

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ รวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 400 ราย จากผลการศึกษา สามารถสรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ รวมถึงข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 – 40 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี รูปแบบของธุรกิจบริษัทจำกัด ธุรกิจภาคการบริการ ระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ 6 – 10 ปี ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 300,001 – 400,000 บาท เคยใช้บริการธุรกิจโฆษณาสื่อโฆษณาที่เห็นว่าที่เหมาะสมกับประเภทธุรกิจของตน คือ สื่อใบปลิว / โบชัวร์ ความถี่ในการใช้สื่อโฆษณาโดยเฉลี่ย มากกว่า 10 ครั้งต่อปี งบประมาณต่อปีที่ใช้ในการจัดทำสื่อโฆษณา คือ 40,001 – 60,000 บาท บุคคลที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา คือ ตัวเอง สาเหตุในการเลือกใช้สื่อโฆษณาในธุรกิจ คือ มีความใกล้ชิดสนิทสนมกับธุรกิจโฆษณา ทราบข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจโฆษณาจากการมีบุคคลแนะนำ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ตามลำดับ ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีความสำคัญต่อปัจจัยโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับที่มีความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ธุรกิจโฆษณาสามารถผลิตสื่อได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุและดิจิตอลในช่วงเวลาและความถี่ที่เหมาะสม เป็นต้น รองลงมาคือ ธุรกิจโฆษณาสามารถออกแบบเนื้อหาและรูปแบบของโฆษณา ได้ตรงกับสิ่งที่ธุรกิจต้องการจะสื่อสาร และ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธุรกิจโฆษณา ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีความสำคัญต่อปัจจัยโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับที่มีความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาในการผลิตสื่อโฆษณาที่ถูกกว่าธุรกิจโฆษณาอื่นๆ รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของงานโฆษณาและ สามารถในการต่อรองราคาได้ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีความสำคัญต่อปัจจัยโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับที่มีความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือความสะดวกในการติดต่อธุรกิจผ่านทางโทรศัพท์ หรือ โทรสาร รองลงมาคือ ที่ตั้งของธุรกิจมองเห็นได้ชัดเจนจากด้านนอก และ ที่ตั้งของธุรกิจที่สามารถเดินทางไปติดต่อได้โดยสะดวก ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีความสำคัญต่อปัจจัยโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับที่มีความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือการให้บริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรีเมื่อมีการผลิตสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เป็นต้นรองลงมาคือ การให้ส่วนลดในการใช้บริการ เช่น การให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ ลูกค้าที่สั่งผลิตชิ้นงานโฆษณาเป็นจำนวนมาก เป็นต้นและ การให้สมนาคุณพิเศษ เช่น การแถมพื้นที่โฆษณาตามป้ายหรือหน้าสื่อสิ่งพิมพ์ฟรี หรือการแถมระยะเวลาและความถี่ในการออกอากาศ เป็นต้น ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีความสำคัญต่อปัจจัยโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับที่มีความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรกคือพนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี รองลงมาคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะให้บริการทันที และ พนักงานมีความรอบรู้เกี่ยวกับสื่อโฆษณา สามารถแนะนำข้อมูลแก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน และเข้าใจง่าย ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีความสำคัญต่อปัจจัยโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับที่มีความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือการผลิตสื่อโฆษณาที่มีความรวดเร็ว ส่งมอบได้ตรงเวลา รองลงมาคือ เงื่อนไขระเบียบ และขั้นตอนในการให้บริการของธุรกิจมีความยืดหยุ่น และ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความถูกต้อง แม่นยำของรูปแบบและเนื้อหาตามที่ได้มีการตกลงกันไว้กับลูกค้า ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีความสำคัญต่อปัจจัยโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.02) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับที่มีความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือการมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เช่น ในกรณีของสื่อออนไลน์ที่มีฐานข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตรองลงมาคือ การมีเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย เช่น อุปกรณ์ในการผลิตสื่อและกระจายเสียงที่ครบครันตามแบบสากล เป็นต้นและ ป้ายชื่อธุรกิจที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมพบในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ธุรกิจโฆษณาไม่สามารถผลิตสื่อได้อย่างครอบคลุมและไม่มีประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุและดิจิตอลในช่วงเวลาและความถี่ที่ไม่เหมาะสม เป็นต้น รองลงมาคือ ธุรกิจโฆษณาไม่สามารถออกแบบเนื้อหาและรูปแบบของโฆษณาได้ตรงกับสิ่งที่ธุรกิจต้องการจะสื่อสาร และ ธุรกิจโฆษณาไม่มีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ตามลำดับ

ด้านราคา ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาในการผลิตสื่อโฆษณาที่แพงกว่าธุรกิจโฆษณาอื่นๆ รองลงมาคือ ราคากับคุณภาพของงานโฆษณาไม่เหมาะสม และ ไม่สามารถต่อรองราคาได้ ตามลำดับ

ด้านสถานที่ ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ การติดต่อธุรกิจผ่านทางโทรศัพท์ หรือโทรสาร ไม่ได้รับความสะดวก รองลงมาคือ ที่ตั้งของธุรกิจที่ไม่สะดวกในการเดินทางไปติดต่อ และ ที่ตั้งของธุรกิจไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ไม่มีบริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรีเมื่อมีการผลิตสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เป็นต้น รองลงมาคือ ไม่มีการจัดรายการโปรโมชั่นพิเศษในช่วงเทศกาล และ ไม่มีของสมนาคุณพิเศษ เช่น การแถมพื้นที่โฆษณาตามป้ายหรือหน้าสื่อสิ่งพิมพ์ฟรี หรือการแถมระยะเวลา และ ความถี่ในการออกอากาศ เป็นต้น ตามลำดับ

ด้านบุคลากร ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานไม่มีความรอบรู้เกี่ยวกับงานโฆษณา ไม่สามารถแนะนำข้อมูลแก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน และ เข้าใจง่าย รองลงมาคือ พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และ จำนวนพนักงานมีไม่เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า ตามลำดับ

ด้านกระบวนการให้บริการ ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความล่าช้า ไม่ตรงต่อเวลา รองลงมาคือ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความผิดพลาดหรือไม่ตรงกับรูปแบบและเนื้อหาตามที่ได้มีการตกลงกันไว้กับลูกค้า และ เงื่อนไข ระเบียบ และ ขั้นตอนในการใช้บริการของธุรกิจมีความยุ่งยาก ตามลำดับ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ขาดระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เช่น ในกรณีของสื่อออนไลน์ที่มีฐานข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ ไม่มีเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย เช่น อุปกรณ์ในการผลิตสื่อและกระจายเสียงที่ครบครันตามแบบสากล เป็นต้น และ ป้ายชื่อธุรกิจที่ไม่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ ประเภทของธุรกิจ ระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ และยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน

4.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชาย ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ธุรกิจโฆษณาสามารถผลิตสื่อได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุและดิจิทัลในช่วงเวลาและเวลาที่เหมาะสม เป็นต้น รองลงมาคือ ธุรกิจโฆษณาสามารถออกแบบเนื้อหาและรูปแบบของโฆษณาได้ตรงกับสิ่งที่ธุรกิจ

ต้องการจะสื่อสาร และ ธุรกิจโฆษณาสามารถวัดผล และสำรวจผลตอบรับ (Feedback) อย่างเป็นระบบให้กับผู้ลงโฆษณาได้ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ หญิง ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ธุรกิจโฆษณาสามารถผลิตสื่อได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุ และดิจิทัลในช่วงเวลาและเวลาที่ที่เหมาะสม เป็นต้น รองลงมาคือ ธุรกิจโฆษณาสามารถออกแบบเนื้อหาและรูปแบบของโฆษณาได้ตรงกับสิ่งที่ธุรกิจต้องการจะสื่อสาร และ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธุรกิจโฆษณา ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชายให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาในการผลิตสื่อโฆษณาที่ถูกกว่าธุรกิจโฆษณาอื่นๆ รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของงานโฆษณา และ สามารถในการต่อรองราคาได้ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ หญิงให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาในการผลิตสื่อโฆษณาที่ถูกกว่าธุรกิจโฆษณาอื่นๆ รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของงานโฆษณา และ สามารถในการต่อรองราคาได้ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชายให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อธุรกิจผ่านทางโทรศัพท์ หรือโทรสาร รองลงมาคือ ที่ตั้งของธุรกิจมองเห็นได้ชัดเจนจากด้านนอก และ ที่ตั้งของธุรกิจที่สามารถเดินทางไปติดต่อได้โดยสะดวก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ หญิงให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อธุรกิจผ่านทางโทรศัพท์ หรือโทรสาร รองลงมาคือ ที่ตั้งของธุรกิจมองเห็นได้ชัดเจนจากด้านนอก และ ที่ตั้งของธุรกิจที่สามารถเดินทางไปติดต่อได้โดยสะดวก ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชายให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การให้บริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรีเมื่อมีการผลิตสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เป็นต้น รองลงมาคือ การให้ส่วนลดในการใช้บริการ เช่น การให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ ลูกค้าที่สั่งผลิตชิ้นงาน โฆษณาเป็นจำนวนมาก เป็นต้น และ การจัดรายการโปรโมชั่นพิเศษในช่วงเทศกาล ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ หญิงให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การให้บริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรีเมื่อมีการผลิตสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เป็นต้น รองลงมาคือ การให้ส่วนลดในการใช้บริการ เช่น การให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ ลูกค้าที่สั่งผลิตชิ้นงาน โฆษณาเป็นจำนวนมาก เป็นต้น และ การให้สมนาคุณพิเศษ เช่น การแถมพื้นที่โฆษณาตามป้ายหรือหน้าสื่อสิ่งพิมพ์ฟรี หรือการแถมระยะเวลา และความถี่ในการออกอากาศ เป็นต้น ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชายให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี รองลงมาคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะให้บริการทันที และ พนักงานมีความรอบรู้เกี่ยวกับสื่อโฆษณา สามารถแนะนำข้อมูลแก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน และเข้าใจง่าย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ หญิงให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี รองลงมาคือ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี และ พนักงานมีความรอบรู้เกี่ยวกับสื่อโฆษณา สามารถแนะนำข้อมูลแก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน และเข้าใจง่าย ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชายให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความรวดเร็ว ส่งมอบได้ตรงเวลา รองลงมาคือ เงื่อนไข ระเบียบ และขั้นตอนในการใช้บริการของธุรกิจมีความ

ยืดหยุ่น และ การปรับแต่งลักษณะและคุณภาพของสื่อโฆษณาอีกครั้งก่อน นำออกสู่สาธารณชนตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ หญิง ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความรวดเร็ว ส่งมอบได้ตรงเวลา รองลงมาคือ เงื่อนไขระเบียบ และขั้นตอนในการใช้บริการของธุรกิจมีความยืดหยุ่น และ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความถูกต้อง แม่นยำของรูปแบบและเนื้อหาตามที่ได้มีการตกลงกันไว้กับลูกค้า ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชาย ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.05) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เช่นในกรณีของสื่อออนไลน์ที่มีฐานข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ ป้ายชื่อธุรกิจที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน และ การมีเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย เช่น อุปกรณ์ในการผลิตสื่อและกระจายเสียงที่ครบครันตามแบบสากล เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ หญิง ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.00) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เช่นในกรณีของสื่อออนไลน์ที่มีฐานข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ การมีเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย เช่น อุปกรณ์ในการผลิตสื่อและกระจายเสียงที่ครบครันตามแบบสากล เป็นต้น และ ป้ายชื่อธุรกิจที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน ตามลำดับ

4.2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ประเภทของธุรกิจภาคการพาณิชย์/ค้าขายสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัย

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ประเภทของธุรกิจภาคการผลิต/อุตสาหกรรมสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ประเภทของธุรกิจภาคการบริการสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจภาคการพาณิชย์/ค้าขาย ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ธุรกิจโฆษณาสามารถผลิตสื่อได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุและดิจิตอลในช่วงเวลาและเวลาที่ที่เหมาะสม เป็นต้น รองลงมาคือ ธุรกิจโฆษณาสามารถออกแบบเนื้อหาและรูปแบบของโฆษณาได้ตรงกับสิ่งที่ธุรกิจต้องการจะสื่อสาร และ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธุรกิจโฆษณา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจภาคการผลิต/อุตสาหกรรม ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยปัจจัยย่อยที่มี

ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ธุรกิจโฆษณาสามารถผลิตสื่อได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุและดิจิทัลในช่วงเวลาและความถี่ที่เหมาะสม เป็นต้น รองลงมาคือ ธุรกิจโฆษณาสามารถออกแบบเนื้อหาและรูปแบบของโฆษณาได้ตรงกับสิ่งที่ธุรกิจต้องการจะสื่อสาร และ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธุรกิจโฆษณา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจภาคการบริการให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ธุรกิจโฆษณาสามารถผลิตสื่อได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุและดิจิทัลในช่วงเวลาและความถี่ที่เหมาะสม เป็นต้น รองลงมาคือ ธุรกิจโฆษณาสามารถออกแบบเนื้อหาและรูปแบบของโฆษณาได้ตรงกับสิ่งที่ธุรกิจต้องการจะสื่อสาร และ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธุรกิจโฆษณา ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจภาคการพาณิชย์/ค้าขายให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาในการผลิตสื่อโฆษณาที่ถูกกว่าธุรกิจโฆษณาอื่นๆ รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของงานโฆษณา และสามารถต่อรองราคาได้ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจภาคการผลิต/อุตสาหกรรมให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาในการผลิตสื่อโฆษณาที่ถูกกว่าธุรกิจโฆษณาอื่นๆ รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของงานโฆษณา และสามารถต่อรองราคาได้ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจภาคการบริการให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาในการผลิตสื่อโฆษณาที่ถูกกว่าธุรกิจโฆษณาอื่นๆ รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของงานโฆษณา และสามารถต่อรองราคาได้ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจภาคการพาณิชย์/ค้าขายให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อธุรกิจผ่านทางโทรศัพท์ หรือ โทรสาร รองลงมาคือ ที่ตั้งของธุรกิจมองเห็นได้ชัดเจนจากด้านนอก และ ที่ตั้งของธุรกิจที่สามารถเดินทางไปติดต่อได้โดยสะดวก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจภาคการผลิต/อุตสาหกรรมให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อธุรกิจผ่านทางโทรศัพท์ หรือ โทรสาร รองลงมาคือ ที่ตั้งของธุรกิจมองเห็นได้ชัดเจนจากด้านนอก และ ที่ตั้งของธุรกิจที่สามารถเดินทางไปติดต่อได้โดยสะดวก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจภาคการบริการให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อธุรกิจผ่านทางโทรศัพท์ หรือ โทรสาร รองลงมาคือ ที่ตั้งของธุรกิจมองเห็นได้ชัดเจนจากด้านนอก และ ที่ตั้งของธุรกิจที่สามารถเดินทางไปติดต่อได้โดยสะดวก ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจภาคการพาณิชย์/ค้าขายให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การให้บริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรีเมื่อมีการผลิตสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เป็นต้น รองลงมาคือ การให้ส่วนลดในการใช้บริการ เช่น การให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ ลูกค้าที่สั่งผลิตชิ้นงาน โฆษณาเป็นจำนวนมาก เป็นต้น และ การให้สมนาคุณพิเศษ เช่น การแถมพื้นที่ โฆษณาตามป้ายหรือหน้าสื่อสิ่งพิมพ์ฟรี หรือการแถมระยะเวลาและความถี่ในการออกอากาศ เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจภาคการผลิต/อุตสาหกรรมให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การให้บริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรีเมื่อมีการผลิตสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เป็นต้น รองลงมาคือ การให้ส่วนลดในการใช้บริการ เช่น การให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ ลูกค้าที่สั่งผลิตชิ้นงาน โฆษณาเป็นจำนวนมาก เป็นต้น และ การจัดรายการโปรโมชั่นพิเศษในช่วงเทศกาล ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจภาคการบริการให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การให้บริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรีเมื่อมีการผลิตสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เป็นต้น รองลงมาคือ การให้ส่วนลดในการใช้บริการ เช่น การให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ ลูกค้าที่สั่งผลิตชิ้นงาน โฆษณาเป็นจำนวนมาก เป็นต้น และ

การให้สมนาคุณพิเศษ เช่น การแถมพื้นที่โฆษณาตามป้ายหรือหน้าสื่อสิ่งพิมพ์ฟรี หรือการแถมระยะเวลาและความถี่ในการออกอากาศ เป็นต้น ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจภาคการพาณิชย์/ค้าขายให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี รองลงมาคือ พนักงานมีความรอบรู้เกี่ยวกับสื่อโฆษณา สามารถแนะนำข้อมูลแก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน และเข้าใจง่าย และ พนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะให้บริการทันทีตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจภาคการผลิต/อุตสาหกรรมให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะให้บริการทันที รองลงมาคือ พนักงานมีความรอบรู้เกี่ยวกับสื่อโฆษณา สามารถแนะนำข้อมูลแก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน และเข้าใจง่าย และ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจภาคการบริการให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี รองลงมาคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะให้บริการทันที และ พนักงานมีความรอบรู้เกี่ยวกับสื่อโฆษณา สามารถแนะนำข้อมูลแก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน และเข้าใจง่าย ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจภาคการพาณิชย์/ค้าขายให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความรวดเร็ว ส่งมอบได้ตรงเวลา รองลงมาคือ เงื่อนไข ระเบียบ และขั้นตอนในการใช้บริการของธุรกิจมีความยืดหยุ่น และ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความถูกต้อง แม่นยำของรูปแบบและเนื้อหาตามที่ได้มีการตกลงกันไว้กับลูกค้า ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจภาคการผลิต/อุตสาหกรรมให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความรวดเร็ว ส่งมอบได้ตรงเวลา รองลงมาคือ เงื่อนไข ระเบียบ และขั้นตอนในการใช้บริการของธุรกิจมีความ

ยึดหยุ่น และ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความถูกต้อง แม่นยำของรูปแบบและเนื้อหาตามที่ได้มีการตกลงกันไว้กับลูกค้า ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจภาคการบริการให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความรวดเร็ว ส่งมอบได้ตรงเวลารองลงมาคือ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความถูกต้อง แม่นยำของรูปแบบและเนื้อหาตามที่ได้มีการตกลงกันไว้กับลูกค้า และ การปรับแต่งลักษณะและคุณภาพของสื่อโฆษณาอีกครั้งก่อน นำออกสู่สาธารณชน ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจภาคการพาณิชย์/ค้าขายให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.98) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เช่น ในกรณีของสื่อออนไลน์ที่มีฐานข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ การมีเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย เช่น อุปกรณ์ในการผลิตสื่อและกระจายเสียงที่ครบครันตามแบบสากล เป็นต้น และ ป้ายชื่อธุรกิจที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจภาคการผลิต/อุตสาหกรรมให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.00) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เช่น ในกรณีของสื่อออนไลน์ที่มีฐานข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ ป้ายชื่อธุรกิจที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน และ การมีเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย เช่น อุปกรณ์ในการผลิตสื่อและกระจายเสียงที่ครบครันตามแบบสากล เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจภาคการบริการให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.05) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เช่น ในกรณีของสื่อออนไลน์ที่มีฐานข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ การมีเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย เช่น อุปกรณ์ในการผลิตสื่อและกระจายเสียงที่ครบครันตามแบบสากล เป็นต้น และ ป้ายชื่อธุรกิจที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน ตามลำดับ

4.3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจไม่เกิน 1 ปีสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ 1 – 5 ปีสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ 6 – 10 ปีสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ 10 ปีขึ้นไปสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ ไม่เกิน 1 ปีให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ธุรกิจโฆษณาสามารถผลิตสื่อได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุและดิจิทัลในช่วงเวลาและความถี่ที่เหมาะสม เป็นต้น รองลงมาคือ ธุรกิจโฆษณาสามารถออกแบบเนื้อหาและรูปแบบของโฆษณาได้ตรงกับสิ่งที่ธุรกิจต้องการจะสื่อสาร และ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธุรกิจโฆษณา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ 1 – 5 ปีให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ธุรกิจโฆษณาสามารถผลิตสื่อได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุและดิจิทัลในช่วงเวลาและความถี่ที่เหมาะสม เป็นต้น รองลงมาคือ ธุรกิจโฆษณาสามารถออกแบบเนื้อหาและรูปแบบของโฆษณาได้ตรงกับสิ่งที่ธุรกิจต้องการจะสื่อสาร และ ธุรกิจโฆษณาสามารถผลิตสื่อโฆษณาในรูปแบบ (Format) อันหลากหลาย ครบวงจร ตามที่ลูกค้าต้องการ เช่น การผลิตสื่อได้อย่างครบครันทั้งสื่อประเภทป้าย สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อออนไลน์ รวมถึงการจัดกิจกรรมทางการตลาด (Events) ต่างๆ เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ 6 – 10 ปีให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ธุรกิจโฆษณาสามารถผลิตสื่อได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุและดิจิทัลในช่วงเวลาและความถี่ที่เหมาะสม เป็นต้น รองลงมาคือ ธุรกิจโฆษณาสามารถออกแบบเนื้อหาและรูปแบบของโฆษณาได้ตรงกับสิ่งที่ธุรกิจต้องการจะสื่อสาร และ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธุรกิจโฆษณา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ 10 ปีขึ้นไปให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ธุรกิจโฆษณาสามารถผลิตสื่อได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุ และดิจิทัลในช่วงเวลาและความถี่ที่เหมาะสม เป็นต้น รองลงมาคือ ธุรกิจโฆษณาสามารถออกแบบเนื้อหาและรูปแบบของโฆษณาได้ตรงกับสิ่งที่ธุรกิจต้องการจะสื่อสาร และ ธุรกิจโฆษณาสามารถวัดผล และสำรวจผลตอบรับ (Feedback) อย่างเป็นระบบให้กับผู้ลงโฆษณาได้ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ ไม่เกิน 1 ปีให้ ปัจจัยด้านราคา ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาในการผลิตสื่อโฆษณาที่ถูกกว่าธุรกิจโฆษณาอื่นๆ รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของงานโฆษณา และสามารถต่อรองราคาได้ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ 1 – 5 ปีให้ ปัจจัยด้านราคา ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาในการผลิตสื่อโฆษณาที่ถูกกว่าธุรกิจโฆษณาอื่นๆ รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของงานโฆษณา และสามารถต่อรองราคาได้ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ 6 – 10 ปีให้ ปัจจัยด้านราคา ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาในการผลิตสื่อโฆษณาที่ถูกกว่าธุรกิจโฆษณาอื่นๆ รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของงานโฆษณา และสามารถต่อรองราคาได้ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ 10 ปีขึ้นไปให้ ปัจจัยด้านราคา ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาในการผลิตสื่อโฆษณาที่ถูกกว่าธุรกิจโฆษณาอื่นๆ รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของงานโฆษณา และสามารถต่อรองราคาได้ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ ไม่เกิน 1 ปีให้ ปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อธุรกิจผ่านทางโทรศัพท์ หรือ โทรสาร รองลงมาคือ ที่ตั้งของธุรกิจมองเห็นได้ชัดเจนจากด้านนอก และ ที่ตั้งของธุรกิจที่สามารถเดินทางไปติดต่อได้โดยสะดวก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ 1 - 5 ปีให้ ปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อธุรกิจผ่านทางโทรศัพท์ หรือ โทรสาร รองลงมาคือ ที่ตั้งของธุรกิจมองเห็นได้ชัดเจนจากด้านนอก และ ที่ตั้งของธุรกิจที่สามารถเดินทางไปติดต่อได้ โดยสะดวก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ 6 - 10 ปีให้ ปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อธุรกิจผ่านทางโทรศัพท์ หรือ โทรสาร รองลงมาคือ ที่ตั้งของธุรกิจมองเห็นได้ชัดเจนจากด้านนอก และ ที่ตั้งของธุรกิจที่สามารถเดินทางไปติดต่อได้ โดยสะดวก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ 10 ปีขึ้นไปให้ ปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อธุรกิจผ่านทางโทรศัพท์ หรือ โทรสาร รองลงมาคือ ที่ตั้งของธุรกิจที่สามารถเดินทางไปติดต่อได้โดยสะดวก และ ที่ตั้งของธุรกิจมองเห็นได้ชัดเจนจากด้านนอก ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ ไม่เกิน 1 ปีให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การให้บริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรีเมื่อมีการผลิตสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เป็นต้น รองลงมาคือ การให้ส่วนลดในการใช้บริการ เช่น การให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ ลูกค้าที่สั่งผลิตชิ้นงานโฆษณาเป็นจำนวนมาก เป็นต้น และ การให้สมนาคุณพิเศษ เช่น การแถมพื้นที่โฆษณาตามป้ายหรือหน้าสื่อสิ่งพิมพ์ฟรี หรือการแถมระยะเวลาและความถี่ในการออกอากาศ เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ 1 - 5 ปีให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การให้บริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรีเมื่อมีการผลิตสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เป็นต้น รองลงมาคือ การให้ส่วนลดในการใช้บริการ เช่น การให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ ลูกค้าที่สั่งผลิตชิ้นงานโฆษณาเป็นจำนวนมาก เป็นต้น และ การจัดรายการโปรโมชันพิเศษในช่วงเทศกาล ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ 6 – 10 ปีให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การให้บริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรีเมื่อมีการผลิตสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เป็นต้น รองลงมาคือ การให้ส่วนลดในการใช้บริการ เช่น การให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ ลูกค้าที่สั่งผลิตชิ้นงานโฆษณาเป็นจำนวนมาก เป็นต้น และ การให้สมนาคุณพิเศษ เช่น การแถมพื้นที่โฆษณาตามป้ายหรือหน้าสื่อสิ่งพิมพ์ฟรี หรือการแถมระยะเวลาและความถี่ในการออกอากาศ เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ 10 ปีขึ้นไปให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การให้บริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรีเมื่อมีการผลิตสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เป็นต้น รองลงมาคือ การให้ส่วนลดในการใช้บริการ เช่น การให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ ลูกค้าที่สั่งผลิตชิ้นงานโฆษณาเป็นจำนวนมาก เป็นต้น และ การให้สมนาคุณพิเศษ เช่น การแถมพื้นที่โฆษณาตามป้ายหรือหน้าสื่อสิ่งพิมพ์ฟรี หรือการแถมระยะเวลาและความถี่ในการออกอากาศ เป็นต้น ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ ไม่เกิน 1 ปีให้ ปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี รองลงมาคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะให้บริการทันที และ พนักงานมีความรอบรู้เกี่ยวกับสื่อโฆษณา สามารถแนะนำข้อมูลแก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน และเข้าใจง่าย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ 1 – 5 ปีให้ ปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความรอบรู้เกี่ยวกับสื่อโฆษณา สามารถแนะนำข้อมูลแก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน และเข้าใจง่าย รองลงมาคือ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี และ พนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะให้บริการทันที ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ 6 – 10 ปีให้ ปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี รองลงมาคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะให้บริการทันที และ พนักงานมีความรอบรู้เกี่ยวกับสื่อโฆษณา สามารถแนะนำข้อมูลแก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน และเข้าใจง่าย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ 10 ปีขึ้นไป ให้ ปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยธรรมาจริยธรรมที่ดี รองลงมาคือ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยธรรมาจริยธรรมที่ดี และ พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาและข้อเรียกร้องของลูกค้าได้ดีตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ ไม่เกิน 1 ปี ให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความรวดเร็ว ส่งมอบได้ตรงเวลา รองลงมาคือ เงื่อนไข ระเบียบ และขั้นตอนในการใช้บริการของธุรกิจมีความยืดหยุ่น และ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความถูกต้อง แม่นยำของรูปแบบและเนื้อหาตามที่ได้มีการตกลงกันไว้กับลูกค้า ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ 1 – 5 ปี ให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความรวดเร็ว ส่งมอบได้ตรงเวลา รองลงมาคือ เงื่อนไข ระเบียบ และขั้นตอนในการใช้บริการของธุรกิจมีความยืดหยุ่น และ การปรับแต่งลักษณะและคุณภาพของสื่อโฆษณาอีกครั้งก่อน นำออกสู่สาธารณชน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ 6 – 10 ปี ให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความรวดเร็ว ส่งมอบได้ตรงเวลา รองลงมาคือ เงื่อนไข ระเบียบ และขั้นตอนในการใช้บริการของธุรกิจมีความยืดหยุ่น และ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความถูกต้อง แม่นยำของรูปแบบและเนื้อหาตามที่ได้มีการตกลงกันไว้กับลูกค้า ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ 10 ปีขึ้นไป ให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความรวดเร็ว ส่งมอบได้ตรงเวลา รองลงมาคือ เงื่อนไข ระเบียบ และขั้นตอนในการใช้บริการของธุรกิจมีความยืดหยุ่น และ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความถูกต้อง แม่นยำของรูปแบบและเนื้อหาตามที่ได้มีการตกลงกันไว้กับลูกค้า ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ ไม่เกิน 1 ปีให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เช่นในกรณีของสื่อออนไลน์ที่มีฐานข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ การมีเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย เช่น อุปกรณ์ในการผลิตสื่อและกระจายเสียงที่ครบครันตามแบบสากล เป็นต้น และ ปลายชื่อธุรกิจที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ 1 – 5 ปีให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เช่นในกรณีของสื่อออนไลน์ที่มีฐานข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ การมีเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย เช่น อุปกรณ์ในการผลิตสื่อและกระจายเสียงที่ครบครันตามแบบสากล เป็นต้น และ ปลายชื่อธุรกิจที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ 6 – 10 ปีให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เช่นในกรณีของสื่อออนไลน์ที่มีฐานข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ การมีเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย เช่น อุปกรณ์ในการผลิตสื่อและกระจายเสียงที่ครบครันตามแบบสากล เป็นต้น และ ปลายชื่อธุรกิจที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ 10 ปีขึ้นไปให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เช่นในกรณีของสื่อออนไลน์ที่มีฐานข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ การมีเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย เช่น อุปกรณ์ในการผลิตสื่อและกระจายเสียงที่ครบครันตามแบบสากล เป็นต้น และ ปลายชื่อธุรกิจที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 500,000 บาทขึ้นไปสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าเท่ากับ 300,000 บาทให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ธุรกิจโฆษณาสามารถผลิตสื่อได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุและดิจิตอลในช่วงเวลาและความถี่ที่เหมาะสม เป็นต้น รองลงมาคือ ธุรกิจโฆษณาสามารถออกแบบเนื้อหาและรูปแบบของโฆษณาได้ตรงกับสิ่งที่ธุรกิจต้องการจะสื่อสาร และ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธุรกิจโฆษณา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 300,001 – 400,000 บาทให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ธุรกิจโฆษณาสามารถผลิตสื่อได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุและดิจิตอลในช่วงเวลาและความถี่ที่เหมาะสม เป็นต้น รองลงมาคือ ธุรกิจโฆษณาสามารถออกแบบเนื้อหาและรูปแบบของโฆษณาได้ตรงกับสิ่งที่ธุรกิจต้องการจะสื่อสาร และ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธุรกิจโฆษณา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 400,001 – 500,000 บาทให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ธุรกิจโฆษณาสามารถผลิตสื่อได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุและดิจิตอลในช่วงเวลาและความถี่ที่เหมาะสม เป็นต้น รองลงมาคือ ธุรกิจโฆษณาสามารถออกแบบเนื้อหาและรูปแบบของโฆษณาได้ตรงกับสิ่งที่ธุรกิจต้องการจะสื่อสาร และ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธุรกิจโฆษณา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 500,000 บาทขึ้นไปให้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ธุรกิจโฆษณาสามารถผลิตสื่อได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุและดิจิตอลในช่วงเวลาและความถี่ที่เหมาะสม เป็นต้น รองลงมาคือ ธุรกิจโฆษณาสามารถ

ออกแบบเนื้อหาและรูปแบบของโฆษณาได้ตรงกับสิ่งที่ธุรกิจต้องการจะสื่อสาร และ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธุรกิจโฆษณา ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าเท่ากับ 300,000 บาท ให้ ปัจจัยด้านราคา ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาในการผลิตสื่อโฆษณาที่ถูกกว่าธุรกิจโฆษณาอื่นๆ รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของงานโฆษณา และสามารถในการต่อรองราคาได้ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 300,001 – 400,000 บาท ให้ ปัจจัยด้านราคา ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาในการผลิตสื่อโฆษณาที่ถูกกว่าธุรกิจโฆษณาอื่นๆ รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของงานโฆษณา และสามารถในการต่อรองราคาได้ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 400,001 – 500,000 บาท ให้ ปัจจัยด้านราคา ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาในการผลิตสื่อโฆษณาที่ถูกกว่าธุรกิจโฆษณาอื่นๆ รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของงานโฆษณา และสามารถในการต่อรองราคาได้ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 500,000 บาทขึ้นไป ให้ ปัจจัยด้านราคา ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาในการผลิตสื่อโฆษณาที่ถูกกว่าธุรกิจโฆษณาอื่นๆ รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของงานโฆษณา และสามารถในการต่อรองราคาได้ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าเท่ากับ 300,000 บาท ให้ ปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อธุรกิจผ่านทางโทรศัพท์ หรือโทรสาร รองลงมาคือ ที่ตั้งของธุรกิจที่สามารถเดินทางไปติดต่อได้โดยสะดวก และ ความสะดวกในการติดต่อธุรกิจผ่านทางอีเมลล์ หรือสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 300,001 – 400,000 บาท ให้ ปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อธุรกิจผ่านทางโทรศัพท์ หรือโทรสาร รองลงมาคือ ที่ตั้งของธุรกิจมองเห็นได้ชัดเจนจากด้านนอก และ ที่ตั้งของธุรกิจที่สามารถเดินทางไปติดต่อได้โดยสะดวก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 400,001 – 500,000 บาทให้ ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อธุรกิจผ่านทางโทรศัพท์ หรือ โทรสาร รองลงมาคือ ที่ตั้งของธุรกิจมองเห็นได้ชัดเจนจากด้านนอก และ ที่ตั้งของธุรกิจที่สามารถเดินทางไปติดต่อได้โดยสะดวกตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 500,000 บาทขึ้นไปให้ ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อธุรกิจผ่านทางโทรศัพท์ หรือ โทรสาร รองลงมาคือ ที่ตั้งของธุรกิจมองเห็นได้ชัดเจนจากด้านนอก และ ที่ตั้งของธุรกิจที่สามารถเดินทางไปติดต่อได้โดยสะดวก ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าเท่ากับ 300,000 บาทให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การให้บริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรีเมื่อมีการผลิตสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เป็นต้น รองลงมาคือ การให้ส่วนลดในการใช้บริการ เช่น การให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ ลูกค้าที่สั่งผลิตชิ้นงานโฆษณาเป็นจำนวนมาก เป็นต้น และ การให้สมนาคุณพิเศษ เช่น การแถมพื้นที่โฆษณาตามป้ายหรือหน้าสื่อสิ่งพิมพ์ฟรี หรือการแถมระยะเวลาและความถี่ในการออกอากาศ เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 300,001 – 400,000 บาทให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การให้บริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรีเมื่อมีการผลิตสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เป็นต้น รองลงมาคือ การให้ส่วนลดในการใช้บริการ เช่น การให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ ลูกค้าที่สั่งผลิตชิ้นงานโฆษณาเป็นจำนวนมาก เป็นต้น และ การให้สมนาคุณพิเศษ เช่น การแถมพื้นที่โฆษณาตามป้ายหรือหน้าสื่อสิ่งพิมพ์ฟรี หรือการแถมระยะเวลาและความถี่ในการออกอากาศ เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 400,001 – 500,000 บาทให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การให้บริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรีเมื่อมีการผลิตสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เป็นต้น รองลงมาคือ การให้ส่วนลดในการใช้บริการ เช่น การให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ ลูกค้าที่สั่งผลิตชิ้นงานโฆษณาเป็นจำนวนมาก เป็นต้น และ การให้

สมนาคุณพิเศษ เช่น การแถมพื้นที่โฆษณาตามป้ายหรือหน้าสื่อสิ่งพิมพ์ฟรี หรือการแถมระยะเวลา และความถี่ในการออกอากาศ เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 500,000 บาทขึ้นไป ให้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การให้บริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรีเมื่อมีการผลิตสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เป็นต้น รองลงมาคือ การให้ส่วนลดในการใช้บริการ เช่น การให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ ลูกค้าที่สั่งผลิตชิ้นงานโฆษณาเป็นจำนวนมาก เป็นต้น และ การให้สมนาคุณพิเศษ เช่น การแถมพื้นที่โฆษณาตามป้ายหรือหน้าสื่อสิ่งพิมพ์ฟรี หรือการแถมระยะเวลา และความถี่ในการออกอากาศ เป็นต้น ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าเท่ากับ 300,000 บาทให้ ปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี รองลงมาคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะให้บริการทันที และ พนักงานมีความรอบรู้เกี่ยวกับสื่อโฆษณา สามารถแนะนำข้อมูลแก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน และเข้าใจง่าย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 300,001 – 400,000 บาทให้ ปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี รองลงมาคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะให้บริการทันที และ พนักงานมีความรอบรู้เกี่ยวกับสื่อโฆษณา สามารถแนะนำข้อมูลแก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน และเข้าใจง่าย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 400,001 – 500,000 บาทให้ ปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี รองลงมาคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะให้บริการทันที และ พนักงานมีความรอบรู้เกี่ยวกับสื่อโฆษณา สามารถแนะนำข้อมูลแก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน และเข้าใจง่าย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 500,000 บาทขึ้นไปให้ ปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี รองลงมาคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะให้บริการทันที และ พนักงานมีความรอบรู้เกี่ยวกับสื่อโฆษณา สามารถแนะนำข้อมูลแก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน และเข้าใจง่าย ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าเท่ากับ 300,000 บาทให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความรวดเร็ว ส่งมอบได้ตรงเวลา รองลงมาคือ เงื่อนไข ระเบียบ และขั้นตอนในการใช้บริการของธุรกิจมีความยืดหยุ่น และ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความถูกต้อง แม่นยำของรูปแบบและเนื้อหาตามที่ได้มีการตกลงกันไว้กับลูกค้า ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 300,001 – 400,000 บาทให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความรวดเร็ว ส่งมอบได้ตรงเวลา รองลงมาคือ เงื่อนไข ระเบียบ และขั้นตอนในการใช้บริการของธุรกิจมีความยืดหยุ่น และ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความถูกต้อง แม่นยำของรูปแบบและเนื้อหาตามที่ได้มีการตกลงกันไว้กับลูกค้า ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 400,001 – 500,000 บาทให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความรวดเร็ว ส่งมอบได้ตรงเวลา รองลงมาคือ เงื่อนไข ระเบียบ และขั้นตอนในการใช้บริการของธุรกิจมีความยืดหยุ่น และ การปรับแต่งลักษณะและคุณภาพของสื่อโฆษณาอีกครั้งก่อน นำออกสู่สาธารณชน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 500,000 บาทขึ้นไปให้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความรวดเร็ว ส่งมอบได้ตรงเวลา รองลงมาคือ การปรับแต่งลักษณะและคุณภาพของสื่อโฆษณาอีกครั้งก่อน นำออกสู่สาธารณชน และ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความถูกต้อง แม่นยำของรูปแบบและเนื้อหาตามที่ได้มีการตกลงกันไว้กับลูกค้า ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าเท่ากับ 300,000 บาทให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เช่น ในกรณีของสื่อออนไลน์ที่มีฐานข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ การมีเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย เช่น

อุปกรณ์ในการผลิตสื่อและกระจายเสียงที่ครบครันตามแบบสากล เป็นต้น และ ป้ายชื่อธุรกิจที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 300,001 – 400,000 บาทให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เช่นในกรณีของสื่อออนไลน์ที่มีฐานข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ การมีเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย เช่น อุปกรณ์ในการผลิตสื่อและกระจายเสียงที่ครบครันตามแบบสากล เป็นต้น และ ป้ายชื่อธุรกิจที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 400,001 – 500,000 บาทให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เช่นในกรณีของสื่อออนไลน์ที่มีฐานข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ การมีเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย เช่น อุปกรณ์ในการผลิตสื่อและกระจายเสียงที่ครบครันตามแบบสากล เป็นต้น และ ป้ายชื่อธุรกิจที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 500,000 บาทขึ้นไปให้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การมีเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย เช่น อุปกรณ์ในการผลิตสื่อและกระจายเสียงที่ครบครันตามแบบสากล เป็นต้น รองลงมาคือ การมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เช่นในกรณีของสื่อออนไลน์ที่มีฐานข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต และ ป้ายชื่อธุรกิจที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) อันประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) สามารถอภิปรายผลการศึกษากับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคลากร ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กิตติ สินโพธิ์ (2551) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สื่อโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงของผู้ประกอบการธุรกิจในพื้นที่อำเภอฝาง อำเภอแม่สาย และอำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภวิน อยู่สุข (2551) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตของธุรกิจโรงแรม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุพิศ พุทธิ (2548) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การที่ธุรกิจโฆษณาสามารถผลิตสื่อได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุและดิจิตอลในช่วงเวลาและความถี่ที่เหมาะสม ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กิตติ สินโพธิ์ (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การโฆษณาที่มีหลากหลายรูปแบบให้เลือกใช้บริการ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภวิน อยู่สุข (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การสามารถปรับข้อมูลข่าวสารให้มีความทันสมัยได้ตลอดเวลา และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุพิศ พุทธิ (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี

ปัจจัยด้านราคา จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ราคาในการผลิตสื่อโฆษณาที่ถูกกว่าธุรกิจโฆษณาอื่นๆ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กิตติ สินโพธิ์ (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ราคาในการซื้อโฆษณาที่เหมาะสม และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภวิน อยู่สุข (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การให้เครดิตและสามารถผ่อนชำระได้และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุพิศ พุทธิ (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ราคาที่เหมาะสมกับระยะเวลาที่ลงโฆษณา

ปัจจัยด้านสถานที่ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ความสะดวกในการติดต่อธุรกิจผ่านทางโทรศัพท์หรือโทรสาร ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กิตติ สิ้นโพธิ์ (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การแจ้งช่วงเวลาออกอากาศได้ชัดเจน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภวิน อยู่สุข (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การที่ผู้บริการสื่อโฆษณา มีระบบที่สนับสนุนการขายออนไลน์ เช่น ระบบการค้าปลีกทรอนิกส์ แต่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุพิศ พุทธิ (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การติดต่อได้สะดวกทางโทรศัพท์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ บริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรีเมื่อมีการผลิตสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กิตติ สิ้นโพธิ์ (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การสมนาคุณแถมเวลาในการออกโฆษณา แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภวิน อยู่สุข (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การมีส่วนลดในการใช้บริการ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุพิศ พุทธิ (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การให้ส่วนลดเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณา

ปัจจัยด้านบุคลากร จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การที่พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กิตติ สิ้นโพธิ์ (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ผู้จัดการที่สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในขณะที่ที่ออกอากาศ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภวิน อยู่สุข (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ พนักงานที่มีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะให้บริการทันที และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุพิศ พุทธิ (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การที่พนักงานติดต่อลูกค้าโดยตรง

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความรวดเร็วส่งมอบได้ตรงเวลา ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กิตติ สิ้นโพธิ์ (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ประสิทธิภาพการส่งกระจายเสียงกว้างไกลครอบคลุมพื้นที่และเข้าถึงผู้ฟัง แต่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภวิน อยู่สุข (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การส่งมอบงานการผลิตสื่อโฆษณาได้

ตรงเวลา และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุพิศ พุทธิ (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การสื่อสารที่ชัดเจน เข้าใจง่ายทั้งภาษาไทย และภาษาต่างประเทศ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ การมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เช่น ในกรณีของสื่อออนไลน์ที่มีฐานข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กิตติ สนิโพธิ์ (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ สภาพแวดล้อมบริเวณรอบๆ สถานที่ที่ร่มรื่น เงียบ และอาคารสถานที่ที่เหมาะสมแก่การจัดรายการ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภวิน อยู่สุข (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ สถานที่ติดต่อที่หรูหรา ดูเป็นระเบียบเรียบร้อยและทันสมัย และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุพิศ พุทธิ (2548) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ท่าเลที่หาเจอได้ง่าย

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อค้นพบดังนี้

5.3.1 ข้อค้นพบต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านบุคลากรมากที่สุด และให้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพน้อยที่สุด โดยสามารถสรุป 10 ลำดับที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา และปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้ดังตารางที่ 5.1 -5.7

ตารางที่ 5.1 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับที่มีความสำคัญต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกใช้บริการธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี	ด้านบุคลากร	4.60	มากที่สุด
2	ราคาในการผลิตสื่อโฆษณาที่ถูกกว่าธุรกิจโฆษณาอื่นๆ	ด้านราคา	4.60	มากที่สุด
3	พนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะให้บริการทันที	ด้านบุคลากร	4.57	มากที่สุด
4	การให้บริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรีเมื่อมีการผลิตสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เป็นต้น	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.53	มากที่สุด
5	การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความรวดเร็ว ส่งมอบได้ตรงเวลา	ด้านกระบวนการให้บริการ	4.51	มากที่สุด
6	ธุรกิจโฆษณาสามารถผลิตสื่อได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุและดิจิตอลในช่วงเวลาและความถี่ที่เหมาะสม เป็นต้น	ด้านผลิตภัณฑ์	4.49	มาก
7	พนักงานมีความรอบรู้เกี่ยวกับสื่อโฆษณา สามารถแนะนำข้อมูลแก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน และเข้าใจง่าย	ด้านบุคลากร	4.48	มาก

ตารางที่ 5.1 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับที่มีความสำคัญต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
8	การให้ส่วนลดในการใช้บริการ เช่น การให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ ลูกค้าที่สั่งผลิตชิ้นงานโฆษณาเป็นจำนวนมาก เป็นต้น	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.28	มาก
9	ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของงานโฆษณา	ด้านราคา	4.25	มาก
10	พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาและข้อเรียกร้องของลูกค้าได้ดี	ด้านบุคลากร	4.25	มาก

จากตารางที่ 5.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีความสำคัญต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี ราคาในการผลิตสื่อโฆษณาที่ถูกกว่าธุรกิจโฆษณาอื่นๆ และพนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะให้บริการทันที

ตารางที่ 5.2 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับที่มีความสำคัญต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกใช้บริการธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	มีห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอกับลูกค้า	ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	2.19	น้อย
2	สถานที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกสบาย	ด้านสถานที่	2.30	น้อย
3	ความสะอาดและเป็นระเบียบ เรียบร้อยของอาคารและพื้นที่ใน ธุรกิจ	ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	2.31	น้อย
4	การจัดพื้นที่ให้แก่ลูกค้าที่มาเข้ารับ บริการ เช่น การจัดที่นั่งที่มีความ สะดวกสบายและเพียงพอ	ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	2.80	ปานกลาง
5	ลักษณะการตกแต่งและความ ทันสมัยของอาคารและพื้นที่ภายใน ธุรกิจ	ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	2.80	ปานกลาง
6	การมีอินเทอร์เน็ตไร้สายไว้ ให้บริการลูกค้าที่มาติดต่อยังธุรกิจ	ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	2.87	ปานกลาง
7	ช่วงวันและเวลาการเปิด-ปิด ให้บริการของธุรกิจที่มีความ เหมาะสม (8.00 น. – 18.00 น.)	ด้านสถานที่	2.97	ปานกลาง
8	ชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิตได้	ด้านราคา	3.05	ปานกลาง

ตารางที่ 5.2 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับที่มีความสำคัญต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ (ต่อ)

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
9	การประชาสัมพันธ์ของธุรกิจ เช่น การสนับสนุนกิจกรรมขององค์กรบริหารส่วนตำบล เป็นต้น	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.10	ปานกลาง
10	การมีเอกสาร แผ่นพับ ที่ให้ความรู้ ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อโฆษณา	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.10	ปานกลาง

จากตารางที่ 5.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีความสำคัญต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด 3 ลำดับแรก คือ มีห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอกับลูกค้า สถานที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย และความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของอาคารและพื้นที่ในธุรกิจ

ตารางที่ 5.3 แสดงสรุป 10 ลำดับร้อยละของปัญหาสูงสุด ที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกใช้บริการโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ลำดับที่	รายละเอียดของปัญหา	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ร้อยละ
1	ไม่มีบริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรีเมื่อมีการผลิตสื่อโฆษณาประเภทอื่น ๆ เป็นต้น	ด้านการส่งเสริมการตลาด	19.75
2	พนักงานไม่มีความรอบรู้เกี่ยวกับงานโฆษณา ไม่สามารถแนะนำข้อมูลแก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน และเข้าใจง่าย	ด้านบุคลากร	18.75
3	พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	ด้านบุคลากร	18.00
4	การติดต่อธุรกิจผ่านทางโทรศัพท์ หรือ โทรสาร ไม่ได้ได้รับความสะดวก	ด้านสถานที่	17.00
5	ธุรกิจโฆษณาไม่สามารถผลิตสื่อได้อย่างครอบคลุมและไม่มีประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุและดิจิตอลในช่วงเวลาและความถี่ที่ไม่เหมาะสม เป็นต้น	ด้านผลิตภัณฑ์	16.75
6	ธุรกิจโฆษณาไม่สามารถออกแบบเนื้อหาและรูปแบบของโฆษณาได้ตรงกับสิ่งที่ธุรกิจต้องการจะสื่อสาร	ด้านผลิตภัณฑ์	16.25
7	การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความล่าช้า ไม่ตรงต่อเวลา	ด้านกระบวนการให้บริการ	15.50

ตารางที่ 5.3 แสดงสรุป 10 ลำดับร้อยละของปัญหาที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาด
บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ (ต่อ)

ลำดับที่	รายละเอียดของปัญหา	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ร้อยละ
8	จำนวนพนักงานมีไม่เพียงพอต่อการ ให้บริการลูกค้า	ด้านบุคลากร	14.50
9	ขาดระบบรักษาความปลอดภัยของ ข้อมูล เช่น ในกรณีของสื่อออนไลน์ที่มี ฐานข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	14.25
10	ธุรกิจโฆษณาไม่มีชื่อเสียงและความ น่าเชื่อถือ	ด้านผลิตภัณฑ์	13.75

จากตารางที่ 5.3 พบว่า ปัญหาของปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบ
แบบสอบถาม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่พบสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ไม่
มีบริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรีเมื่อมีการผลิตสื่อโฆษณาประเภท
อื่น ๆ เป็นต้น พนักงานไม่มีความรอบรู้เกี่ยวกับงานโฆษณา ไม่สามารถแนะนำข้อมูลแก่ลูกค้าได้
อย่างชัดเจน และเข้าใจง่าย และพนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

ตารางที่ 5.4 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับที่มีความสำคัญต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	เพศ	
	ชาย	หญิง
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ธุรกิจโฆษณาสามารถผลิตสื่อได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุและดิจิทัลในช่วงเวลาและความถี่ที่เหมาะสม เป็นต้น (4.60: มากที่สุด)	ธุรกิจโฆษณาสามารถผลิตสื่อได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุและดิจิทัลในช่วงเวลาและความถี่ที่เหมาะสม เป็นต้น (4.45: มาก)
ปัจจัยด้านราคา	ราคาในการผลิตสื่อโฆษณาที่ถูกกว่าธุรกิจโฆษณาอื่นๆ (4.63: มากที่สุด)	ราคาในการผลิตสื่อโฆษณาที่ถูกกว่าธุรกิจโฆษณาอื่นๆ (4.58: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านสถานที่	ความสะดวกในการติดต่อธุรกิจผ่านทางโทรศัพท์ หรือ โทรสาร (4.26: มาก)	ความสะดวกในการติดต่อธุรกิจผ่านทางโทรศัพท์ หรือ โทรสาร (4.23: มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การให้บริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรีเมื่อมีการผลิตสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เป็นต้น (4.41: มาก)	การให้บริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรีเมื่อมีการผลิตสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เป็นต้น (4.57: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี (4.64: มากที่สุด)	พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี (4.59: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความรวดเร็ว ส่งมอบได้ตรงเวลา (4.57: มากที่สุด)	การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความรวดเร็ว ส่งมอบได้ตรงเวลา (4.49: มาก)

ตารางที่ 5.4 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับที่มีความสำคัญต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	เพศ	
	ชาย	หญิง
ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	การมีระบบรักษาความปลอดภัยของ ข้อมูล เช่น ในกรณีของสื่อออนไลน์ที่มี ฐานข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต (3.94: มาก)	การมีระบบรักษาความปลอดภัยของ ข้อมูล เช่น ในกรณีของสื่อออนไลน์ที่มี ฐานข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต (3.86: มาก)

จากตารางที่ 5.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชายและเพศหญิง ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ธุรกิจโฆษณาสามารถผลิตสื่อได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุและดิจิทัลในช่วงเวลาและความถี่ที่เหมาะสม เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชายและเพศหญิง ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาในการผลิตสื่อ โฆษณาที่ถูกกว่าธุรกิจโฆษณาอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชายและเพศหญิง ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะดวกในการติดต่อธุรกิจผ่านทางโทรศัพท์ หรือโทรสาร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชายและเพศหญิง ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การให้บริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรีเมื่อมีการผลิตสื่อ โฆษณาประเภทอื่นๆ เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชายและเพศหญิง ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชายและเพศหญิง ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การผลิตสื่อ โฆษณาที่มีความรวดเร็ว ส่งมอบได้ตรงเวลา

และผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศ ชายและเพศหญิง ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เช่น ในกรณีของสื่อออนไลน์ที่มีฐานข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 5.5 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาด
บริการของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตาม
ประเภทของธุรกิจ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ประเภทของธุรกิจ		
	ธุรกิจภาคการพาณิชย์/ ค้าขาย	ธุรกิจภาคการผลิต/ อุตสาหกรรม	ธุรกิจภาคการบริการ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ธุรกิจโฆษณาสามารถ ผลิตสื่อได้อย่าง ครอบคลุมและมี ประสิทธิภาพ เช่น การ เสนอสื่อวิทยุและดิจิทัล ในช่วงเวลาและความถี่ที่ เหมาะสม เป็นต้น (4.56: มากที่สุด)	ธุรกิจโฆษณาสามารถ ผลิตสื่อได้อย่าง ครอบคลุมและมี ประสิทธิภาพ เช่น การ เสนอสื่อวิทยุและดิจิทัล ในช่วงเวลาและความถี่ที่ เหมาะสม เป็นต้น (4.33: มาก)	ธุรกิจโฆษณาสามารถ ผลิตสื่อได้อย่าง ครอบคลุมและมี ประสิทธิภาพ เช่น การ เสนอสื่อวิทยุและดิจิทัล ในช่วงเวลาและความถี่ที่ เหมาะสม เป็นต้น (4.52: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	ราคาในการผลิตสื่อ โฆษณาที่ถูกกว่าธุรกิจ โฆษณาอื่นๆ (4.59: มากที่สุด)	ราคาในการผลิตสื่อ โฆษณาที่ถูกกว่าธุรกิจ โฆษณาอื่นๆ (4.54: มากที่สุด)	ราคาในการผลิตสื่อ โฆษณาที่ถูกกว่าธุรกิจ โฆษณาอื่นๆ (4.62: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านสถานที่	ความสะดวกในการ ติดต่อธุรกิจผ่านทาง โทรศัพท์ หรือโทรสาร (4.19: มาก)	ความสะดวกในการ ติดต่อธุรกิจผ่านทาง โทรศัพท์ หรือโทรสาร (4.34: มาก)	ความสะดวกในการ ติดต่อธุรกิจผ่านทาง โทรศัพท์ หรือโทรสาร (4.21: มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	การให้บริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณา ผ่านอินเทอร์เน็ตฟรีเมื่อ มีการผลิตสื่อโฆษณา ประเภทอื่นๆ เป็นต้น (4.49: มาก)	การให้บริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณา ผ่านอินเทอร์เน็ตฟรีเมื่อ มีการผลิตสื่อโฆษณา ประเภทอื่นๆ เป็นต้น (4.46: มาก)	การให้บริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณา ผ่านอินเทอร์เน็ตฟรีเมื่อ มีการผลิตสื่อโฆษณา ประเภทอื่นๆ เป็นต้น (4.58: มากที่สุด)

ตารางที่ 5.5 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความสำคัญที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ประเภทของธุรกิจ		
	ธุรกิจภาคการพาณิชย์/ ค้าขาย	ธุรกิจภาคการผลิต/ อุตสาหกรรม	ธุรกิจภาคการบริการ
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานให้บริการแก่ ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรี ที่ดีที่สุด (4.64: มากที่สุด)	พนักงานมีความ กระตือรือร้นพร้อมที่จะ ให้บริการทันที (4.65: มากที่สุด)	พนักงานให้บริการแก่ ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรี ที่ดีที่สุด (4.60: มากที่สุด)
ปัจจัยด้าน กระบวนการ ให้บริการ	การผลิตสื่อโฆษณาที่มี ความรวดเร็ว ส่งมอบได้ ตรงเวลา (4.60: มากที่สุด)	การผลิตสื่อโฆษณาที่มี ความรวดเร็ว ส่งมอบได้ ตรงเวลา (4.58: มากที่สุด)	การผลิตสื่อโฆษณาที่มี ความรวดเร็ว ส่งมอบได้ ตรงเวลา (4.43: มาก)
ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	การมีระบบรักษาความ ปลอดภัยของข้อมูล เช่น ในกรณีของสื่อออนไลน์ ที่มีฐานข้อมูลบน อินเทอร์เน็ต (3.78: มาก)	การมีระบบรักษาความ ปลอดภัยของข้อมูล เช่น ในกรณีของสื่อออนไลน์ ที่มีฐานข้อมูลบน อินเทอร์เน็ต (4.04: มาก)	การมีระบบรักษาความ ปลอดภัยของข้อมูล เช่น ในกรณีของสื่อออนไลน์ ที่มีฐานข้อมูลบน อินเทอร์เน็ต (3.87: มาก)

จากตารางที่ 5.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจภาคการพาณิชย์/ค้าขาย ธุรกิจภาคการผลิต/อุตสาหกรรม และธุรกิจภาคการบริการ ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ธุรกิจโฆษณาสามารถผลิตสื่อได้อย่างครอบคลุม และมีประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุและดิจิทัลในช่วงเวลาและความถี่ที่เหมาะสม เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจภาคการพาณิชย์/ค้าขาย ธุรกิจภาคการผลิต/อุตสาหกรรม และธุรกิจภาคการบริการ ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาในการผลิตสื่อโฆษณาที่ถูกกว่าธุรกิจโฆษณาอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจภาคการพาณิชย์/ค้าขาย ธุรกิจภาคการผลิต/อุตสาหกรรม และธุรกิจภาคการบริการ ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะดวกในการติดต่อธุรกิจผ่านทางโทรศัพท์ หรือโทรสาร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจภาคการพาณิชย์/ค้าขาย ธุรกิจภาคการผลิต/อุตสาหกรรม และธุรกิจภาคการบริการ ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การให้บริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรีเมื่อมีการผลิตสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจภาคการพาณิชย์/ค้าขาย และธุรกิจภาคการบริการ ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจภาคการผลิต/อุตสาหกรรม ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะให้บริการทันที

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจภาคการพาณิชย์/ค้าขาย ธุรกิจภาคการผลิต/อุตสาหกรรม และธุรกิจภาคการบริการ ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความรวดเร็ว ส่งมอบได้ตรงเวลา

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจภาคการพาณิชย์/ค้าขาย ธุรกิจภาคการผลิต/อุตสาหกรรม และธุรกิจภาคการบริการ ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เช่น ในกรณีของสื่อออนไลน์ที่มีฐานข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 5.6 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความสำคัญที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ			
	ไม่เกิน 1 ปี	1 – 5 ปี	6 – 10 ปี	10 ปีขึ้นไป
ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	ธุรกิจโฆษณา สามารถผลิตสื่อ ได้อย่างครอบคลุม และมี ประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุ และดิจิทัลใน ช่วงเวลาและ ความถี่ที่เหมาะสม เป็นต้น (4.62: มากที่สุด)	ธุรกิจโฆษณา สามารถผลิตสื่อ ได้อย่างครอบคลุม และมี ประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุ และดิจิทัลใน ช่วงเวลาและ ความถี่ที่เหมาะสม เป็นต้น (4.50: มากที่สุด)	ธุรกิจโฆษณา สามารถผลิตสื่อ ได้อย่างครอบคลุม และมี ประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุ และดิจิทัลใน ช่วงเวลาและ ความถี่ที่เหมาะสม เป็นต้น (4.46: มาก)	ธุรกิจโฆษณา สามารถผลิตสื่อ ได้อย่างครอบคลุม และมี ประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุ และดิจิทัลใน ช่วงเวลาและ ความถี่ที่เหมาะสม เป็นต้น (4.38: มาก)
ปัจจัยด้านราคา	ราคาในการผลิต สื่อโฆษณาที่ถูก กว่าธุรกิจโฆษณา อื่นๆ (4.67: มากที่สุด)	ราคาในการผลิต สื่อโฆษณาที่ถูก กว่าธุรกิจโฆษณา อื่นๆ (4.56: มากที่สุด)	ราคาในการผลิต สื่อโฆษณาที่ถูก กว่าธุรกิจโฆษณา อื่นๆ (4.54: มากที่สุด)	ราคาในการผลิต สื่อโฆษณาที่ถูก กว่าธุรกิจโฆษณา อื่นๆ (4.85: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านสถานที่	ความสะดวกใน การติดต่อธุรกิจ ผ่านทางโทรศัพท์ หรือโทรสาร (4.27: มาก)	ความสะดวกใน การติดต่อธุรกิจ ผ่านทางโทรศัพท์ หรือโทรสาร (4.26: มาก)	ความสะดวกใน การติดต่อธุรกิจ ผ่านทางโทรศัพท์ หรือโทรสาร (4.22: มาก)	ความสะดวกใน การติดต่อธุรกิจ ผ่านทางโทรศัพท์ หรือโทรสาร (4.24: มาก)

ตารางที่ 5.6 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความสำคัญที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ			
	ไม่เกิน 1 ปี	1 – 5 ปี	6 – 10 ปี	10 ปีขึ้นไป
ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด	การให้บริการ เสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อ โฆษณาผ่าน อินเทอร์เน็ตฟรี เมื่อมีการผลิตสื่อ โฆษณาประเภท อื่นๆ เป็นต้น (4.57: มากที่สุด)	การให้บริการ เสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อ โฆษณาผ่าน อินเทอร์เน็ตฟรี เมื่อมีการผลิตสื่อ โฆษณาประเภท อื่นๆ เป็นต้น (4.62: มากที่สุด)	การให้บริการ เสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อ โฆษณาผ่าน อินเทอร์เน็ตฟรี เมื่อมีการผลิตสื่อ โฆษณาประเภท อื่นๆ เป็นต้น (4.45: มาก)	การให้บริการ เสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อ โฆษณาผ่าน อินเทอร์เน็ตฟรี เมื่อมีการผลิตสื่อ โฆษณาประเภท อื่นๆ เป็นต้น (4.88: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงาน ให้บริการแก่ลูกค้า ด้วยอัธยาศัยไมตรี ที่ดี (4.6: มากที่สุด)	พนักงานมีความ รอบรู้เกี่ยวกับสื่อ โฆษณา สามารถ แนะนำข้อมูลแก่ ลูกค้าได้อย่าง ชัดเจน และเข้าใจ ง่าย (4.47: มาก)	พนักงาน ให้บริการแก่ลูกค้า ด้วยอัธยาศัยไมตรี ที่ดี (4.62: มากที่สุด)	พนักงาน ให้บริการแก่ลูกค้า ด้วยอัธยาศัยไมตรี ที่ดี (4.68: มากที่สุด)
ปัจจัยด้าน กระบวนการ ให้บริการ	การผลิตสื่อ โฆษณาที่มีความ รวดเร็ว ส่งมอบ ได้ตรงเวลา (4.48: มาก)	การผลิตสื่อ โฆษณาที่มีความ รวดเร็ว ส่งมอบ ได้ตรงเวลา (4.68: มากที่สุด)	การผลิตสื่อ โฆษณาที่มีความ รวดเร็ว ส่งมอบ ได้ตรงเวลา (4.50: มากที่สุด)	การผลิตสื่อ โฆษณาที่มีความ รวดเร็ว ส่งมอบ ได้ตรงเวลา (4.50: มากที่สุด)

ตารางที่ 5.6 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความสำคัญที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ			
	ไม่เกิน 1 ปี	1 – 5 ปี	6 – 10 ปี	10 ปีขึ้นไป
ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	การมีระบบรักษา ความปลอดภัย ของข้อมูล เช่นใน กรณีของสื่อ ออนไลน์ที่มี ฐานข้อมูลบน อินเทอร์เน็ต (3.89: มาก)	การมีระบบรักษา ความปลอดภัย ของข้อมูล เช่นใน กรณีของสื่อ ออนไลน์ที่มี ฐานข้อมูลบน อินเทอร์เน็ต (3.68: มาก)	การมีระบบรักษา ความปลอดภัย ของข้อมูล เช่นใน กรณีของสื่อ ออนไลน์ที่มี ฐานข้อมูลบน อินเทอร์เน็ต (3.91: มาก)	การมีระบบรักษา ความปลอดภัย ของข้อมูล เช่นใน กรณีของสื่อ ออนไลน์ที่มี ฐานข้อมูลบน อินเทอร์เน็ต (3.85: มาก)

จากตารางที่ 5.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจไม่เกิน 1 ปี ระยะเวลา 1 – 5 ปี ระยะเวลา 6 – 10 ปี และ ระยะเวลา 10 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ธุรกิจโฆษณาสามารถผลิตสื่อได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุและดิจิทัลในช่วงเวลาและความถี่ที่เหมาะสม เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจไม่เกิน 1 ปี ระยะเวลา 1 – 5 ปี ระยะเวลา 6 – 10 ปี และ ระยะเวลา 10 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาในการผลิตสื่อโฆษณาที่ถูกกว่าธุรกิจโฆษณาอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจไม่เกิน 1 ปี ระยะเวลา 1 – 5 ปี ระยะเวลา 6 – 10 ปี และ ระยะเวลา 10 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านสถานที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะดวกในการติดต่อธุรกิจผ่านทางโทรศัพท์ หรือโทรสาร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจไม่เกิน 1 ปี ระยะเวลา 1 – 5 ปี ระยะเวลา 6 – 10 ปี และ ระยะเวลา 10 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การให้บริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรีเมื่อมีการผลิตสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจไม่เกิน 1 ปี ระยะเวลา 6 – 10 ปี และ ระยะเวลา 10 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ 1 – 5 ปี ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานมีความรอบรู้เกี่ยวกับสื่อโฆษณา สามารถแนะนำข้อมูลแก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน และเข้าใจง่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจไม่เกิน 1 ปี ระยะเวลา 6 – 10 ปี และ ระยะเวลา 10 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความรวดเร็ว ส่งมอบได้ตรงเวลา

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจไม่เกิน 1 ปี ระยะเวลา 6 – 10 ปี และ ระยะเวลา 10 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เช่น ในกรณีของสื่อออนไลน์ที่มีฐานข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 5.7 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความสำคัญที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน			
	น้อยกว่าเท่ากับ 300,000 บาท	300,001 – 400,000 บาท	400,001 – 500,000 บาท	500,000 บาทขึ้นไป
ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	ธุรกิจโฆษณา สามารถผลิตสื่อได้ อย่างครอบคลุม และมี ประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุ และดิจิทัลใน ช่วงเวลาและ ความถี่ที่เหมาะสม เป็นต้น (4.32: มาก)	ธุรกิจโฆษณา สามารถผลิตสื่อได้ อย่างครอบคลุม และมี ประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุ และดิจิทัลใน ช่วงเวลาและ ความถี่ที่เหมาะสม เป็นต้น (4.62: มากที่สุด)	ธุรกิจโฆษณา สามารถผลิตสื่อได้ อย่างครอบคลุม และมี ประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุ และดิจิทัลใน ช่วงเวลาและ ความถี่ที่เหมาะสม เป็นต้น (4.53: มากที่สุด)	ธุรกิจโฆษณา สามารถผลิตสื่อได้ อย่างครอบคลุม และมี ประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุ และดิจิทัลใน ช่วงเวลาและ ความถี่ที่เหมาะสม เป็นต้น (4.49: มาก)
ปัจจัยด้านราคา	ราคาในการผลิต สื่อโฆษณาที่ถูก กว่าธุรกิจโฆษณา อื่นๆ (4.67: มากที่สุด)	ราคาในการผลิต สื่อโฆษณาที่ถูก กว่าธุรกิจโฆษณา อื่นๆ (4.61: มากที่สุด)	ราคาในการผลิต สื่อโฆษณาที่ถูก กว่าธุรกิจโฆษณา อื่นๆ (4.5: มาก)	ราคาในการผลิต สื่อโฆษณาที่ถูก กว่าธุรกิจโฆษณา อื่นๆ (4.57: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านสถานที่	ความสะดวกใน การติดต่อธุรกิจ ผ่านทางโทรศัพท์ หรือโทรสาร (4.21: มาก)	ความสะดวกใน การติดต่อธุรกิจ ผ่านทางโทรศัพท์ หรือโทรสาร (4.24: มาก)	ความสะดวกใน การติดต่อธุรกิจ ผ่านทางโทรศัพท์ หรือโทรสาร (4.29: มาก)	ความสะดวกใน การติดต่อธุรกิจ ผ่านทางโทรศัพท์ หรือโทรสาร (4.14: มาก)

ตารางที่ 5.7 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความสำคัญที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน			
	น้อยกว่าเท่ากับ 300,000 บาท	300,001 – 400,000 บาท	400,001 – 500,000 บาท	500,000 บาทขึ้นไป
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การให้บริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรี เมื่อมีการผลิตสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เป็นต้น (4.49: มาก)	การให้บริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรี เมื่อมีการผลิตสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เป็นต้น (4.49: มาก)	การให้บริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรี เมื่อมีการผลิตสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เป็นต้น (4.58: มากที่สุด)	การให้บริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรี เมื่อมีการผลิตสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เป็นต้น (4.61: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี (4.62: มากที่สุด)	พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี (4.56: มากที่สุด)	พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี (4.56: มากที่สุด)	พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี (4.73: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความรวดเร็ว ส่งมอบได้ตรงเวลา (4.5: มากที่สุด)	การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความรวดเร็ว ส่งมอบได้ตรงเวลา (4.54: มากที่สุด)	การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความรวดเร็ว ส่งมอบได้ตรงเวลา (4.48: มาก)	การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความรวดเร็ว ส่งมอบได้ตรงเวลา (4.53: มากที่สุด)

ตารางที่ 5.7 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความสำคัญที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน			
	น้อยกว่าเท่ากับ 300,000 บาท	300,001 – 400,000 บาท	400,001 – 500,000 บาท	500,000 บาทขึ้นไป
ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	การมีระบบรักษา ความปลอดภัย ของข้อมูล เช่นใน กรณีของสื่อ ออนไลน์ที่มี ฐานข้อมูลบน อินเทอร์เน็ต (3.93: มาก)	การมีระบบรักษา ความปลอดภัย ของข้อมูล เช่นใน กรณีของสื่อ ออนไลน์ที่มี ฐานข้อมูลบน อินเทอร์เน็ต (3.83: มาก)	การมีระบบรักษา ความปลอดภัย ของข้อมูล เช่นใน กรณีของสื่อ ออนไลน์ที่มี ฐานข้อมูลบน อินเทอร์เน็ต (3.93: มาก)	การมีเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือ เทคโนโลยีที่มี ความทันสมัย เช่น อุปกรณ์ในการ ผลิตสื่อและ กระจายเสียงที่ ครบครันตามแบบ สากล เป็นต้น (3.86: มาก)

จากตารางที่ 5.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าเท่ากับ 300,000 บาท ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 300,001 – 400,000 บาท ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 400,001 – 500,000 บาท และยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 500,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ธุรกิจโฆษณาสามารถผลิตสื่อได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุและดิจิทัลในช่วงเวลาและความถี่ที่เหมาะสม เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าเท่ากับ 300,000 บาท ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 300,001 – 400,000 บาท ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 400,001 – 500,000 บาท และยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 500,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาในการผลิตสื่อโฆษณาที่ถูกกว่าธุรกิจโฆษณาอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าเท่ากับ 300,000 บาท ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 300,001 – 400,000 บาท ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 400,001 – 500,000 บาท และยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 500,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะดวกในการติดต่อธุรกิจผ่านทางโทรศัพท์ หรือโทรสาร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าเท่ากับ 300,000 บาท ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 300,001 – 400,000 บาท ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 400,001 – 500,000 บาท และยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 500,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การให้บริการเสริมพิเศษ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต ฟรีเมื่อมีการผลิตสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าเท่ากับ 300,000 บาท ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 300,001 – 400,000 บาท ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 400,001 – 500,000 บาท และยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 500,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าเท่ากับ 300,000 บาท ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 300,001 – 400,000 บาท ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 400,001 – 500,000 บาท และยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 500,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีความรวดเร็ว ส่งมอบได้ตรงเวลา

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าเท่ากับ 300,000 บาท ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 300,001 – 400,000 บาท และ ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 400,001 – 500,000 บาท ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เช่น ในกรณีของสื่อออนไลน์ที่มีฐานข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 500,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การมีเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย เช่น อุปกรณ์ในการผลิตสื่อและกระจายเสียงที่ครบครันตามแบบสากล เป็นต้น

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้ศึกษาขอเสนอแนวทางในการปรับปรุงพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจ และปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจโฆษณา ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณาจึงควรให้ความสำคัญเรื่องหน้าที่ธุรกิจโฆษณาสามารถผลิตสื่อได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ เช่น การเสนอสื่อวิทยุและดิจิทัลในช่วงเวลาและความถี่ที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา อาทิ การเมือง สังคม เศรษฐกิจ ศาสนา และความเชื่อ เป็นต้น ผู้ออกแบบโฆษณาต้องทราบว่ากลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสารไปถึงเป็นใคร มีพฤติกรรมอย่างไร เพื่อใช้ในการเลือกสรรข้อมูล วิธีการสื่อสาร ช่วงเวลา และผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณาควรสามารถให้บริการสื่อโฆษณาอย่างน้อย 3 สื่อโฆษณาหลัก ได้แก่ สื่อใบปลิว / โบชัวร์ สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อหนังสือพิมพ์ เนื่องจากเป็นสื่อโฆษณาหลักที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ

ยิ่งไปกว่านั้นผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณาควรให้ความสำคัญกับออกแบบเนื้อหาและรูปแบบของโฆษณาให้ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าต้องการจะสื่อสาร โดยจะต้องตอบสนองจุดประสงค์ในการสื่อความหมายได้อย่างเต็มที่ ตัวโฆษณาจะต้องมีความชัดเจนของเนื้อหา และข้อความที่ใช้ในการสื่อความหมายจะต้องมีความกระชับ และมีขนาดที่พอเหมาะกัน รูปภาพและข้อความที่นำเสนอควรให้มีความสอดคล้องสัมพันธ์และส่งเสริมซึ่งกันและกัน จะต้องสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้มากที่สุด และผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณาควรมีการประชุมและนำเสนอเนื้อหาของงานสื่อโฆษณาให้ลูกค้าได้รับทราบอย่างสม่ำเสมอ และต้องได้รับการอนุมัติเป็นลายลักษณ์อักษรจากลูกค้าก่อนการนำเสนอออกสู่สาธารณชนเสมอ เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการสื่อสารด้วย

นอกจากนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณาควรมีการกำหนดเกณฑ์ที่ใช้วัดความสำเร็จ และตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPI : Key Performance Indicator) ของสื่อโฆษณาที่ผลิตออกไปอย่างชัดเจนด้วย เช่น การทำแบบสอบถามกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อทำให้ทราบถึงการรับรู้ของสื่อโฆษณาที่ทางผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณาได้นำเสนอออกไป เป็นต้น

ปัจจัยด้านราคา ในการกำหนดระดับราคาในการผลิตสื่อโฆษณา ทางผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณา ควรทำการสำรวจระดับราคาค่าบริการผลิตสื่อโฆษณาในท้องถิ่นอย่างสม่ำเสมอ โดยเน้นให้เกิดความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของงานโฆษณา และกำหนดระยะเวลาในการลงโฆษณา ให้มีความเหมาะสมกับราคาค่าบริการ โดยมีการจัดแบ่งราคาค่าโฆษณาตาม ระยะเวลาที่ลงโฆษณา เช่น ราคาค่าโฆษณาสื่อวิทยุกระจายเสียงต่อ 1 เดือนเท่ากับ 5,000 บาท แต่หากลงโฆษณาดต่อกัน 3 เดือนจะลดราคาเหลือ 4,000 บาท ต่อเดือน เป็นต้น อีกทั้งควรให้ผู้ลงโฆษณาสามารถต่อรองค่าใช้จ่ายได้บ้างตามความเหมาะสม เช่น หากเป็นลูกค้าใหม่อาจต่อรองได้ไม่เกิน 3 - 5% แต่หากเป็นลูกค้าประจำสามารถต่อรองได้ 5 - 10% หรือหากลูกค้าต้องการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์สี แต่มีเนื้อสีไม่เต็มหน้ากระดาษ/ป้ายโฆษณา หรือมีแต่น้อย อาจมีการปรับลดราคาให้ลูกค้าได้บ้างตามความเหมาะสม เป็นต้น และมีการแสดงราคาค่าบริการสื่อแต่ละประเภทได้อย่างชัดเจน เช่น ในใบเสนอราคา บนเว็บไซต์ เป็นต้น

ปัจจัยด้านสถานที่ ธุรกิจโฆษณาควรเน้นช่องทางในการติดต่อธุรกิจผ่านทางโทรศัพท์หรือโทรสาร เช่น การแสดงเบอร์โทรศัพท์หรือโทรสารขนาดใหญ่ที่มองเห็นได้ชัดเจนป้ายและนามบัตรของธุรกิจโฆษณา ให้ลูกค้ามองเห็นและจดจำได้ง่าย ควรมีเบอร์โทรศัพท์สำรองไว้ด้วย เพื่อให้ลูกค้าติดต่อเข้ามาได้สะดวก มีการจัดพนักงานผู้รับผิดชอบรับเรื่องทางโทรศัพท์ ไม่ปล่อยให้ผู้ติดต่อต้องพบกับระบบรับสายอัตโนมัติที่มีความซับซ้อนหรือนานจนเกินไปกว่าจะได้คุยกับ Operator ในส่วนของโทรสารควรจัดให้มีผู้รับผิดชอบอย่างชัดเจน เนื่องจากลูกค้าบางส่วนจะใช้โทรสารในการรับ-ส่งรายละเอียดข้อมูลของตัวโฆษณา และควรดูแลไปจนถึงช่องทางการสื่อสารผ่านอีเมลด้วย ไม่ควรปล่อยให้เลขการตอบกลับนานเกินไป ควรมีการแจ้งกลับลูกค้าทันทีที่ได้รับอีเมลจากลูกค้าว่าทางธุรกิจโฆษณาได้รับอีเมลจากลูกค้าแล้ว และจะติดต่อกลับไปภายใน 24 ชั่วโมง เป็นต้น

นอกจากนี้ที่ตั้งของธุรกิจก็ถือเป็นปัจจัยสำคัญ ธุรกิจโฆษณาควรมีที่ตั้งที่มองเห็นได้ชัดเจนจากด้านนอก หากธุรกิจเป็นตึกแถว ควรจัดทำป้ายร้านที่มีขนาดใหญ่มองเห็นได้ชัดเจนโดดเด่นออกจากป้ายร้านในตึกแถวอื่นๆ หากธุรกิจไม่ได้อยู่บนถนนใหญ่หรืออยู่อาคาร ก็ควรมีการจัดทำป้ายแสดงชื่อธุรกิจโฆษณาที่มีความชัดเจนเช่นกัน ที่ตั้งของธุรกิจที่สามารถเดินทางไปติดต่อได้โดยสะดวก หาได้ไม่ยาก อยู่ในพื้นที่เศรษฐกิจ รวมถึงการจัดทำเว็บไซต์ของธุรกิจให้รายละเอียดของบริการ ข้อมูล อัตราค่าบริการอย่างชัดเจน เพื่อเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงข้อมูล และเพื่อประหยัดเวลาของลูกค้าในการติดต่อสอบถามเกี่ยวกับการบริการของธุรกิจ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณาควรพิจารณาเพิ่มบริการเสริมพิเศษต่างๆ เช่น การผลิตสื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตฟรีเมื่อมีการผลิตสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ ทั้งนี้เนื่องจากการผลิตสื่อโฆษณابนอินเทอร์เน็ตนั้นจัดได้ว่ามีต้นทุนค่อนข้างต่ำ และสามารถผลิตซ้ำ (Duplicate) ได้ง่าย เมื่อเทียบกับสื่อประเภทอื่นๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อกระจายเสียง หากทางธุรกิจโฆษณาสามารถสรรหาบุคลากรผู้ออกแบบและผลิตสื่อบนเว็บไซต์และ Social Media ที่มีฝีมือเข้ามาร่วมงานกับธุรกิจได้จะสามารถสร้างจุดขายอันโดดเด่นให้กับธุรกิจได้ในระยะยาว นอกจากนี้ ควรมีการให้ส่วนลดกับลูกค้าในการใช้บริการ เช่น การให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ และลูกค้าที่สั่งผลิตชิ้นงานโฆษณาเป็นจำนวนมาก เป็นต้น โดยมีการใช้เกณฑ์ในการพิจารณาราคาและส่วนลดที่ชัดเจน เป็นรูปธรรม เช่น ลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ 6 เดือนขึ้นไป ให้ส่วนลด 10% ลงโฆษณา 1 ปี ให้ส่วนลด 20% เป็นต้น รวมถึงการให้สมนาคุณพิเศษแก่ลูกค้า เช่น การแถมพื้นที่โฆษณาตามป้ายหรือหน้าสื่อสิ่งพิมพ์ฟรี หรือการแถมระยะเวลาและความถี่ในการออกอากาศ การจัดรายการ โปร โมชันพิเศษในช่วงเทศกาล เป็นต้น

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณา ควรอบรมพนักงานให้พร้อมนำเสนอบริการที่ดีอยู่เสมอ เพราะธุรกิจด้านการบริการนั้นพนักงานถือเป็นหัวใจสำคัญ และถือเป็นด่านหน้าที่จะต้องพบปะลูกค้าโดยตรง ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณา จึงควรอบรมพนักงานให้มีความใส่ใจของการให้บริการ (Service Mind) พร้อมทั้งดูแลเรื่องบุคลิก การแต่งกาย การพูดจา การต้อนรับและให้รายละเอียดของบริการ โฆษณาด้วยความเต็มใจ มีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะให้บริการทันที โดยพนักงานต้องมีความรอบรู้เกี่ยวกับสื่อโฆษณา สามารถแนะนำข้อมูลแก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย และสามารถแก้ไขปัญหาและข้อเรียกร้องของลูกค้าได้ดี และจัดให้มีจำนวนพนักงานอย่างเพียงพอต่อการให้บริการแก่ลูกค้าทุกรายอย่างเหมาะสม อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณาควรให้ความสำคัญตั้งแต่ขั้นตอนของการคัดเลือกบุคลากร ไปจนถึงการดูแลรักษามูลค่าบุคลากรที่มีคุณภาพไว้กับองค์กร

– การคัดเลือก

ผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณา ควรจัดทำ Job Description และ Job Specification โดยละเอียดสำหรับระบุลักษณะบุคลากรแต่ละแผนกงานและลักษณะการทำงาน อาทิ พนักงานขาย ควรมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย 2 ปี เป็นต้น

– การฝึกอบรม

ภายหลังได้รับคัดเลือก พนักงานแต่ละแผนกจะต้องเข้ารับการฝึกอบรมอย่างน้อย 2 อาทิตย์ก่อนการเริ่มงานจริง และจะต้องผ่านระยะเวลาทดลองงาน 3 เดือน จึงจะสามารถปฏิบัติงานได้เอง โดยไม่มีพนักงานรุ่นพี่คอยดูแล นอกจากนี้พนักงานทุกคนจะได้รับการอบรมเกี่ยวกับสื่อโฆษณาแต่ละประเภทมีข้อเด่น ข้อด้อยอย่างไร เพื่อให้พนักงานสามารถอธิบายข้อมูลต่างๆ ให้กับลูกค้าได้อย่างละเอียดถูกต้อง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณาควรจัดการอบรมประจำปี หรืออาจเรียกอีกนัยหนึ่งคือการพักผ่อนประจำปี เพื่อให้พนักงานได้ทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อเพิ่มพูนความรักความสามัคคีทั้งกับเจ้าของกิจการและพนักงานด้วยกัน ทั้งนี้อาจเชิญวิทยากรมาฝึกอบรมโดยมุ่งเน้นในเรื่องของหัวใจของการบริการ (Service Mind) ให้กับพนักงานทุกคนได้ตระหนักถึงอยู่เสมอ ทั้งนี้เนื่องจาก ความดูแลเอาใจใส่ลูกค้า การใช้วาจาที่สุภาพ อ่อนน้อม การยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเองกับลูกค้า ถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อธุรกิจโฆษณา

– การประเมินผลการทำงาน

บุคลากรทุกคนในองค์กรจะต้องประเมินผลการทำงานซึ่งกันและกัน โดยจะมีการประเมินการทำงานของพนักงานเพื่อให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการลูกค้า โดยประเมินจากความรู้ความสามารถ ความพึงพอใจของหัวหน้าแผนกและลูกค้าผู้รับบริการ การให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค การมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า การมีบุคลิกที่น่าเชื่อถือและความเป็นมืออาชีพ เป็นต้น โดยอาจจัดให้มีการมอบตำแหน่งพนักงานดีเด่นประจำเดือน (Employee of the Month) ในแต่ละเดือน เพื่อประกาศเกียรติคุณและเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับพนักงานรายอื่นๆ อีกทั้งยังกระตุ้นให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการปรับปรุงตนเองในการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่องอีกด้วย ทั้งนี้พนักงานที่ได้รับตำแหน่งก็จะได้รับรางวัลเพื่อเสริมสร้างกำลังใจ

– การรักษาบุคลากร

เนื่องจากบุคลากรที่ดีและมีคุณภาพในปัจจุบันถือว่าหาได้ยาก ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณาควรเอาใจใส่และดูแลพนักงานให้ดีเช่นกัน โดยการให้เงินเดือนที่เหมาะสม มีการให้ Incentives ต่างๆ นอกเหนือจากเงินเดือน และจัดการประชุมในทุกลูกค้าเพื่อให้พนักงานสามารถถ่ายทอดปัญหาและความไม่สบายใจต่างๆ ในการทำงาน รวมถึงให้ความสำคัญกับพนักงานให้เสมือนเป็นครอบครัวเดียวกัน เนื่องจากหากพนักงานสบายใจ ทำงานอย่างมีความสุข ลูกค้าก็จะประทับใจ และกลับมาใช้บริการอีก กิจการก็จะมีรายได้ คือเป็นการเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณาควรคำนึงถึงการผลิตสื่อโฆษณาที่มีความรวดเร็ว ส่งมอบได้ตรงเวลา และมีเกณฑ์การกำหนดวันส่งมอบงาน (Deadline) ที่มีความชัดเจน มีการรับประกันให้แก่ลูกค้า เช่น หากส่งมอบงานช้ากว่ากำหนดจะคืนค่าใช้จ่ายให้บางส่วนหรือทั้งหมด และมีการกำหนดกฎเกณฑ์ที่เข้มงวดกับพนักงานผู้รับผิดชอบ มีการกำหนดการวางแผน ประชุมแผนเป็นประจำทุกสัปดาห์ หรือเป็นประจำทุกเดือน และตรวจสอบงานก่อนส่งมอบอย่างชัดเจน การผลิตต้องมีความถูกต้อง ละเอียด และแม่นยำ โดยรูปแบบและเนื้อหาต้องถูกต้องตามที่ได้มีการตกลงกันไว้กับลูกค้า และมีการปรับแต่งลักษณะและคุณภาพของสื่อโฆษณาอีกครั้งก่อน นำออกสู่สาธารณชน อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณาควรให้ความสำคัญด้านการโฆษณาเป็นพิเศษสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ที่ต้องการคำแนะนำ อีกด้วย และควรมีการกำหนดให้บริการอย่างเป็นขั้นตอน เข้าใจได้ง่าย โดยอาจแบ่งกระบวนการในการให้บริการออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

– **กระบวนการก่อนการให้บริการ**

เริ่มต้นตั้งแต่ลูกค้าติดต่อเข้ามายังกิจการ พนักงานขายจะต้องกล่าวต้อนรับลูกค้าด้วยความสุภาพและเป็นมิตร ในการเข้ารับบริการแต่ละครั้งของลูกค้า หากลูกค้าเป็นลูกค้ารายใหม่ พนักงานควรมีการชี้แจงรายละเอียดของการเข้ารับบริการแต่ละขั้นตอนอย่างละเอียด แต่มีความเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน มีการกำหนดลำดับการให้บริการก่อน-หลัง ชัดเจน มีการชี้แจงเหตุผลให้ลูกค้าได้ทราบว่าเพราะเหตุใดจึงควรใช้สื่อโฆษณาประเภทนี้ ควรให้ข้อมูลและคำแนะนำที่ให้ตรงกับความต้องการ หรือเงื่อนไขของลูกค้า และพร้อมแสดงการประมาณการค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นด้วย เช่น ลูกค้าอาจมีงบประมาณจำกัดควรแนะนำสื่อโฆษณาที่มีค่าใช้จ่ายไม่แพงมากนัก เป็นต้น

– **กระบวนการระหว่างการให้บริการ**

ภายหลังจากที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อบริการสื่อโฆษณาแล้ว ฝ่ายขายมีหน้าที่จัดเตรียมรายละเอียดของงานเพื่อส่งต่อให้ฝ่ายผลิตสื่อโฆษณานำไปดำเนินการต่อ โดยจะต้องให้หัวหน้าแผนกตรวจเช็คความเรียบร้อยของสื่อโฆษณาทุกครั้งก่อนส่งมอบงานให้แก่ลูกค้า และต้องได้รับการอนุมัติเป็นลายลักษณ์อักษรจากลูกค้าก่อนการนำเสนอออกสู่สาธารณชนเสมอ

ทั้งนี้เมื่อส่งมอบงานแล้ว จะต้องสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน รวดเร็วและถูกต้อง ออกบิลตามที่ลูกค้าร้องขอ รวมถึงการขอประวัติลูกค้าเพื่อเก็บไว้ในฐานข้อมูลลูกค้า โดยในส่วนนี้ หากสามารถจัดหาระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ เพื่อจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าแต่ละราย จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น

– กระบวนการหลังการขาย

การติดตามผลหลังการให้บริการ ผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณาควรจัดตั้ง Call Center เพื่อติดตามลูกค้า โดยภายหลังลูกค้าเข้าใช้บริการได้ 1 อาทิตย์ พนักงานจะต้องโทรสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าภายหลังการรับบริการ และภายใน 6 เดือนหลังจากการเข้ารับบริการครั้งแรก นอกจากนั้น พนักงานควรจัดส่งเอกสาร อาทิ การ์ดอวยพรสำหรับวันเกิด และข่าวสารต่างๆ ผ่านทางจดหมายและอีเมลล์แก่ลูกค้า เพื่อเป็นการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวอีกด้วย

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณาควรให้ความสำคัญกับเรื่องระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลเป็นพิเศษ เนื่องจากปัจจุบันการเจาะฐานข้อมูลกระทำได้ง่ายขึ้นและมีผลเสียหายได้อย่างคาดไม่ถึง จึงควรเน้นบริการในส่วนนี้หากมีการผลิตสื่อออนไลน์ มีการป้องกันการ Copy ข้อมูล เช่น การ Save ภาพสินค้าบนเว็บไซต์ของลูกค้า โดยเฉพาะสินค้าประเภทงานศิลปะ หรือมีการจดลิขสิทธิ์ ควรมีการทำลายน้ำ (Watermark) หรือเอกสารบางฉบับ อาจต้องการใส่ข้อความที่เกี่ยวข้องกับเอกสาร เช่น “Confidential” (ลับเฉพาะ) หรือ “Do Not Copy” (ห้ามสำเนา) ให้ปรากฏข้างหลังข้อความในเอกสาร หรือการตั้งล็อกเอกสารประเภท PDF ไม่ให้เกิดการนำไปพิมพ์หรือผลิตซ้ำได้ เป็นต้น

นอกจากนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณาควรให้ระดับที่มีความสำคัญกับการออกแบบอาคารและพื้นที่ภายในธุรกิจให้มีความทันสมัย น่าเชื่อถือ เนื่องจากการนำเสนอภาพลักษณ์ของธุรกิจโฆษณาเองแล้ว ยังสะท้อนถึงงานโฆษณาที่จะผลิตให้แก่ลูกค้าได้อีกด้วย ในอาคารควรมีอินเทอร์เน็ตไร้สายไว้ให้บริการลูกค้าที่มาติดต่อยังธุรกิจ และจัดพื้นที่ให้แก่ลูกค้าที่มาเข้ารับบริการอย่างสะดวกสบายและเพียงพอ นอกจากนั้น การมีเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย เช่น อุปกรณ์ในการผลิตสื่อและกระจายเสียง ห้องอัด ห้องตัดต่อ สตูดิโอ พื้นที่ รวมไปถึงงานยานพาหนะของ Production จึงมีระดับที่มีความสำคัญในการสร้างความประทับใจแรกเริ่มให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาติดต่อยังธุรกิจ ว่าธุรกิจจะสามารถถ่ายทอดวิสัยทัศน์ของลูกค้าให้ออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด