

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความสำคัญและความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกของจิวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน โดยใช้แนวทางการศึกษาตามทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีก ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า (Product Assortment) ปัจจัยด้านการบริการและบรรยากาศในร้าน (Services and Store Atmosphere) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาและสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 35 แสดงการสรุปผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่		ร้อยละ
เพศ	หญิง	70.67
อายุ	18-24 ปี	24.00
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี	49.00
อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	34.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ไม่เกิน 5,000 บาท	34.33
ภูมิลำเนา	อาศัยอยู่ต่างจังหวัดที่ใกล้เคียงกับจังหวัดลำพูน	44.67
วิธีการเดินทาง	รถยนต์	66.33
ความถี่ในการเดินทางมาซื้อสินค้า	นานๆ มาครั้งหนึ่ง	31.67
ค่าใช้จ่ายในการซื้อเฉลี่ยต่อครั้ง	ไม่เกิน 500 บาท	47.00
ประเภทของสินค้าของฝากของที่ระลึกที่ซื้อ	อาหาร และเครื่องดื่ม	67.67
แหล่งที่ทำให้รู้จักหรือทราบข้อมูล	เพื่อนแนะนำ	41.33

ผลจากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70.67 มีช่วงอายุระหว่าง 18-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.00 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 49.00 มีอาชีพเป็นนักเรียน / นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 34.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.33 มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดที่ ใกล้เคียงกับจังหวัดลำพูน คิดเป็นร้อยละ 44.67 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาโดย รถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 66.33 ความถี่ในการเดินทางมาซื้อสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ นานๆ มาครั้งหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 31.67 ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าของที่ระลึกที่เฉลี่ยต่อ ครั้งของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ไม่เกิน 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.00 ผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้ออาหาร และเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 67.67 และส่วนใหญ่รู้จักหรือทราบ ข้อมูลเกี่ยวกับข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนจากเพื่อนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 41.33

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและการให้ระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสม

การตลาดค้าปลีกของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน

ปัจจัยด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า พบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดคือ สินค้ามีคุณภาพได้ มาตรฐาน รองลงมาคือ มีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นหมวดหมู่ หาง่าย และสินค้ามีความใหม่ ไม่ใกล้ วันหมดอายุ

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า พบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดคือ สินค้ามีคุณภาพได้ มาตรฐาน รองลงมาคือ สินค้ามีความใหม่ ไม่ใกล้วันหมดอายุ และมีการจัดวางสินค้าอย่างเป็น หมวดหมู่ หาง่าย

ปัจจัยด้านการบริการและบรรยากาศในร้าน

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการบริการและ บรรยากาศในร้าน พบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ ภาพลักษณ์ของร้านดี รองลงมาคือ ร้านค้ามีความสะอาด และมีช่องทางเดินกว้างขวางไม่แออัด

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการบริการและบรรยากาศในร้าน พบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดคือ ภาพลักษณ์ของร้านดี รองลงมาคือ ร้านค้ามีความสะอาด และพนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว

ปัจจัยด้านราคา

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคา พบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดคือ ราคาสินค้าสมเหตุสมผลเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ สามารถต่อรองราคาสินค้าได้ และมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคา พบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดคือ ราคาสินค้าสมเหตุสมผลเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ สามารถต่อรองราคาสินค้าได้ และสินค้ามีให้เลือกหลายระดับราคา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดคือ พนักงานขายมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีและสุภาพ รองลงมาคือ มีการโฆษณาสินค้าผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต และมีสินค้าให้ทดลอง ทดสอบก่อนการซื้อ

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดคือ พนักงานขายมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีและสุภาพ รองลงมาคือ มีสินค้าให้ทดลอง ทดสอบก่อนการซื้อ และมีการลดราคาสินค้า

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดคือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลเหมาะสม

สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ รองลงมาคือ บริเวณพื้นที่จอดรถมีความปลอดภัย และพื้นที่จอดรถสามารถเข้า-ออกได้อย่างสะดวก

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อบริการด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดคือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ รองลงมาคือ พื้นที่จอดรถสามารถเข้า-ออกได้อย่างสะดวก และบริเวณพื้นที่จอดรถมีความปลอดภัย

ตารางที่ 36 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดค้าปลีกที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด และต่ำสุดในแต่ละด้านโดยสรุป ของข้ามงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดค้าปลีก	ปัจจัยย่อย	
	ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด	ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่ำสุด
ปัจจัยด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า	สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.43)	มีการปรับเปลี่ยนสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.83)
ปัจจัยด้านการบริการและบรรยากาศในร้าน	ภาพลักษณ์ของร้านดี (ค่าเฉลี่ย 4.41)	ร้านค้ามีแสงสว่างเพียงพอ และมีป้ายชื่อร้านขนาดใหญ่ สังเกตได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.25)
ปัจจัยด้านราคา	ราคาสินค้าสมเหตุสมผลเหมาะสม กับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.41)	มีระบบรับชำระเงินด้วยบัตร เครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.12)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	พนักงานขายมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี และสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.38)	มีการชิงรางวัลในช่วงเทศกาล สำคัญต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.48)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.59)	เปิด-ปิดร้านตรงตามเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.05)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 36 เป็นการแสดงปัจจัยย่อยในแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาดค้าปลีกที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดเรียงตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ ปัจจัยด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน ปัจจัยด้านการบริการและบรรยากาศในร้าน พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ

ภาพลักษณ์ของร้านดี ซึ่งเท่ากันกับปัจจัยด้านราคา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาสินค้าสมเหตุสมผลเหมาะกับคุณภาพ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานขายมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีและสุภาพ

ปัจจัยย่อยในแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาดค้าปลีกที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่ำสุดเรียงตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านราคา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีการชิงรางวัลในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ ปัจจัยด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีการปรับเปลี่ยนสินค้า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ เปิด-ปิดร้านตรงตามเวลา และปัจจัยด้านการบริการและบรรยากาศในร้าน พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ร้านค้ามีแสงสว่างเพียงพอ และมีป้ายชื่อร้านขนาดใหญ่สังเกตเห็นได้ง่าย

ตารางที่ 37 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดค้าปลีกที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดและต่ำสุดในแต่ละด้านโดยสรุป ของช่วงมุ่งทำสิ่ง อำเภอมืองลำพูน

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดค้าปลีก	ปัจจัยย่อย	
	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด
ปัจจัยด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า	สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.78)	มีสินค้าจำหน่ายครบชนิดในที่เดียว (ค่าเฉลี่ย 3.28)
ปัจจัยด้านการบริการและบรรยากาศในร้าน	ภาพลักษณ์ของร้านดี (ค่าเฉลี่ย 3.81)	มีช่องทางเดินกว้างขวางไม่แออัด และ ร้านค้ามีอากาศถ่ายเทเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.61)
ปัจจัยด้านราคา	ราคาสินค้าสมเหตุสมผลเหมาะกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.70)	มีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 1.83)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	พนักงานขายมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีและสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.97)	มีการโฆษณาสินค้าผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต และ มีการชิงรางวัลในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.16)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.59)	เวลาเปิดร้านเหมาะสม และเปิด-ปิดร้านตรงตามเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.48)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 37 เป็นการแสดงปัจจัยย่อยในแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาดค้าปลีกที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดเรียงตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานขายมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีและสุภาพ ปัจจัยด้านการบริการและบรรยากาศในร้าน พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ภาพลักษณ์ของร้านดี ปัจจัยด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน และปัจจัยด้านราคา พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาสินค้าสมเหตุสมผลเหมาะสมกับคุณภาพ

ปัจจัยย่อยในแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาดค้าปลีกที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดเรียงตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านราคา พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีการโฆษณาสินค้าผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต และ มีการชิงรางวัลในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ ปัจจัยด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีสินค้าจำหน่ายครบชนิดในที่เดียว ปัจจัยด้านการบริการและบรรยากาศในร้าน พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีช่องทางเดินกว้างขวางไม่แออัดและร้านค้ามีอากาศถ่ายเทเหมาะสม และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ เวลาปิดร้านเหมาะสม และเปิด-ปิดร้านตรงตามเวลา

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 38 แสดงร้อยละของข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากลูกค้าของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน
จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีกที่มีร้อยละสูงสุด 5 อันดับแรก

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีก	ร้อยละ	ลำดับที่
- ควรมีสินค้าหลากหลายชนิด และ หลายรูปแบบกว่านี้	ด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า	5.33	1
- มีห้องน้ำอยู่ใกล้บริเวณข้าวมุง - เพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น	ด้านการบริการและบรรยากาศในร้าน ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.00	2
- เพิ่มพื้นที่จอดรถให้เพียงพอ	ด้านการจัดจำหน่าย	1.67	3
- ขยายพื้นที่ในการจำหน่ายสินค้าให้ มากขึ้น	ด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า	1.33	4
- เพิ่มจำนวนร้านค้าให้มากขึ้น - ปรับปรุงพื้นที่ทางเดินให้ดีขึ้น - ลดราคาสินค้าให้มากขึ้น	ด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า ด้านการบริการและบรรยากาศในร้าน ด้านราคา	1.00	5

หมายเหตุ ค่าร้อยละที่ได้คิดเทียบจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 ราย

จากตารางที่ 38 พบว่า ข้อเสนอแนะที่พบจากผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ เรื่องควรมีสินค้าหลากหลายชนิดและหลายรูปแบบกว่านี้ คิดเป็นร้อยละ 5.33 รองลงมาได้แก่ เรื่องมีห้องน้ำอยู่ใกล้บริเวณข้าวมุง และเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 3.00 เท่ากัน เรื่องเพิ่มพื้นที่จอดรถให้เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 1.67 เรื่องขยายพื้นที่ในการจำหน่ายสินค้าให้มากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 1.33 เรื่องเพิ่มจำนวนร้านค้าให้มากขึ้น เรื่องปรับปรุงพื้นที่ทางเดินให้ดีขึ้น และเรื่องลดราคาสินค้าให้มากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 1.00 เท่ากัน ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลและจำแนกตามส่วนประสมการตลาดค้าปลีกในด้านต่างๆ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่ามียปัจจัยย่อยเรื่องพนักงานขายมีอัตราขายไม้ตรีที่ดีและสุภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของปฐมรัตน์ ชิวปรีชา (2549) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมของผู้บริโภคชาวต่างชาติ จากศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อเรื่องพนักงานขายมีอัตราขายไม้ตรีที่ดีและสุภาพอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของพุดศิริ กลายสุข (2549) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อเรื่องพนักงานขายมีอัตราขายไม้ตรีที่ดีและสุภาพอยู่ในระดับมากเช่นกัน

พบว่ามียปัจจัยย่อยเรื่องมีการโฆษณาสินค้าผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของปฐมรัตน์ ชิวปรีชา (2549) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมของผู้บริโภคชาวต่างชาติ จากศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อเรื่องมีการโฆษณาสินค้าผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับมากเช่นกัน

พบว่ามียปัจจัยย่อยเรื่องมีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของปฐมรัตน์ ชิวปรีชา (2549) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมของผู้บริโภคชาวต่างชาติ จากศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อเรื่องมีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ อาจเกิดจากผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้บริโภคชาวต่างชาติ จึงไม่นิยมหาข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น วารสารแจกฟรี แผ่นพับ หรือโบรชัวร์ ฯลฯ เนื่องจากสื่อสิ่งพิมพ์อาจจะเข้าถึงผู้บริโภคชาวต่างชาติได้ยาก ดังนั้นผู้บริโภคชาวต่างชาติจะหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหัตถกรรมผ่านทางเว็บไซต์ หรือผ่านระบบอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นช่องทางที่สะดวกมากกว่า และสามารถเข้าถึงได้ง่ายกว่า

พบว่ามียปัจจัยย่อยเรื่องมีการลดราคาสินค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของพุดศิริ กลายสุข (2549) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรม

ผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อเรื่องมีการลดราคาสินค้าอยู่ในระดับมาก เช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริม การตลาดในระดับมากลำดับแรกคือ พนักงานขายมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีและสุภาพ ซึ่งเมื่อทำการ วิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้ว พบว่าปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant A หมายถึง ปัจจัยย่อยด้าน การส่งเสริมการตลาดที่มีคุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อลูกค้าและไม่ได้รับการตอบสนองอย่าง เพียงพอของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ได้แก่ มีการ โฆษณาสินค้าผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต มีการชิงรางวัลในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ มีการ โฆษณาสินค้าผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ มีการ โฆษณาสินค้า ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ มีการจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้าวมุงทำสิงห์ มีป้าย โฆษณาตามแหล่งต่างๆ ที่เห็น ได้ชัดเจน มีการแจกของแถม และมีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูล ข่าวสาร ซึ่งปัจจัยย่อยดังกล่าวตามลำดับ หน่วยงานที่รับผิดชอบและดูแลข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมือง ลำพูน ควรพิจารณาอย่างเร่งด่วน ในการดำเนินการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ดังกล่าว เพื่อช่วยให้ข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนเป็นที่รู้จักแก่ลูกค้า และสร้างความพึงพอใจให้ ลูกค้ามากขึ้น ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลืออยู่ใน Quadrant B หมายถึง ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริม การตลาดของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนสามารถตอบสนองต่อลูกค้าได้เป็นอย่างดีใน คุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก ซึ่งปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก คือ พนักงานขายมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี และสุภาพ ดังนั้น ข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ต้องพยายาม รักษาไว้

อย่างไรก็ตาม พบว่ามีปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant B แต่ลูกค้ามีความพึงพอใจใน ระดับปานกลาง ได้แก่ มีการลดราคาสินค้า และมีสินค้าให้ทดลอง ทดสอบก่อนการซื้อ ถึงแม้ว่า ปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวจะอยู่ใน Quadrants B แต่มีโอกาสที่จะตกลงมาอยู่ใน Quadrants A ได้ เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งถ้าหากหน่วยงานที่รับผิดชอบ และดูแลข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ไม่ให้ความสนใจ และเร่งปรับปรุงแก้ไขก็อาจจะทำให้ ปัจจัยย่อยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ ซึ่งก็จะ นำไปสู่การไม่พึงพอใจในอนาคตขึ้นได้

ปัจจัยด้านราคา

พบว่ามีปัจจัยย่อยเรื่องสินค้ามีให้เลือกหลายระดับราคา เรื่องมีป้ายแสดงราคาที่ ชัดเจน เรื่องสามารถต่อรองราคาสินค้าได้ และเรื่องราคาสินค้าสมเหตุสมผลเหมาะสมกับคุณภาพ ที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของปฐมรัตน์

ชีวปริชา (2549) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมของผู้บริโภคชาวต่างชาติ จากศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อเรื่องสินค้ามีให้เลือกหลายระดับราคา เรื่องมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน เรื่องสามารถต่อรองราคาสินค้าได้ และเรื่องราคาสินค้าสมเหตุสมผลเหมาะสมกับคุณภาพอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของพุลศิริ กลายสุข (2549) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อเรื่องสินค้ามีให้เลือกหลายระดับราคา เรื่องมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน เรื่องสามารถต่อรองราคาสินค้าได้ และเรื่องราคาสินค้าสมเหตุสมผลเหมาะสมกับคุณภาพอยู่ในระดับมากเช่นกัน

พบว่าปัจจัยย่อยเรื่องราคาสินค้าถูกกว่าที่อื่น ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของพุลศิริ กลายสุข (2549) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อเรื่องราคาสินค้าถูกกว่าที่อื่นอยู่ในระดับมากเช่นกัน

พบว่าปัจจัยย่อยเรื่องมีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของปทุมรัตน์ ชิวปริชา (2549) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมของผู้บริโภคชาวต่างชาติ จากศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อเรื่องมีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน

แต่พบว่าปัจจัยย่อยเรื่องมีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพุลศิริ กลายสุข (2549) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อเรื่องมีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตอยู่ในระดับน้อย ทั้งนี้ อาจเกิดจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษาซึ่งมักจะใช้จ่ายด้วยเงินสดและอาจยังไม่มีบัตรเครดิต และเนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมซื้ออาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด และซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกเฉลี่ยเดือนละ 301-500 บาท ซึ่งเป็นจำนวนเงินไม่มากนัก ดังนั้นผู้ตอบแบบสอบถามจึงไม่ค่อยเห็นถึงความสำคัญของการมีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมากลำดับแรกคือ ราคาสินค้าสมเหตุสมผลเหมาะกับคุณภาพ ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า มีปัจจัยย่อยเพียงปัจจัยเดียวที่อยู่ใน Quadrant A หมายถึง ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีคุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อลูกค้าและไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน คือ มีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ซึ่งปัจจัยย่อยดังกล่าว ข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ควรพิจารณาเร่งด่วนโดยให้ร้านค้ามีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต เพื่อเพิ่มความสะดวกในการชำระเงินแก่ลูกค้า ซึ่งจะทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจมากขึ้น ส่วนปัจจัยย่อยที่เหลือจะอยู่ใน Quadrant B หมายถึง ปัจจัยย่อยด้านราคาส่วนใหญ่ของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน สามารถตอบสนองต่อลูกค้าได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก ซึ่งปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ราคาสินค้าสมเหตุสมผลเหมาะกับคุณภาพ และสามารถต่อรองราคาสินค้าได้ ดังนั้น ข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ต้องพยายามรักษาไว้

อย่างไรก็ตาม พบว่ามีปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant B แต่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาสินค้าอยู่ในระดับเดียวกับที่ซื้อจากแหล่งทั่วไป มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน ราคาสินค้าถูกกว่าที่อื่น และสินค้ามีให้เลือกหลายระดับราคา ถึงแม้ว่าปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวจะอยู่ใน Quadrants B แต่มีโอกาสที่จะตกลงมาอยู่ใน Quadrants A ได้ เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งถ้าหากหน่วยงานที่รับผิดชอบและดูแลข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ไม่ให้ความสนใจ และเร่งปรับปรุงแก้ไขก็อาจจะทำให้ปัจจัยย่อยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ ซึ่งก็จะนำไปสู่การไม่พึงพอใจในอนาคตขึ้นได้

ปัจจัยด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า

พบว่ามีปัจจัยย่อยเรื่องสินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน เรื่องสินค้ามีเอกลักษณ์แปลกใหม่ และน่าสนใจ เรื่องสินค้ามีหลายรูปแบบและหลายขนาดให้เลือก และเรื่องมีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นหมวดหมู่ ง่าย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของปฐมรัตน์ ชิวปริษา (2549) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมของผู้บริโภคชาวต่างชาติ จากศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อเรื่องสินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน เรื่องสินค้ามีเอกลักษณ์แปลกใหม่ และน่าสนใจ เรื่องสินค้ามีหลายรูปแบบและหลายขนาดให้เลือก และเรื่องมีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นหมวดหมู่ ง่าย อยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของพลศิริ กลายสุข (2549) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อเรื่องสินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน เรื่องสินค้ามีเอกลักษณ์แปลกใหม่ และน่าสนใจ เรื่องสินค้ามีหลายรูปแบบและหลายขนาดให้เลือก และเรื่องมีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นหมวดหมู่ ง่ายอยู่ในระดับมากเช่นกัน

พบว่ามี่ปัจจัยย่อยเรื่องบรรจุภัณฑ์สวยงามและพกพาสะดวก และเรื่องมีการปรับเปลี่ยนสินค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของพลศิริ กลายสุข (2549) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อเรื่องบรรจุภัณฑ์สวยงามและพกพาสะดวก และเรื่องมีการปรับเปลี่ยนสินค้าอยู่ในระดับมากเช่นกัน

แต่พบว่ามี่ปัจจัยย่อยเรื่องบรรจุภัณฑ์สวยงามและพกพาสะดวก ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของปฐมรัตน์ ชีวปรีชา (2549) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมของผู้บริโภคชาวต่างชาติ จากศูนย์หัตถกรรมบ้านถาวร อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อเรื่องบรรจุภัณฑ์สวยงามและพกพาสะดวก อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ อาจเกิดจากลูกค้าไม่ได้เน้นบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามสำหรับสินค้าประเภทหัตถกรรม แต่จะเน้นบรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรงสามารถป้องกันสินค้าเสียหายได้มากกว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านการจัดหมวดหมู่สินค้าในระดับมากลำดับแรกคือ สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า บัจจัยย่อยทุกปัจจัยอยู่ใน Quadrant B หมายถึง บัจจัยย่อยด้านการจัดหมวดหมู่สินค้าทุกปัจจัยของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน สามารถตอบสนองต่อลูกค้าได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก ซึ่งปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดได้แก่ สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน สินค้ามีความใหม่ ไม่โกสั่วนหมดอายุ มีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นหมวดหมู่ ง่าย บรรจุภัณฑ์สวยงาม และพกพาสะดวก สินค้ามีเอกลักษณ์แปลกใหม่ และน่าสนใจ และสินค้ามีหลายรูปแบบและหลายขนาดให้เลือก ดังนั้น ข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนต้องพยายามรักษาไว้

อย่างไรก็ตาม พบว่ามีปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant B แต่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีสินค้าจำหน่ายครบชนิดในที่เดียว มีการปรับเปลี่ยนสินค้า และสามารถซื้อสินค้าในปริมาณมากตามความต้องการ ถึงแม้ว่าปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวจะอยู่ใน Quadrants B แต่มีโอกาสที่จะตกลงมาอยู่ใน Quadrants A ได้ เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งถ้าหากหน่วยงานที่รับผิดชอบและดูแลข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ไม่ให้

ความสนใจ และเร่งปรับปรุงแก้ไขก็อาจจะทำให้ปัจจัยย่อยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ถูกค่าให้ความสำคัญ แต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ ซึ่งก็จะนำไปสู่การไม่พึงพอใจในอนาคตขึ้นได้

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

พบว่าปัจจัยย่อยเรื่องที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผลการศึกษาของปฐมรัตน์ ชิวปรีชา (2549) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมของผู้บริโภคชาวต่างชาติ จากศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายเป็นอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อเรื่องที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการอยู่ในระดับมาก

พบว่าปัจจัยย่อยเรื่องพื้นที่จอดรถสามารถเข้า-ออกได้อย่างสะดวก ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของปฐมรัตน์ ชิวปรีชา (2549) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมของผู้บริโภคชาวต่างชาติ จากศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายเป็นอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อเรื่องพื้นที่จอดรถสามารถเข้า-ออกได้อย่างสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ อาจเกิดจากผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้บริโภคชาวต่างชาติ จึงไม่นิยมเดินทางโดยใช้ยานพาหนะของตนเอง แต่มักจะเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว หรือเดินทางโดยใช้รถประจำทางมากกว่า จึงไม่ค่อยคำนึงถึงเรื่องพื้นที่จอดรถ

และพบว่าปัจจัยย่อยเรื่องพื้นที่จอดรถสามารถเข้า-ออกได้อย่างสะดวก ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพุลศิริ กลายสุข (2549) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อเรื่องพื้นที่จอดรถสามารถเข้า-ออกได้อย่างสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ อาจเกิดจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษา อาจนิยมเดินทางมาโดยรถประจำทางมากกว่า ประกอบกับพื้นที่จอดรถบริเวณถนนคนเดินค่อนข้างเข้า-ออกอย่างลำบาก เพราะถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ที่ได้รับความนิยมทำให้มีผู้เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก

พบว่าปัจจัยย่อยเรื่องเวลาเปิด-ปิดร้านเหมาะสม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของปฐมรัตน์ ชิวปรีชา (2549) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมของผู้บริโภคชาวต่างชาติ จากศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายเป็นอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบ

แบบสอบถามให้ความสำคัญต่อเรื่องเวลาเปิด-ปิดร้านเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ อาจเกิดจากผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้บริโภครชาวต่างชาติ ซึ่งมักจะเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว หรือเดินทางโดยใช้รถประจำทาง จึงไม่ค่อยคำนึงถึงเวลาเปิด-ปิดร้านมากนัก

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อบริการด้านการจัดจำหน่ายในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า ปัจจัยย่อยทุกปัจจัยอยู่ใน Quadrant B หมายถึง ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนสามารถตอบสนองต่อลูกค้าได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก ซึ่งปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ พื้นที่จอดรถสามารถเข้า-ออกได้อย่างสะดวก บริเวณพื้นที่จอดรถมีความปลอดภัย มีพื้นที่จอดรถเพียงพอ และเวลาเปิดร้านเหมาะสม ดังนั้น ข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ต้องพยายามรักษาไว้

อย่างไรก็ตาม พบว่ามีปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant B แต่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ เวลาเปิดร้านเหมาะสม และเปิด-ปิดร้านตรงตามเวลา ถึงแม้ว่าปัจจัยย่อยดังกล่าวจะอยู่ใน Quadrants B แต่มีโอกาสที่จะตกลงมาอยู่ใน Quadrants A ได้ เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งถ้าหากหน่วยงานที่รับผิดชอบและดูแลข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ไม่ให้ความสนใจ และเร่งปรับปรุงแก้ไขก็อาจจะทำให้ปัจจัยย่อยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ ซึ่งก็จะนำไปสู่การไม่พึงพอใจในอนาคตขึ้นได้

ปัจจัยด้านการบริการและบรรยากาศในร้าน

พบว่ามีปัจจัยย่อยเรื่องมีการตกแต่งในร้านที่สวยงาม เรื่องร้านค้ามีความสะอาด เรื่องพนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และเรื่องภาพลักษณ์ของร้านดี ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่ออยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของปฐมรัตน์ วิชา (2549) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมของผู้บริโภครชาวต่างชาติ จากศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อเรื่องมีการตกแต่งในร้านที่สวยงาม เรื่องร้านค้ามีความสะอาด เรื่องพนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และเรื่องภาพลักษณ์ของร้านดีอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน

และพบว่ามีปัจจัยย่อยเรื่องมีการตกแต่งในร้านที่สวยงาม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของพลศิริ กลายสุข (2549) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอ

เมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อเรื่องมีการตกแต่งในร้านที่สวยงามอยู่ในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการบริการและบรรยากาศในร้านในระดับมากลำดับแรกคือ ภาพลักษณ์ของร้านดี ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า บัณฑิตย่อยทุกบัณฑิตอยู่ใน Quadrant B หมายถึง บัณฑิตย่อยด้านการบริการและบรรยากาศในร้านทุกบัณฑิตของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนสามารถตอบสนองต่อลูกค้าได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก และจากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า บัณฑิตย่อยทั้งหมดในด้านการบริการและบรรยากาศในร้านมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ดังนั้น ข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ต้องพยายามรักษาไว้

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ทำให้เห็นประเด็นสำคัญจึงเสนอเป็นข้อค้นพบได้ดังต่อไปนี้

1. บัณฑิตย่อยที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วนเรียงตามลำดับ จากการวิเคราะห์โดยใช้เทคนิค IPA (Important-Performance Analysis: IPA) ที่อยู่ใน Quadrant A คือ

- 1.1 มีการโฆษณาสินค้าผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต
- 1.2 มีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อสิ่งพิมพ์
- 1.3 มีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ
- 1.4 มีป้ายโฆษณาตามแหล่งต่างๆ ที่เห็นได้ชัดเจน
- 1.5 มีการจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้าวมุงทำสิงห์
- 1.6 มีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสาร
- 1.7 มีการชิงรางวัลในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ
- 1.8 มีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต
- 1.9 มีการแจกของแถม

2. กลุ่มลูกค้าที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตย่อยเรื่องมีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เรื่องมีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ เรื่องมีป้ายโฆษณาตามแหล่งต่างๆ ที่เห็นได้ชัดเจน เรื่องมีการแจกของแถม เรื่องมีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสาร และเรื่องมีการจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้าวมุงทำสิงห์ อยู่ในระดับน้อย ในขณะที่กลุ่มลูกค้าที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดลำพูนที่มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตย่อยดังกล่าวอยู่ในระดับปานกลาง

3. กลุ่มลูกค้าที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดให้ความสำคัญต่อบัจจีย่อยเรื่องมีการชิงรางวัลในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ อยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่กลุ่มลูกค้าที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดลำพูนให้ความสำคัญต่อบัจจีย่อยดังกล่าวอยู่ในระดับมาก

4. กลุ่มลูกค้าที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดมีความพึงพอใจต่อบัจจีย่อยเรื่องสินค้ามีให้เลือกหลายระดับราคา เรื่องสามารถต่อรองราคาสินค้าได้ และเรื่องมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจนอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่กลุ่มลูกค้าที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดลำพูนมีความพึงพอใจต่อบัจจีย่อยดังกล่าวอยู่ในระดับมาก

5. กลุ่มลูกค้าที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดมีความพึงพอใจต่อบัจจีย่อยเรื่องสามารถซื้อสินค้าในปริมาณมากตามความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่กลุ่มลูกค้าที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดลำพูนมีความพึงพอใจต่อบัจจีย่อยดังกล่าวอยู่ในระดับมาก

6. กลุ่มลูกค้าที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดมีความพึงพอใจต่อบัจจีย่อยเรื่องเวลาปิดร้านเหมาะสม และเรื่องเปิด-ปิดร้านตรงตามเวลา อยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่กลุ่มลูกค้าที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดลำพูนมีความพึงพอใจต่อบัจจีย่อยดังกล่าวอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกของชาวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ผู้ศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการให้ระดับความสำคัญในแต่ละบัจจีย่อยที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเน้นการปรับปรุงและพัฒนาบัจจีย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก และพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำในแต่ละบัจจีย่อยทางการตลาด รวมทั้งบัจจีย่อยที่ได้จากข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ด้านการส่งเสริมการตลาด

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของชาวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนควรจัดให้มีกิจกรรมทางการตลาด และมีแผนการส่งเสริมการตลาดที่ชัดเจน เช่น มีการแจ้งกิจกรรมการตลาดให้ร้านค้าทราบอย่างทั่วถึง รวมทั้งมีการจัดการส่งเสริมการตลาดด้านอื่นๆ เช่น มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะทางอินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้รู้จักชาวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนมากขึ้น รวมถึงเพิ่มการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แจกแผ่นพับ ใบปลิว โบรชัวร์ เป็นต้น ตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ของจังหวัดลำพูน หรือตามสถานที่สำคัญต่างๆ เพื่อเป็นการแนะนำและจูงใจให้ลูกค้าเดินทางมายังชาวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน เพิ่มการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ ให้มากขึ้น โดยอาจใช้ช่องรายการโทรทัศน์ที่เป็นรายการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว หรือช่องสารคดีที่เกี่ยวกับการเผยแพร่ทางวัฒนธรรม สำหรับการโฆษณาผ่านทางวิทยุ

อาจเลือกคลื่นวิทยุชุมชนของท้องถิ่นในการโฆษณาสินค้าและประชาสัมพันธ์ข้ามวงทำสังห์ ควรมีการจัดกิจกรรมพิเศษ (Event) ที่ดึงดูดใจโดยเฉพาะในช่วงเทศกาลต่างๆ เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าและยอดขายให้กับร้านค้าที่เช่าพื้นที่อย่างสม่ำเสมอด้วย เช่น การจัดแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นเมืองของจังหวัดลำพูนบริเวณข้ามวงทำสังห์ อาทิ การแสดงดนตรีพื้นเมือง การฟ้อนรำ การสาธิตการทำอาหาร การจัดแฟชั่นโชว์การแต่งกายด้วยผ้าฝ้ายหรือผ้าไหมยกดอกของจังหวัดลำพูน การประกวดและการจัดแสดงการทำอาหารพื้นเมืองของจังหวัดลำพูน เป็นต้น มีการเพิ่มป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่างๆ ของจังหวัดลำพูนที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ชัดเจน เช่น บริเวณวัดพระธาตุหรือภูเขายวมหาวิหาร ซึ่งตั้งอยู่ฝั่งตรงข้ามของข้ามวงทำสังห์ ตามสี่แยกไฟแดง หรือตามชุมชนต่างๆ เป็นต้น

ร้านค้าในข้ามวงทำสังห์ อำเภอเมืองลำพูนควรมีการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการขายให้มากขึ้น เช่น ในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ ควรจัดให้มีการชิงรางวัล มีการแจกของแถม หรือแจกของที่ระลึกที่เป็นเอกลักษณ์ที่สามารถสร้างการจดจำ ซึ่งสามารถสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าที่เดินทางมายังข้ามวงทำสังห์ อำเภอเมืองลำพูน ได้มากขึ้น อีกทั้งควรมีการลดราคาสินค้า และมีสินค้าให้ทดลอง ทดสอบก่อนการซื้อ เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น

เนื่องจากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่ำสุด คือ เรื่องมีการโฆษณาสินค้าผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต และเรื่องมีการชิงรางวัลในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ และผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนะเพิ่มเติมให้เพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น อีกทั้งปัจจัยย่อยส่วนใหญ่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก แต่มีความพึงพอใจน้อย เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า ปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant A หรือปัจจัยย่อยที่ควรพิจารณาเร่งด่วน ได้แก่ เรื่องมีการโฆษณาสินค้าผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต เรื่องมีการชิงรางวัลในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ เรื่องมีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เรื่องมีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ เรื่องมีการจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้ามวงทำสังห์ เรื่องมีป้ายโฆษณาตามแหล่งต่างๆ ที่เห็นได้ชัดเจน เรื่องมีการแจกของแถม และมีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสาร ตามลำดับ และมีปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant B แต่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการลดราคาสินค้า และมีสินค้าให้ทดลอง ทดสอบก่อนการซื้อ ซึ่งถึงแม้ว่าปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวจะอยู่ใน Quadrants B แต่มีโอกาสที่จะตกลงมาอยู่ใน Quadrants A ได้ ถ้าหากหน่วยงานที่รับผิดชอบและดูแล ไม่ให้ความสนใจ และเร่งปรับปรุงแก้ไขก็อาจจะทำให้ปัจจัยย่อยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอซึ่งก็จะนำไปสู่การไม่พึงพอใจในอนาคตขึ้นได้

ด้านราคา

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนควรให้ความสนใจกับเรื่องมีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต โดยอาจติดต่อกับสถาบันการเงินในการติดตั้งระบบบริการชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตให้ร้านค้าต่างๆ ในข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในการชำระเงินแก่ลูกค้า

ร้านค้าในข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนควรตั้งราคาสินค้าให้มีมาตรฐานอยู่ในระดับเดียวกับที่ซื้อจากแหล่งทั่วไป ควรมีป้ายแสดงราคาสินค้าที่ชัดเจน หรืออาจมีการตั้งราคาสินค้าถูกกว่าที่อื่น และควรมีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคา

เนื่องจากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่ำสุด คือ เรื่องมีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ซึ่งปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความสำคัญในระดับปานกลาง แต่มีความพึงพอใจระดับน้อย และเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้ว พบว่า ปัจจัยย่อยเรื่องมีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต อยู่ใน Quadrant A หรือเป็นปัจจัยย่อยที่ควรพิจารณาเร่งด่วน และมีปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant B แต่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาสินค้าอยู่ในระดับเดียวกับที่ซื้อจากแหล่งทั่วไป มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน ราคาสินค้าถูกกว่าที่อื่น และสินค้ามีให้เลือกหลายระดับราคา ถึงแม้ว่าปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวจะอยู่ใน Quadrants B แต่มีโอกาสที่จะตกลงมาอยู่ใน Quadrants A ได้ ถ้าหากหน่วยงานที่รับผิดชอบและดูแล ไม่ให้ความสนใจ และเร่งปรับปรุงแก้ไขก็อาจจะทำให้ปัจจัยย่อยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ถูกค่าให้ความสำคัญแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอซึ่งก็จะนำไปสู่การไม่พึงพอใจในอนาคตขึ้นได้

ด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนควรสอบถามถึงรายการสินค้าที่ถูกค่าต้องการเพิ่มเติม เพื่อระบุประเภทของสินค้าและจัดสรรรายการสินค้าให้ร้านค้าต่างๆ นำสินค้ามาจำหน่ายให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด รวมทั้งขอความร่วมมือจากร้านค้าให้นำสินค้าที่มีความหลากหลายชนิดมาจำหน่ายให้ครอบคลุมทุกรายการตามความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ควรขยายพื้นที่ในการจำหน่ายสินค้า และเพิ่มจำนวนร้านค้าให้มากขึ้น

ร้านค้าในข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนควรมีการปรับเปลี่ยนสินค้าจากลูกค้า และควรนำสินค้ามาจำหน่ายในปริมาณมากพอที่ลูกค้าสามารถซื้อตามความต้องการได้

เนื่องจากการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่ำสุด คือ เรื่องมีสินค้าจำหน่ายครบชนิดในทีเดียว และปัจจัยดังกล่าวผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง นอกจากนี้ จากการศึกษาข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนำข้อเสนอแนะมาเรียงค่าร้อยละสูงสุด 5 อันดับแรก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนะให้ควรมี

สินค้าหลากหลายชนิด และหลายรูปแบบกว่านี้ ซึ่งเป็นข้อเสนอแนะที่พบมากที่สุดและมีค่าร้อยละสูงสุด ส่วนข้อเสนอแนะอื่นๆ คือ ควรขยายพื้นที่ในการจำหน่ายสินค้า และเพิ่มจำนวนร้านค้าให้มากขึ้น และพบว่ามิจัจย้อยที่อยู่ใน Quadrant B แต่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ มีสินค้าจำหน่ายครบชนิดในทีเดียว มีการปรับเปลี่ยนสินค้า และสามารถซื้อสินค้าในปริมาณมากตามความต้องการ ถึงแม้ว่ามิจัจย้อยด้านดังกล่าวจะอยู่ใน Quadrants B แต่มีโอกาสที่จะตกลงมาอยู่ใน Quadrants A ได้ ถ้าหากหน่วยงานที่รับผิดชอบและดูแล ไม่ให้ความสนใจ และเร่งปรับปรุงแก้ไขก็อาจจะทำให้มิจัจย้อยดังกล่าวเป็นมิจัจย้อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอซึ่งก็จะนำไปสู่การไม่พึงพอใจในอนาคตขึ้นได้

ด้านการจัดจำหน่าย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนควรมีการแจ้งให้ร้านค้าต่างๆ ในข้าวมุงทำสิงห์เปิด-ปิดร้านให้พร้อมกันทุกร้าน และให้ตรงตามเวลาที่กำหนด ทั้งนี้เพื่อความ เป็นระเบียบเรียบร้อย อีกทั้งยังสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้ามากขึ้น นอกจากนี้ควรมีการสำรวจเวลาที่เหมาะสมในการปิดร้านที่ลูกค้าต้องการเพิ่มเติม รวมถึงมีการจัดการด้านเพิ่มพื้นที่จอดรถให้เพียงพอสำหรับลูกค้า

เนื่องจากการศึกษา พบว่า มิจัจย้อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่ำสุดคือ เรื่องเวลาปิดร้านเหมาะสม และเรื่องเปิด-ปิดร้านตรงตามเวลา และจากการศึกษาข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนะให้เพิ่มพื้นที่จอดรถให้เพียงพอ และพบว่ามิจัจย้อยที่อยู่ใน Quadrant B แต่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ เวลาปิดร้านเหมาะสม และเปิด-ปิดร้านตรงตามเวลา ถึงแม้ว่ามิจัจย้อยด้านดังกล่าวจะอยู่ใน Quadrants B แต่มีโอกาสที่จะตกลงมาอยู่ใน Quadrants A ได้ ซึ่งถ้าหากหน่วยงานที่รับผิดชอบและดูแล ไม่ให้ความสนใจ และเร่งปรับปรุงแก้ไขก็อาจจะทำให้มิจัจย้อยดังกล่าวเป็นมิจัจย้อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอซึ่งก็จะนำไปสู่การไม่พึงพอใจในอนาคตขึ้นได้

ด้านการบริการและบรรยากาศในร้าน

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนควรดำเนินการปรับปรุงในเรื่องของช่องทางเดินให้มีความกว้างขวางมากขึ้น และซ่อมแซมปรับปรุงพื้นทางเดิน ซึ่งเป็นพื้นไม้ให้มีสภาพดีขึ้น เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเดินซื้อสินค้า และเพื่อเพิ่มความปลอดภัยให้แก่ลูกค้ามากขึ้น นอกจากนี้ควรพิจารณาในการสร้างห้องน้ำเพื่ออำนวยความสะดวก และเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มีความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

เนื่องจากการศึกษา พบว่า มิจัจย้อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่ำสุดในด้านการบริการและบรรยากาศในร้าน คือ เรื่องมีช่องทางเดินกว้างขวางไม่แออัด และจาก

การศึกษาข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนะให้ปรับปรุงเส้นทางเดินให้ดีขึ้น และควรมีห้องน้ำอยู่ใกล้บริเวณข้ามง

นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ดังต่อไปนี้
ลูกค้ากลุ่มที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด

หากต้องการมุงตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด ผู้ศึกษาให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ดังต่อไปนี้

ด้านการส่งเสริมการตลาด

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของข้ามงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนควรให้ความสนใจกับเรื่องการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดให้มากขึ้น เพื่อให้สามารถสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับข้ามงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มนี้ได้มากขึ้น อาทิ ใช้การโฆษณาสินค้า และประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับข้ามงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนผ่านสื่อต่างๆ เช่น ใช้การโฆษณาผ่านโทรทัศน์ วิทยุ แจกแผ่นพับ หรือโบรชัวร์ตามแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่สำคัญในต่างจังหวัด ลงโฆษณาในนิตยสารการท่องเที่ยวและหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ติดตั้งป้ายโฆษณาตามแหล่งชุมชนต่างๆ ที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน เป็นต้น และควรจัดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดอื่นๆ ให้มีมากขึ้นอย่างสม่ำเสมอ มีการจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ เช่น การจัดแสดงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดลำพูนในด้านต่างๆ การสาธิตการทอผ้าฝ้ายและผ้าไหมยกดอกของจังหวัดลำพูน การจัดประกวดการแต่งกายชุดพื้นเมือง การสาธิตทำอาหารพื้นเมือง การแสดงดนตรีพื้นเมือง การแสดงศิลปะการฟ้อนรำพื้นเมืองที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดลำพูน เป็นต้น โดยทำการสอดแทรกผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เป็นสินค้า OTOP ของจังหวัดลำพูนเข้าไปในการแสดงด้วย พร้อมกับให้ความรู้และข้อมูลข่าวสารเพื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้ามงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน

ร้านค้าในข้ามงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนควรใช้การส่งเสริมการขาย โดยแจกของแถมเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าได้เร็วยิ่งขึ้น

เนื่องจากกลุ่มลูกค้าที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเรื่องมีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เรื่องมีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ เรื่องมีป้ายโฆษณาตามแหล่งต่างๆ ที่เห็นได้ชัดเจน เรื่องมีการแจกของแถม เรื่องมีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสาร และเรื่องมีการจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้ามงทำสิงห์ อยู่ในระดับน้อย อีกทั้งกลุ่มลูกค้าที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดยังมีความต้องการข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่างๆ เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้อาจจะยังไม่รู้จักข้ามงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน

ด้านราคา

ร้านค้าต่างๆ ในชั่วโมงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนควรให้ความสำคัญกับเรื่องของสินค้ามีให้เลือกหลายระดับราคา เรื่องสามารถต่อรองราคาสินค้าได้ และมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน เพราะลูกค้าที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดจะไม่ทราบราคาของสินค้าที่แน่นอน อาจทำให้เกิดความกังวลในเรื่องของราคาที่แพงเกินความจริง ดังนั้นร้านค้าควรบอกกับลูกค้าว่า สินค้าแต่ละชนิดที่มีราคาแตกต่างกันนั้น มีคุณภาพแตกต่างกันอย่างไร เพื่อให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

เนื่องจากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตย่อยเรื่องสินค้ามีให้เลือกหลายระดับราคา เรื่องสามารถต่อรองราคาสินค้าได้ และเรื่องมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า

ร้านค้าต่างๆ ในชั่วโมงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนควรมีการประมาณการถึงจำนวนของลูกค้าที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในช่วงของวันหยุด หรือเทศกาลต่างๆ ควรเตรียมสินค้าที่จะจำหน่ายให้มีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า เนื่องจากลูกค้าดังกล่าวจะนิยมซื้อสินค้าไปเป็นของฝาก จึงมักจะซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก หากร้านค้าไม่มีการเตรียมสินค้าไว้ อาจทำให้เสียโอกาสในการขายสินค้าได้ และทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจได้

เนื่องจากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตย่อยเรื่องสามารถซื้อสินค้าในปริมาณมากตามความต้องการ อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการจัดจำหน่าย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของชั่วโมงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนควรมีการแจ้งหรือขอความร่วมมือให้ร้านค้าต่างๆ ในชั่วโมงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนเปิด-ปิดร้านให้ตรงตามเวลา ส่วนเรื่องเวลาปิดนั้น เนื่องจากลูกค้าต่างจังหวัดอาจจะไม่ค่อยสะดวกในเรื่องของเวลา และระยะทาง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของชั่วโมงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน และร้านค้าต่างๆ ควรปรึกษากันเพื่อหาเวลาที่เหมาะสมในการปิดร้าน โดยอาจจะขยายเวลาในการปิดร้านให้มากขึ้นเพื่อเพิ่มเวลาในการจำหน่ายสินค้า ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดมากขึ้น และยังเพิ่มโอกาสให้ร้านค้าจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้นอีกด้วย

เนื่องจากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตย่อยเรื่องเวลาปิดร้านเหมาะสม และเรื่องเปิด-ปิดร้านตรงตามเวลา อยู่ในระดับปานกลาง

ลูก้ากลุ่มที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดลำพูน

หากต้องการมุ่งตลาดไปยังกลุ่มลูก้าที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดลำพูน ผู้ศึกษาให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ดังต่อไปนี้

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ร้านค้าต่างๆ ของขัวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนควรจัดให้มีการชิงรางวัลในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ เช่น ชิงรางวัลสินค้า OTOP ของจังหวัดลำพูน ชิงรางวัลคุ้มครองส่วนลดพิเศษจากร้านค้า เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้ดึงดูดใจกลุ่มลูก้าที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดลำพูนให้กลับมาซื้อสินค้าใหม่ โดยเฉพาะในช่วงวันหยุดเทศกาลสำคัญต่างๆ ได้

เนื่องจากกลุ่มลูก้าที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดลำพูนให้ความสำคัญต่อบรรยากาศเรื่องมีการชิงรางวัลในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ อยู่ในระดับมาก