

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้ คือ ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด ทฤษฎีตลาดองค์กร

ระเบียบวิธีการศึกษา ได้มีการค้นคว้าข้อมูลทุติยภูมิ โดยการรวบรวมจากหนังสือวารสาร เอกสาร สิ่งพิมพ์ และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลที่ค้นคว้าผ่านอินเทอร์เน็ต ในส่วนข้อมูลปฐมภูมิ ผู้ทำการศึกษาได้ศึกษาจากการเก็บแบบสอบถาม จากตัวอย่างร้านก๋วยเตี๋ยวจำนวน 150 ตัวอย่าง ซึ่งแบ่งเป็น 5 ประเภท ประเภทละ 30 ตัวอย่าง ดังนี้ ร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอย ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ร้านก๋วยเตี๋ยวลูกชิ้นหมูหรือข้างอาคาร ร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ และร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ แล้วนำมาประมวลผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยนำเสนอในรูปของตารางแจกแจงความถี่ อัตราร้อยละ ค่าเฉลี่ย และเกณฑ์ระดับความหมาย

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 – 39 ปี มีสถานภาพเป็นเจ้าของร้าน มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา / ปวช. และปริญญาตรี มีอาชีพเป็นนักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ นอกเหนือจากร้านก๋วยเตี๋ยว และมีรายได้โดยรวมต่อเดือนเท่ากับ 25,001 – 40,000 บาทต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทร้าน

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ของทุกประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว เป็นเพศหญิง ยกเว้นร้านก๋วยเตี๋ยวลูกชิ้นหมูหรือข้างอาคาร หรือข้างอาคาร และร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ของทุกประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว มีอายุ 31 – 39 ปี ยกเว้นร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 21 – 29 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ของทุกประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว มีสถานภาพเป็นเจ้าของร้าน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ของร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอย และร้านก๋วยเตี๋ยว แฟรนไชส์ มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา / ปวช. ส่วนร้านก๋วยเตี๋ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ของร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ของร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณหน้า หรือข้างอาคาร และร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า มีการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญา / ปวส.

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ของทุกประเภทร้านก๋วยเตี๋ยวมีอาชีพหลัก (นอกเหนือจากร้านก๋วยเตี๋ยว) คือ นักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ

ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์และร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณหน้า หรือข้างอาคาร มีรายได้โดยรวมมากกว่า 55,000 บาทต่อเดือน ร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอย มีรายได้โดยรวม 3,001 – 10,000 บาทต่อเดือน และร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์และร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า มีรายได้โดยรวม 25,001 – 40,000 บาทต่อเดือน

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวห้อยอิสริยะผล ในราคา 26 – 30 บาทต่อกิโลกรัม โดยชำระเงินด้วยเงินสด แหล่งจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยว คือ ตลาดค้าส่ง โดยมีหลักในการเลือกแหล่งจำหน่ายที่สำคัญ คือ แหล่งจำหน่ายมีความสะอาด ความสะอาด และน่าเชื่อถือ โดยจะซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวเป็นประจำทุกวัน ในปริมาณ 5 – 10 กิโลกรัมต่อครั้ง และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยว คือ ตนเอง

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว จำแนกตามประเภทร้าน

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ของทุกประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวห้อยอิสริยะผล ในราคา 26 – 30 บาทต่อกิโลกรัม โดยชำระเงินด้วยเงินสด แหล่งจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยว คือ ตลาดค้าส่ง ทุกประเภทร้านก๋วยเตี๋ยวมีหลักในการเลือกแหล่งจำหน่ายที่สำคัญ คือ แหล่งจำหน่ายมีความสะอาด ยกเว้นร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณหน้า หรือข้างอาคาร ที่มีหลักในการเลือกแหล่งจำหน่ายที่สำคัญ คือ แหล่งจำหน่ายมีความน่าเชื่อถือ โดยทุกประเภทร้านก๋วยเตี๋ยวจะซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวเป็นประจำทุกวัน ในปริมาณที่

แตกต่างกัน คือ ร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอย มีปริมาณการซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวน้อยกว่า 5 กิโลกรัมต่อครั้ง ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ และร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ มีปริมาณการซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยว 11 – 20 กิโลกรัมต่อครั้ง และร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์และร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า มีปริมาณการซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยว 5 – 10 กิโลกรัมต่อครั้ง และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อทุกประเภทร้านก๋วยเตี๋ยวในการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยว คือ ตนเอง

ส่วนที่ 5 ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยวมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ – ผู้ขาย รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโรงงาน ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านระยะเวลาในการชำระหนี้ เป็นอันดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยวมากที่สุด คือ ความสะอาด ความปลอดภัยในการบริโภค ความสด ใหม่ และเนื้อสัมผัสของเส้นก๋วยเตี๋ยว โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับรูปแบบที่หลากหลายและความมีสีสันสวยงามของบรรจุภัณฑ์ เป็นอันดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยวมากที่สุด คือ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพผลิตภัณฑ์ การมีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก สินค้ามีราคาคงที่ และสินค้ามีราคาถูก ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการที่สินค้ามีหลายราคาให้เลือก เป็นอันดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยวมากที่สุด คือ สินค้าที่ได้รับตรงตามคำสั่งซื้อ สถานที่จำหน่ายมีความสะดวก ส่งสินค้าตรงตามเวลานัดหมาย และสามารถสั่งซื้อสินค้ามาก-น้อยตามต้องการ ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ เป็นอันดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยวมากที่สุด คือ การรับประกันคุณภาพสินค้า การให้ข้อมูลข่าวสารในเรื่องการตลาดกับผู้ซื้อ และการให้ส่วนลดหรือแถมสินค้า ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของโรงงานผู้ผลิตในการช่วยเหลือสังคม เป็นอันดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโรงงาน ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยวมากที่สุด คือ คุณภาพของสินค้า และชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิต ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับทำเล และสถานที่ตั้ง และกระบวนการผลิตสินค้า เป็นอันดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ – ผู้ขาย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยวมากที่สุด คือ ผู้ขายมีความน่าเชื่อถือ จริงใจและเต็มใจบริการ มีอัธยาศัยและรับฟังที่ดี ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการที่ผู้ขายมีกริยาวาจาไพเราะ เป็นอันดับสุดท้าย

ปัจจัยด้านระยะเวลาในการชำระหนี้ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยวมากที่สุด คือ ผู้ขายไม่มีการลดคำสั่งซื้อ โดยไม่แจ้งล่วงหน้า มีการแจ้งล่วงหน้า เมื่อปรับเปลี่ยนเงื่อนไขการชำระหนี้ และระยะเวลาในการชำระหนี้สามารถยืดหยุ่นได้ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการที่ผู้ขายมีระยะเวลาในการชำระหนี้ นานกว่ารายอื่น เป็นอันดับสุดท้าย

ส่วนที่ 6 ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว จำแนกตามประเภทร้าน

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยวทุกประเภทมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ – ผู้ขาย สำหรับปัจจัยด้านการตลาดที่มีความสำคัญรองลงมา ร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโรงงาน ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ส่วนร้านก๋วยเตี๋ยวจังหวัดหน้า หรือข้างอาคาร ร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ และร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ร้านก๋วยเตี๋ยวทุกประเภท ได้แก่ ร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอย ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ร้านก๋วยเตี๋ยวจังหวัดหน้า หรือข้างอาคาร ร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ และร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอย และร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภคเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ความสด ใหม่ และเนื้อสัมผัสของเส้นก๋วยเตี๋ยว ตามลำดับ

ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความสด ใหม่ เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภค และเนื้อสัมผัสของเส้นก๋วยเตี๋ยวตามลำดับ

ร้านก๋วยเตี๋ยวยริเวณหน้า หรือข้างอาคาร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภค และเนื้อสัมผัสของเส้นก๋วยเตี๋ยว เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ความสด ใหม่ และการมีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ ตามลำดับ

ร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านเนื้อสัมผัสของเส้นก๋วยเตี๋ยวเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภค และความสด ใหม่ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา

ร้านก๋วยเตี๋ยวทุกประเภท ได้แก่ ร้านก๋วยเตี๋ยวยริเวณหน้าหรือข้างอาคาร ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ร้านก๋วยเตี๋ยวยริเวณหน้า หรือข้างอาคาร ร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ และร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในระดับมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ร้านก๋วยเตี๋ยวยริเวณหน้าหรือข้างอาคาร และร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ การมีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก และสินค้ามีราคาคงที่ ตามลำดับ

ร้านก๋วยเตี๋ยวยริเวณหน้า หรือข้างอาคาร และร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ สินค้ามีราคาถูก และสินค้ามีราคาคงที่ ตามลำดับ

ร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ สินค้ามีราคาคงที่ และการมีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ร้านก๋วยเตี๋ยวทุกประเภท ได้แก่ ร้านก๋วยเตี๋ยวยริเวณหน้าหรือข้างอาคาร ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ร้านก๋วยเตี๋ยวยริเวณหน้า หรือข้างอาคาร ร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ และร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ร้านก๋วยเตี๋ยวยริเวณหน้าหรือข้างอาคาร และร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่จำหน่ายมีความสะดวกเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ สินค้าได้รับตรงตามคำสั่งซื้อ และมีการส่งสินค้าตรงตามเวลานัดหมาย ตามลำดับ

ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณหน้า หรือข้างอาคาร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสินค้าได้รับตรงตามคำสั่งซื้อเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ มีการส่งสินค้าตรงตามเวลานัดหมาย และสามารถสั่งซื้อสินค้ามาก – น้อยตามต้องการ ตามลำดับ

ร้านก๋วยเตี๋ยวเฟรนไชส์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสินค้าได้รับตรงตามคำสั่งซื้อเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ มีการส่งสินค้าตรงตามเวลานัดหมาย และสถานที่จำหน่ายมีความสะดวกตามลำดับ

ร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่จำหน่ายมีความสะดวก และสินค้าได้รับตรงตามคำสั่งซื้อเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ มีการส่งสินค้าตรงตามเวลานัดหมาย และสามารถสั่งซื้อสินค้ามาก – น้อยตามต้องการ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

ร้านก๋วยเตี๋ยวทุกประเภท ได้แก่ ร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอย ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณหน้า หรือข้างอาคาร และร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง ยกเว้นร้านก๋วยเตี๋ยวเฟรนไชส์ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอย และร้านก๋วยเตี๋ยวเฟรนไชส์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการรับประกันคุณภาพสินค้าเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ การให้ข้อมูลข่าวสารในเรื่องการตลาดกับผู้ใช้ การให้ส่วนลด หรือแถมสินค้า และการบริการจัดส่งสินค้าถึงที่ ตามลำดับ

ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการรับประกันคุณภาพสินค้าเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ การให้ส่วนลด หรือแถมสินค้า และการให้ข้อมูลข่าวสารในเรื่องการตลาดกับผู้ใช้ ตามลำดับ

ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณหน้า หรือข้างอาคาร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการรับประกันคุณภาพสินค้าเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ การบริการจัดส่งสินค้าถึงที่ และการให้ข้อมูลข่าวสารในเรื่องการตลาดกับผู้ใช้ และการให้ส่วนลด หรือแถมสินค้า ตามลำดับ

ร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการรับประกันคุณภาพสินค้าเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ การให้ข้อมูลข่าวสารในเรื่องการตลาดกับผู้ใช้ และการบริการจัดส่งสินค้าถึงที่ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโรงงาน

ร้านก๋วยเตี๋ยวทุกประเภท ได้แก่ ร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอย ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ร้านก๋วยเตี๋ยวยริเวณหน้า หรือข้างอาคาร ร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ และร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโรงงานในระดับมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอย และร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านคุณภาพของสินค้าเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิต และทำเลและสถานที่ตั้ง และระบบการจัดจำหน่าย และบริการ ตามลำดับ

ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านคุณภาพของสินค้าเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ชื่อเสียงของโรงงาน และระบบการจัดจำหน่าย และบริการ ตามลำดับ

ร้านก๋วยเตี๋ยวยริเวณหน้า หรือข้างอาคาร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านคุณภาพของสินค้าเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ระบบการจัดจำหน่ายและบริการ และชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิต ตามลำดับ

ร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านคุณภาพของสินค้าเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิต และ กระบวนการผลิตสินค้า ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ – ผู้ขาย

ร้านก๋วยเตี๋ยวทุกประเภท ได้แก่ ร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอย ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ร้านก๋วยเตี๋ยวยริเวณหน้า หรือข้างอาคาร ร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ และร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ – ผู้ขายในระดับมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผู้ขายมีความจริงใจ และเต็มใจบริการเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ผู้ขายมีความน่าเชื่อถือ และผู้ขายมีอัธยาศัยและรับฟังที่ดี และผู้ขายมีกิริยาวาจาไพเราะ

ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ร้านก๋วยเตี๋ยวยริเวณหน้า หรือข้างอาคาร และร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผู้ขายมีความน่าเชื่อถือเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ผู้ขายมีความจริงใจและเต็มใจบริการ และผู้ขายมีอัธยาศัยและรับฟังที่ดี และผู้ขายมีกิริยาวาจาไพเราะ ตามลำดับ

ร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผู้ขายมีความน่าเชื่อถือเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ มีความจริงใจ และเต็มใจบริการ และผู้ขายมีกิริยาวาจาไพเราะ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านระยะเวลาในการชำระหนี้

ร้านค้าก๋วยเตี๋ยวทุกประเภท ได้แก่ ร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอย ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ร้านก๋วยเตี๋ยวยริเวณหน้า หรือข้างอาคาร ร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ และร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านระยะเวลาในการชำระหนี้ในระดับปานกลาง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอย ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ และร้านก๋วยเตี๋ยวยริเวณหน้า หรือข้างอาคาร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านไม่มีการลดคำสั่งซื้อโดยไม่แจ้งล่วงหน้าเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ มีการแจ้งล่วงหน้าเมื่อปรับเปลี่ยนเงื่อนไขการชำระหนี้ และระยะเวลาในการชำระหนี้สามารถยืดหยุ่นได้ ตามลำดับ

ร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านไม่มีการลดคำสั่งซื้อโดยไม่แจ้งล่วงหน้า และมีการแจ้งล่วงหน้าเมื่อปรับเปลี่ยนเงื่อนไขการชำระหนี้เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ระยะเวลาในการชำระหนี้สามารถยืดหยุ่นได้ และ มีระยะเวลาในการชำระหนี้สั้นกว่ารายอื่นตามลำดับ

ร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านมีการแจ้งล่วงหน้าเมื่อปรับเปลี่ยนเงื่อนไขการชำระหนี้เป็นอันดับ รองลงมา คือ ไม่มีการลดคำสั่งซื้อโดยไม่แจ้งล่วงหน้า และระยะเวลาในการชำระหนี้สามารถยืดหยุ่นได้ ตามลำดับ

ส่วนที่ 7 ปัญหาสำคัญในการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่เป็นปัญหาสำคัญในการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยวมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ไม่สด ไม่ปลอดภัย รองลงมา คือ ปัจจัยด้านราคา เช่น ราคาไม่แน่นอน ปรับเปลี่ยนราคาบ่อยครั้ง ต่อรองราคาไม่ได้ ไม่มีส่วนลดในการซื้อ และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย เช่น ไม่มีบริการจัดส่งถึงที่ จัดส่งสินค้าไม่ทันตามกำหนด หรือสินค้าไม่ครบตามที่สั่ง ตามลำดับ

ส่วนที่ 8 ปัญหาสำคัญในการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว จำแนกตามประเภทร้าน

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่เป็นปัญหาสำคัญในการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยวทุกประเภทมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ไม่สด ไม่ปลอดภัย นอกจากนี้ยังพบปัญหาด้านอื่นๆ ที่ร้านก๋วยเตี๋ยวให้ความสำคัญ คือ ปัจจัยด้านราคา เช่น ราคาไม่แน่นอน ปรับเปลี่ยนราคาบ่อยครั้ง ต่อรองราคาไม่ได้ ไม่มีส่วนลดในการซื้อ เป็นต้น ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย เช่น ไม่มีบริการจัดส่งถึงที่ จัดส่งสินค้าไม่ทันตามกำหนด หรือสินค้าไม่ครบตามที่สั่ง เป็น

ต้น ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น ผู้ขายไม่มีการให้ข้อมูลทางการตลาด เป็นต้น และปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ – ผู้ขาย เช่น ผู้ขายบริการไม่ดี พูจจาไม่ไพเราะ เป็นต้น

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยวในอำเภอเมืองเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลตามแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก และเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว คือ ความสะอาด และเนื้อสัมผัสที่ดีของเส้นก๋วยเตี๋ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของพุททชาติ คำมูล (2549) ที่ทำการศึกษปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากโรงงานบุญญะสถานค์ของผู้ซื้อในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตต์ พบว่า หลักเกณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ซื้อใช้ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ คือ ผลิตภัณฑ์ของโรงงานมีรสชาติอร่อย สะอาด และมีคุณค่าทางโภชนาการ นอกจากนี้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยว คือ ด้านความสด ใหม่ และความปลอดภัยในการบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิรุณี เชิดสศิริกุล (2546) ที่ทำการศึกษปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเนื้อสุกรของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกร พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ค้าปลีกให้ความสำคัญ คือ ความสะอาด และความสด ใหม่ ของผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก และเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว คือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของพุททชาติ คำมูล (2549) ที่ทำการศึกษปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากโรงงานบุญญะสถานค์ของผู้ซื้อในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตต์ พบว่า หลักเกณฑ์ด้านราคาของผู้ซื้อใช้ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และปริมาณของผลิตภัณฑ์ และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิรุณี เชิดสศิริกุล (2546) ที่ศึกษปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเนื้อสุกรของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกร พบว่า ปัจจัยด้านราคาของผู้ซื้อให้ความสำคัญ คือ จะต้องมีการแจ้งบอกราคาล่วงหน้าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงราคาขาย และราคาจะต้องมีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังพบว่า การมีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก สินค้ามีราคาคงที่ และมีราคาถูก เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเช่นกัน ซึ่งขัดแย้งกับผลการศึกษาของ พิรุณี เชิดสศิริกุล (2546) ที่ศึกษปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเนื้อสุกรของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกร พบว่า หลักเกณฑ์ด้านราคาที่ใช้ในการเลือกผลิตภัณฑ์ คือ ผู้ซื้อคิดว่าไม่จำเป็นที่ผลิตภัณฑ์จะต้องมีราคาถูก เช่นเดียวกันกับผลการศึกษาของ พุททชาติ คำมูล (2549) ที่ศึกษปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จาก

โรงงานบุญญะสถานต์ของผู้ซื้อ ในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิศตต์ พบว่า หลักเกณฑ์ที่ผู้ซื้อไม่ได้นำมาพิจารณาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากทางโรงงาน คือ ผลิตภัณฑ์มีหลายราคาให้เลือก ผลิตภัณฑ์มีราคาถูกกว่ารายอื่น ทางโรงงานมีการแถมผลิตภัณฑ์ถ้าซื้อในปริมาณมาก ซึ่งขัดแย้งกับผลการศึกษาของ ประยูร ญาสมุท (2544) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกะหมักสำเร็จรูปของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการบริโภคกะหมักสำเร็จรูป คือ ราคาไม่แพง

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก และเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยของร้านก๋วยเตี๋ย คือ สถานที่จำหน่ายมีความสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับ รุติ ศรีไสลไพศาล (2545) ที่ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในจังหวัดเชียงใหม่ในการซื้อขนมปังกรอบ พบว่า ปัจจัยทางด้านสถานที่จัดจำหน่ายที่มีความสำคัญคือ ผู้ซื้อสามารถติดต่อกับบริษัทและพนักงานขายได้สะดวก และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พุทธิชาติ คำมูล (2549) ที่ทำการศึกษาด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากโรงงานบุญญะสถานต์ของผู้ซื้อในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิศตต์ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากโรงงาน คือ การติดต่อกับทางโรงงานมีความสะดวก รวดเร็ว เช่น การเดินทางสะดวก รวดเร็ว เป็นต้น นอกจากนี้ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่ร้านก๋วยเตี๋ยให้ความสำคัญและนำมาพิจารณาในการเลือกซื้อ คือ สินค้าได้รับตรงตามคำสั่งซื้อ มีการส่งสินค้าตรงตามเวลานัดหมาย และสามารถสั่งซื้อสินค้ามาก-น้อยตามต้องการ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมระดับปานกลาง และเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยของร้านก๋วยเตี๋ย คือ การรับประกันคุณภาพสินค้า การให้ข้อมูลข่าวสารในเรื่องการตลาดกับผู้ใช้ และการให้ส่วนลดหรือแถมสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จันทิรา เล่าชู (2547) ที่ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยของผู้บริโภค ในจังหวัดนนทบุรี พบว่า เหตุผลด้านของจิตวิทยาที่ผู้บริโภคนำมาใช้พิจารณาในการเลือกบริโภค คือ ผู้บริโภคเห็นจากสื่อโฆษณา ป้ายรับรองความอร่อย การตกแต่งร้าน และการส่งเสริมการขายโดยมีอุปสงค์ส่วนลด เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ พิรุณี เชดสธิกรกุล (2546) ที่ทำการศึกษาด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเนื้อสุกรของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกร พบว่า ในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรต้องการบริการส่งสินค้าและคาดหวังต่อการมีการรับประกันสินค้าหลังการขาย เนื่องมาจากเนื้อสุกรเป็นสินค้าสดที่ต้องจำหน่ายให้หมดในเวลาหนึ่งวัน

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโรงงาน ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมระดับมาก และเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยของร้านก๋วยเตี๋ย คือ คุณภาพของสินค้า และชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิต ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อาภากร ณ ฝัน ที่ศึกษาพฤติกรรม

ของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อนมแพะ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อนมแพะ คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รสชาติ กลิ่น การมีเครื่องหมายรับรองจากองค์การอาหารและยา (อย.) ความมีชื่อเสียงของตรายี่ห้อ

ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ – ผู้ขาย ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมระดับมาก และเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว คือ ผู้ขายมีความน่าเชื่อถือ ผู้ขายมีความจริงใจ และเต็มใจบริการ ผู้ขายมีอัธยาศัย และรับฟังที่ดี ผู้ขายมีกิริยาวาจาไพเราะ และผู้ขายมีความคุ้นเคยกับผู้ซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัจฉรา ถินทิพย์ (2548) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการบริโภคก๋วยเตี๋ยวเรือยอชท์ พบว่า การที่พนักงานให้บริการด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้ม แจ่มใส มีความรวดเร็วในการให้บริการ พนักงานให้บริการคอยดูแล เอาใจใส่อยู่ตลอดเวลา และพนักงานต่างกายสะอาดมีความสัมพันธ์ระดับต่ำกับความถี่ในการบริโภคก๋วยเตี๋ยวเรือยอชท์ต่อเดือน รวมถึงสอดคล้องกับบทความของ ภัทธกร พลพนาธรรม (2547) กล่าวว่า ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้านั้น พนักงานในกิจการค้าปลีกเปรียบเสมือนตัวเชื่อมระหว่างลูกค้ากับธุรกิจค้าปลีก เขาจะต้องติดต่อพบปะกับลูกค้าเป็นประจำ ดังนั้นพนักงานร้านค้าปลีกจะต้องรู้พฤติกรรมผู้บริโภค สุภาพอ่อนน้อมต่อลูกค้า รู้ความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้ผลจากการศึกษายังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิรุณี เชิดสถิรกุล (2546) ที่ทำการศึกษารื่องปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเนื้อสุกรของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกร พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ซื้อเห็นถึงความสำคัญด้านการให้บริการ และมนุษยสัมพันธ์ของผู้ขาย

ปัจจัยด้านระยะเวลาในการชำระหนี้ ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมระดับปานกลาง และเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว คือ มีการลดค่าส่งซื้อ โดยไม่แจ้งล่วงหน้า การแจ้งล่วงหน้า เมื่อมีการปรับเปลี่ยนเงื่อนไขการชำระหนี้ ระยะเวลาในการชำระหนี้สามารถยืดหยุ่นได้ และมีระยะเวลาในการชำระหนี้สั้นกว่ารายอื่น

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจ ดังนี้

1. ร้านก๋วยเตี๋ยวทุกประเภท ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวชนิดกึ่งแห้ง ยี่ห้ออิสริยะผล
2. แหล่งจัดจำหน่ายที่ร้านก๋วยเตี๋ยวนิยมซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยว คือ ตลาดค้าส่ง เนื่องจากแหล่งจำหน่ายมีความสะดวก มีความสะอาด และมีความน่าเชื่อถือ

3. พฤติกรรมการซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยวส่วนใหญ่ คือ จะซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวเป็นประจำทุกวัน จ่ายด้วยเงินสด และมีปริมาณการซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวต่อครั้ง 5 – 10 กิโลกรัม

4. ร้านก๋วยเตี๋ยวไม่ค่อยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การแจกของขวัญในโอกาสสำคัญต่างๆ การขายแบบให้สินเชื่อ และการมีส่วนร่วมของโรงงานในการช่วยเหลือสังคม เป็นต้น และด้านระยะเวลาในการชำระหนี้ เช่น การมีระยะเวลาในการชำระหนี้ นานกว่ารายอื่น และสามารถยืดหยุ่นได้ เป็นต้น แสดงว่าผู้จัดการจำหน่ายเส้นก๋วยเตี๋ยวไม่จำเป็นต้องเน้นให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาด และการกำหนดระยะเวลาในการชำระหนี้ยาวนานนัก

5. สำหรับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ร้านก๋วยเตี๋ยวให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับความสด ใหม่ ความสะอาด และความปลอดภัยในการบริโภค และเนื้อสัมผัสของเส้นก๋วยเตี๋ยว แต่ในทางตรงกันข้ามร้านก๋วยเตี๋ยวให้ความสำคัญในระดับน้อยกับความหลากหลายของขนาดบรรจุ และบรรจุภัณฑ์ รวมถึงสีสันทึ่สวยงามของบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากลักษณะการใช้เส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยวเป็นการนำเส้นก๋วยเตี๋ยวมารูปเป็นผลิตภัณฑ์อีกครั้งหนึ่งก่อนจำหน่ายให้ลูกค้า ทำให้ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องมึบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม สิ่งที่ต้องการ คือ บรรจุภัณฑ์ที่สามารถห่อหุ้ม ป้องกันเส้นก๋วยเตี๋ยวให้ปลอดภัยจากโรงงานถึงร้านก๋วยเตี๋ยวเท่านั้น

6. สำหรับปัจจัยด้านราคา ร้านก๋วยเตี๋ยวให้ความสำคัญโดยรวมระดับมาก แต่ให้ความสำคัญกับการที่สินค้ามีหลายราคาให้เลือก และสามารถต่อรองราคาได้ ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยวไม่เกี่ยวกับสินค้ามีหลายราคา และสามารถต่อรองราคาได้

7. สำหรับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ร้านก๋วยเตี๋ยวให้ความสำคัญกับการรับประกันคุณภาพสินค้าเป็นอันดับแรก แสดงให้เห็นว่าร้านก๋วยเตี๋ยวต้องการให้ผู้ผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยวรับผิดชอบ หากผลิตภัณฑ์มีคุณภาพต่ำกว่ามาตรฐาน

8. ปัญหาในการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวที่ร้านก๋วยเตี๋ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เนื่องจากเส้นก๋วยเตี๋ยวมีอายุการเก็บที่สั้น เก็บได้เพียง 1 – 2 วัน หากการผลิตไม่สะอาด เส้นก๋วยเตี๋ยวจึงน่าจะเสียเร็วกว่ากำหนด ประกอบกับผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น อีกทั้งมีการเปิดเผยของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาที่พบการใช้สารกันเสียในปริมาณสูงกว่ามาตรฐานในเส้นก๋วยเตี๋ยว

9. ผู้ตอบแบบสอบถามของร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า มีอายุ 21 – 29 ปี ซึ่งแตกต่างจากร้านก๋วยเตี๋ยวประเภทอื่น ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 31 – 39 ปี เนื่องจากร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพเป็นลูกจ้างในสัดส่วนค่อนข้างมาก เมื่อเทียบกับร้านก๋วยเตี๋ยวประเภทอื่น

10. ร้านก๋วยเตี๋ยวทุกประเภทมีหลักในการเลือกแหล่งจำหน่าย คือ ความสะอาด ยกเว้นร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณหน้า หรือข้างอาคารที่ให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของแหล่งจำหน่าย

11. ร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าร้านก๋วยเตี๋ยวประเภทอื่น

5.4 ข้อเสนอแนะ

1. ส่วนประสมการตลาด (4 Ps)

ผลิตภัณฑ์

1) โรงงานผู้ผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยว ควรให้ความสำคัญในด้านของคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด โดยเฉพาะในด้านความสะอาด และความปลอดภัยในการบริโภค นอกจากนี้จะทำให้ผู้ซื้อเกิดความมั่นใจ ยังอาจส่งผลดีทำให้อายุการเก็บรักษาเส้นก๋วยเตี๋ยวยาวนานขึ้นด้วย

2) โรงงานผู้ผลิตควรให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น เพื่อยืดอายุการเก็บรักษาให้ได้นานขึ้น

ราคา

1) โรงงานผู้ผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยว ควรมีการตั้งราคาอย่างเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และราคาของสินค้าควรมีความคงที่

2) ในกรณีที่ลูกค้ามีการสั่งซื้อในปริมาณมาก โรงงานผู้ผลิตควรมีการให้ส่วนลด และหากจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนราคา โรงงานผู้ผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยว ควรแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าด้วย

การจัดจำหน่าย

1) โรงงานผู้ผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยวควรจัดส่งสินค้าตรงตามคำสั่งซื้อของลูกค้าอย่างตรงเวลานัดหมาย

2) ควรจัดระบบการติดต่อซื้อขาย และสถานที่จำหน่ายเส้นก๋วยเตี๋ยวให้มีความสะดวกสำหรับลูกค้าด้วย

การส่งเสริมการตลาด

1) โรงงานผู้ผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยวควรมุ่งเน้นในด้านของการรับประกันคุณภาพสินค้า และการให้ข้อมูลข่าวสารในเรื่องการตลาดให้กับผู้ซื้อ แต่อย่างไรก็ตามโรงงานไม่มีความจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดเส้นก๋วยเตี๋ยวมากนัก เนื่องจากผู้ซื้อไม่ค่อยให้ความสำคัญมากนัก แต่อย่างไรก็ตามหากต้องการส่งเสริมการตลาด

2. ความน่าเชื่อถือของโรงงาน

1) โรงงานผู้ผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยวควรให้ความสำคัญในด้านคุณภาพสินค้า ความถูกต้องในการติดต่อซื้อขาย ควรมีการวางแผนกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการจัดทำระบบรับประกันคุณภาพ เช่น ระบบ GMP เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในระบบการผลิตของโรงงาน

3. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ – ผู้ขาย

1) โรงงานผู้ผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยวควรให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้นพัฒนาพนักงานขาย รวมถึงการบริการให้มาก อาจทำได้โดยการจัดฝึกอบรมพนักงานให้มีกิริยา วาจาสุภาพ และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้

2) โรงงานผู้ผลิตควรเพิ่มช่องทางในการบริการต่างๆ ให้กับลูกค้ามากขึ้น เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างโรงงานผู้ผลิตและลูกค้า เนื่องจากปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ คือ ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ – ผู้ขาย

4. ระยะเวลาในการชำระหนี้

1) โรงงานผู้ผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยว ไม่มีความจำเป็นต้องกำหนดระยะเวลาในการชำระหนี้ยาวนาน เนื่องจากเส้นก๋วยเตี๋ยวมีอายุการเก็บที่สั้น การตั้งจึงเป็นแบบวันต่อวันในปริมาณการสั่งที่ไม่มาก และไม่แน่นอน

2) โรงงานไม่ควรลดค่าสั่งซื้อโดยไม่แจ้งให้ลูกค้าทราบ และควรแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้า หากโรงงานมีการปรับเปลี่ยนเงื่อนไขการชำระหนี้