

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
ที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นายบัณฑิต แสงพยัคฆ์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ. ดร. นิตยา เจริญประเสริฐ

ประธานกรรมการ

ผศ. อรพิน สันติธีรากุล

กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 120 ราย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 41-50 ปี มีตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประเภทของกิจการเป็น บริษัทจำกัด (บจก.) ลักษณะของธุรกิจ เป็นกิจการผลิตมากที่สุด ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกิจการ มากกว่า 10 ปี มีทุนจดทะเบียนของกิจการ ไม่เกิน 30 ล้านบาท และมีจำนวนพนักงานประจำทั้งหมด (ทั้งแบบรายเดือนและรายวัน) 51-200 คน กิจการส่วนใหญ่เคยใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ โดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ นอกจากนี้ลักษณะของที่ปรึกษาทางธุรกิจที่เคยใช้บริการ เป็นบริษัทที่ปรึกษาเอกชนที่มีสถานประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ โดยประเภทของการให้คำปรึกษาทางธุรกิจที่เคยใช้บริการ คือ การพัฒนาและฝึกอบรมบุคลากร กิจการส่วนใหญ่ใช้วิธีแสวงหาข้อมูลที่ปรึกษาทางธุรกิจ มาจากคำแนะนำของเจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการ เช่น กระทรวงอุตสาหกรรม และสาเหตุที่ใช้บริการที่ปรึกษาทาง

ธุรกิจ คือ เพื่อช่วยในการวินิจฉัยและแก้ไขปัญหาต่างๆ ภายในองค์กร โดยหลักเกณฑ์ในการคิดค่าธรรมเนียมที่เป็นธรรมในการให้คำปรึกษาทางธุรกิจ คือ ขอบเขตของงานให้คำปรึกษา

ผลการศึกษาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่ให้มีความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ สำหรับปัจจัยด้านราคา การจัดทำหมาย และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับมาก และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดให้มีความสำคัญในระดับน้อย

นอกจากนี้ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรก คือ การวินิจฉัยปัญหาและแก้ไขได้ตรงประเด็น ปัจจัยด้านราคา คือ การคิดค่าธรรมเนียมบริการที่เหมาะสม ปัจจัยด้านการจัดทำหมาย คือ ที่ตั้งของสำนักงานสะดวกในการติดต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากร คือ พนักงานมีความรู้ความชำนาญ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรศัพท์ หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ และห้องน้ำ ปัจจัยด้านกระบวนการ คือ มีขั้นตอนในการทำงานที่เข้าใจง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Services Marketing Mix Factors Influencing the Selection of Business Consultant Services of Entrepreneurs in Chiang Mai Province

Author Mr. Bhundit Sangpayak

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Assoc. Prof. Dr. Nittaya Jariangprasert

Chairperson

Asst. Prof. Orapin Santiterakun

Member

ABSTRACT

This independent study aimed to explore services marketing mix factors influencing the selecting of business consultant services of entrepreneurs in Chiang Mai province. Data collection was conducted through questionnaires distributed to 120 entrepreneurs in Chiang Mai. Then, data was analyzed by descriptive statistic for frequency, percentage, and means.

The research findings suggested that most respondents were male whose ages were between 41-50 years old. Most respondents were owner/entrepreneur with the Bachelor's degree. Most of their businesses were in a type of company limited (Co., Ltd.) under a category of business for production. They had run their businesses for more than 10 years and had the registering fund not over than 30 million baht. The findings revealed that they had 51-200 permanent employees (daily and monthly types of employee). Most of them used business consultant services with the support from government section. They also revealed that they used business consultant services from private companies located in Chiang Mai. Types of service they mostly used were people development and training. The majority learnt about the

Ministry of Industry. The reason of using business consultant service was referred to expectation analyzing and solving problems of the organizations. In addition, they believed that the principle for payment should be fairly set in relation to the scope of consultation.

Regarding the services marketing mix factors influencing the selecting of business consultant services of entrepreneurs in Chiang Mai, the findings suggested that respondents rated at the highest for factors namely product, people, and process, whereas the factors namely price, place, and physical evidence were rated at only high level. However, the factor of promotion was rated at low.

In product factor, the entrepreneurs rated at the highest for the straight-to-the-point problem's analysis and solution. In price factor, they rated for the appropriate rate for service charge. In place factor, they rated for the location where was convenient to contact. In promotion factor, they rated for the advice from the one who used services from a business consultant company. In people factor, they rated for the proficiency of staff. In physical evidence, they rated for the offer of facilities such as television, newspaper, magazines, and rest rooms. In process factor, they rated for the easy to understand and uncomplicated working steps.