควรพิจารณาการดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทั้งที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย และผู้มาเยือนที่เป็นคนท้องถิ่นได้รับทราบจุดเด่นของการมีโครงการส่วนพระมหากษัตริย์อยู่ถึง 2 โครงการ ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง และเพื่อเป็นการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยว่าเป็นโครงการที่นำเสนอร้านค้าที่ได้รับการคัดเลือกมาแล้วเป็นอย่างดี

การทำงาน (Performance)

ในการสร้างการรับรู้ในระยะเริ่มแรก ผู้ประกอบการโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ควรพิจารณาถึงการให้การช่วยเหลือร้านค้าในโครงการในการดำเนินการที่จะทำให้มีต้นทุนที่ต่ำ โดยพิจารณาถึง “ราคาขาย” ในที่นี้คือ ค่าเช่า ให้มีในอัตราที่สามารถแข่งขันกับโครงการอื่น ๆ ได้ในระยะเวลาที่เหมาะสม และเพื่อให้ร้านค้าในโครงการสามารถมีเงินทุนในการนำสินค้าที่มีคุณภาพ หลากหลาย มาให้บริการมากยิ่งขึ้น และจากการพิจารณาเรื่องค่าเช่าที่ไม่สูงกว่าคู่แข่งจะทำให้เป็นปัจจัยให้ร้านค้าให้ความสนใจในการมาเช่าพื้นที่ สร้างความหลากหลายให้กับโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต ได้เป็นอย่างดี

เพื่อเป็นกลยุทธ์ที่ทำให้เกิดการรับรู้ในการดำเนินการที่ช่วยเหลือร้านค้า และดึงดูดให้ร้านค้าสนใจในการเลือกมาเช่าพื้นที่ในการดำเนินการ

ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในเรื่องของการคัดเลือกร้านค้าที่จำหน่ายสินค้ามีคุณภาพ มีเอกลักษณ์ และให้มีความหลากหลายของร้านค้าโดยเฉพาะร้านจำหน่ายของที่ระลึก และร้านอาหาร โดยข้อเสนอแนะคือ ร้านค้าที่ได้รับการคัดเลือก ควรเป็นร้านค้าที่ตราหรือการรับรู้ในตราสินค้าที่นำมาจำหน่ายควรเป็นที่รู้จัก

โดยทั้งการพิจารณา ค่าเช่า และ คัดเลือกร้านค้า ทำให้โครงการสามารถลดต้นทุนในการดำเนินการในการหาร้านค้าเข้ามาเป็นผู้เช่าโดยคำนึงถึง ต้นทุนการหาร้านค้าใหม่ที่สิ้นเปลืองมากยิ่งขึ้นถ้าไม่มีการคัดเลือกให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการตั้งแต่เริ่มต้น และการคิดค่าเช่าที่ช่วยเหลือร้านค้า สามารถแข่งขันกับโครงการอื่น ๆ ได้ ในระยะเวลาที่เหมาะสม จะส่งผลในระยะยาวสำหรับโครงการในการลดต้นทุนในการดำเนินการหาร้านค้าใหม่ และปรับปรุงพื้นที่ที่มีเปลี่ยนแปลง

ความแตกต่างกันด้านบริการ (Service differentiation)

บริการให้คำแนะนำลูกค้า (Customer consulting)

จากแบบสอบถาม พบว่า แหล่งข้อมูลที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยรู้จักโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ลำดับแรก คือ เพื่อนญาติ ผู้ประกอบโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ควรมีการสร้างความประทับใจเรื่องการบริการ การนำเสนอข้อมูลข่าวสารในโครงการเพื่อการเผยแพร่กับลูกค้าที่มาใช้บริการของโครงการได้รับทราบและเกิดการเชิญชวนบอกต่อให้มาใช้บริการมากขึ้น เช่น จะมีกิจกรรมอะไร จะมีร้านค้ามาเพิ่มเติมอย่างไร โดยการทำป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ ภายในโครงการ , ทำเอกสารรายละเอียดแจก พร้อมทั้งมอบของที่ระลึกที่มาเยี่ยมชมโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่

ความแตกต่างกันด้านบุคลากร (Personnel differentiation)

ความสามารถ (Competence)

ผู้ประกอบการโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ควรพิจารณาเพิ่มการบริการมากขึ้นเนื่องจากเป็นบิจเนสที่มีผลต่อการซื้อสินค้าและใช้บริการของผู้บริโภคในระดับมาก ลำดับแรก คือการบริการของพนักงานขาย ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ข้อมูลในเรื่องความประทับใจในการบริการของให้ร้านค้าในโครงการรับทราบ เพื่อแต่ละร้านค้าจะได้ตระหนักและมีส่วนร่วมในการพัฒนาการบริการของตนเอง ซึ่งโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ควรให้คำแนะนำในเรื่องการสร้าง ความประทับใจในการบริการ เช่น ร้านค้าควรมีการฝึกอบรมพนักงานเรื่องคุณสมบัติของสินค้าหรือบริการเพื่อให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้ชัดเจนขึ้น เป็นต้น

ความแตกต่างด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel differentiation)

ความครอบคลุม (Coverage)

จากข้อค้นพบที่ว่า สถานที่ตั้ง โครงการสะดวก มีที่จอดรถสำหรับลูกค้าเพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ ดังนั้น เพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทย และลูกค้าทั่วไป

ผู้ประกอบการควรเพิ่มเรื่องความปลอดภัยต่อรถของลูกค้า และเนื่องด้วยพื้นที่โครงการประกอบด้วยพื้นที่ 3 โซน ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ไม่สะดวกเดินชมได้ทั่วถึง

ผู้ประกอบการควรพิจารณาเพิ่มเติมการให้บริการรับส่งระหว่างพื้นที่แต่ละโซน เพื่ออำนวยความสะดวกในการเลือกชมสินค้า และ เพิ่มการรับรู้ในการมีบริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง

ผู้ประกอบการควรมีการจัดทำป้ายหรือ แผ่นผังในการให้ข้อมูลกับลูกค้าอย่างละเอียดในการเลือกหาร้านค้าแต่ละประเภท ได้อย่างชัดเจนและสะดวกมากขึ้น

อีกทั้ง เพื่อเป็นการเพิ่มการบริการที่สร้างความประทับใจ ควรพิจารณาในเรื่อง สิ่งอำนวยความสะดวกให้มีมาตรฐานที่ดีต่อเนื่อง เช่น ความสะอาดของห้องน้ำและที่นั่งพักระหว่างทางเดิน มีบริการขนส่งสินค้าถึงบ้านในกรณีลูกค้าซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก เป็นต้น

ความแตกต่างกันด้านภาพลักษณ์ (Image differentiation)

สิ่งพิมพ์และสื่อ(Media)

เพื่อให้การดำเนินการด้านการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ได้เกิดการรับรู้และมีความแตกต่าง ผู้ประกอบการควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่จัดขึ้นอย่างทั่วถึง ซึ่งจะสร้างการมีเอกลักษณ์ของโครงการ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมโครงการ

จากข้อมูล พบว่า แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ รongลงมา คือ หนังสือท่องเที่ยวแจกฟรี ดังนั้น ผู้ประกอบการควรพิจารณาในการลงสื่อโฆษณาให้หลากหลาย และตรงกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างสม่ำเสมอ อาทิเช่น ลงสื่อในหนังสือท่องเที่ยวแจกฟรีในพื้นที่อื่น ๆ เช่น กรุงเทพมหานคร จังหวัดท่องเที่ยวหลักในแต่ละภาค ได้แก่ ภูเก็ต ชลบุรี ขอนแก่น เชียงราย เป็นต้น

ผู้ประกอบการควรมีการพิจารณาโฆษณาประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่จัดขึ้นอย่างทั่วถึง ซึ่งจะสร้างการมีเอกลักษณ์ของโครงการ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมโครงการ สามารถเพิ่มการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้สื่อถึงนักท่องเที่ยวชาวไทยได้มากขึ้นจากช่องทางอื่น ๆ ซึ่งจากข้อมูลพบว่า แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่เป็นลำดับ

สุดท้าย คือ บริษัททัวร์ ซึ่งเป็นช่องทางในการแนะนำข้อมูลโดยตรงให้กับนักท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้ประกอบการควรพิจารณาในการติดต่อ ให้ข้อมูล ให้คำตอบแทนที่สามารถแข่งขันได้กับบริษัททัวร์เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งกัน เพื่อเพิ่มการรับรู้ที่ทำให้รู้จักโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่มากยิ่งขึ้น รวมทั้งพิจารณาเพิ่มสื่อที่สามารถสร้างการรับรู้ความเข้าใจในโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ได้มากยิ่งขึ้นจากสื่ออื่น ๆ ได้แก่ โทรทัศน์ เป็นต้น

เหตุการณ์ (Event)

โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ควรมีการเสนอกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง เช่น กิจกรรมด้านงานศิลปะ กิจกรรมสันตนาการให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทย การจัดประกวดต่าง ๆ การแสดงด้านศิลปะพื้นบ้าน เป็นต้น เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวในการมาเยี่ยมชมโครงการ ซึ่งเป็นการสร้างการรับรู้ที่แตกต่างจากโครงการอื่น ๆ

การส่งเสริมการขาย (Promotion)

โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ควรมีการจัดทำของที่ระลึกแจก รวมถึงการขอความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ จากลูกค้าในการมาซื้อสินค้าและใช้บริการที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ในการพัฒนาปรับปรุงต่อไป

จัดทำของแถม แถมเมื่อซื้อสินค้าครบตามจำนวนที่ระบุ ของแจก เช่น แจกกระเป๋าใส่สินค้า การขอความร่วมมือร้านค้าในโครงการลดราคาในเทศกาลต่างๆ

นอกจากนั้นโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ควรพิจารณาจัดทำบัตรสมาชิกของโครงการเพื่อเป็นบัตรส่วนลดสามารถซื้อได้ทุกร้านค้า เพื่อเพิ่มจำนวนเงินต่อการซื้อ 1 ครั้งให้สูงขึ้น ซึ่งจากข้อมูลพบว่ามีจำนวนเงินการซื้อ 1 ครั้งจากผู้ตอบแบบสอบถามคือ 501-1,500 บาท

นอกจากนี้ พบว่ายังมีผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 8.2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท ร้อยละ 1.8 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท ร้อยละ 0.7 ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีกำลังซื้อสูง เป็นกลุ่มที่เข้ามาซื้อสินค้าและใช้บริการเป็นจำนวนที่น้อย ซึ่งโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ สามารถวางกลยุทธ์เพื่อขยายกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเป็นลูกค้าเป้าหมายในอนาคตได้

ดังนั้น ผู้ประกอบการควรวางแผนการตลาดโดยกำหนดการสื่อสารถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในอนาคตดังกล่าว คือ สร้างฐานทะเบียนลูกค้าจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มียอดซื้อสูงที่มาใช้บริการจากโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ โดยจัดทำบัตรสมาชิกของโครงการเพื่อเป็น

ส่วนลดในครั้งต่อไป การสอบถามข้อมูลหรือประสานงานบริษัทในเครือเพื่อขอข้อมูลลูกค้าที่มี ยอดซื้อสูง เพื่อสร้างกิจกรรมการตลาดเชิญชวนให้มาซื้อสินค้าและใช้บริการที่โครงการต่อไป

การบริการที่ควรเพิ่มเติม

โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ควรพิจารณาเพิ่มเติมร้านค้าและบริการที่หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะข้อมูลจากแบบสอบถาม พบว่า 5 ลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม ต้องการให้เพิ่มเติมคือ ธนาคาร รองลงมา คือ ร้านขายขนม เบเกอรี่ ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้าน อินเทอร์เน็ต รวมถึงพิจารณาร้านค้าประเภทอื่น ๆ ตามผลการแจกแบบสอบถาม ทั้งนี้เพื่อขยายกลุ่ม ลูกค้าที่หลากหลายขึ้น รวมถึงขยายบริการไปยังคนท้องถิ่นให้มาใช้บริการมากขึ้น

สิ่งที่ โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ต้องเพิ่มเติม	จำนวน	ร้อยละ
ธนาคาร	96	34.3
ร้านขายขนม เบเกอรี่	92	32.9
ร้านอินเทอร์เน็ต	86	30.7
ซูเปอร์มาร์เก็ต	86	30.7
ร้านกีฟชอป	76	27.1
สปาและนวดแผนไทย	69	24.6
ร้านขายหนังสือ	68	24.3
ร้านขายอาหารของฝาก	67	23.9
Pub&Restaurant	60	21.4
ร้านขายสินค้าพื้นเมือง	59	21.1
ร้านอาหารญี่ปุ่น	57	20.4
สถานออกกำลังกาย	53	18.9
ร้านอาหารพื้นเมือง	52	18.6
ร้านอาหารไทย	51	18.2
ร้านขายดอกไม้	49	17.5
สนามเด็กเล่น	45	16.1
ร้านเสริมสวย	40	14.3
ร้านขายยา	36	12.9
สถาบันสอนภาษา.สถาบันตวิวิชา	27	9.6

สิ่งที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ต้องเพิ่มเติม	จำนวน	ร้อยละ
ร้านขายทอง	23	8.2
ร้านอาหารจีน	21	7.5
ร้านแว่นตา	18	6.4
อื่นๆ	4	1.4

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 280 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ตู้โทรศัพท์สาธารณะ (2 ราย) ตู้เอทีเอ็ม (2 ราย)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved