

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ จำนวน 120 ราย นำมาวิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะได้ ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 41-50 ปี มีตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประเภทของกิจการเป็น บริษัทจำกัด (บจก.) ลักษณะของธุรกิจ เป็นกิจการผลิตมากที่สุด ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกิจการ มากกว่า 10 ปี โดยส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนของกิจการ ไม่เกิน 30 ล้านบาท และส่วนใหญ่จำนวนพนักงานประจำทั้งหมด (ทั้งแบบรายเดือนและรายวัน) 51-200 คน กิจการส่วนใหญ่เคยใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ โดยผู้ตอบแบบสอบถามเคยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ในการให้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจที่เคยใช้บริการ โดยส่วนใหญ่ลักษณะของที่ปรึกษาทางธุรกิจที่เคยใช้บริการ เป็นบริษัทที่ปรึกษาเอกชนที่มีสถานประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ และประเภทของที่ปรึกษาทางธุรกิจที่เคยใช้บริการ คือ การพัฒนาและฝึกอบรมบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่วิธีแสวงหาข้อมูลที่ปรึกษาทางธุรกิจ คือ จากคำแนะนำของเจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการ เช่น กระทรวงอุตสาหกรรม และสาเหตุที่ใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ คือ เพื่อช่วยให้การวินิจฉัยและแก้ไขปัญหาต่างๆ ภายในองค์กร โดยหลักเกณฑ์ในการคิดค่าธรรมเนียมที่เป็นธรรมในการให้คำปรึกษาทางธุรกิจ คือ ขอบเขตของงานให้คำปรึกษาฯ และส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยสำคัญที่คำนึงถึงในการพิจารณาเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจในอนาคต อันดับแรกคือคุณภาพการให้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ

All rights reserved

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ดังนี้

ตารางที่ 50 สรุปปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ลำดับ 1	ลำดับ 2	ลำดับ 3
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	วินิจฉัยปัญหาและแก้ไขได้ตรงประเด็น	สามารถเก็บรักษาความลับของลูกค้าได้ดี	ที่ปรึกษามีความรู้กับสาขางานที่ให้คำปรึกษา
ปัจจัยด้านราคา	การคิดค่าธรรมเนียมบริการที่เหมาะสม	มีการประเมินราคาตามประเภทของธุรกิจ	ราคาใกล้เคียงกับสำนักงานที่ปรึกษาธุรกิจอื่น
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ที่ตั้งของสำนักงานสะดวกในการติดต่อ	สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้า ติดต่อสะดวก	สถานที่ตั้งใกล้สถานที่ราชการติดต่อสะดวก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ	การให้ทดลองบริการก่อนทำสัญญาจริง	การมีผลงานอ้างอิงในอดีต เช่น การมีชื่อเสียงของบริษัทเป็นต้น
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานมีความรู้ความชำนาญ	บุคลากรในทีมที่ปรึกษาแนะนำมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในธุรกิจ	พนักงานอธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษาเข้าใจง่าย และมีความพร้อมของทีมงานที่ปรึกษา
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ และห้องน้ำ	มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	ความสะอาดของอาคารสถานที่
ปัจจัยด้านกระบวนการ	มีขั้นตอนในการทำงานที่เข้าใจง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน	สามารถเก็บรักษาข้อมูลลูกค้าเป็นความลับไว้เป็นอย่างดี และมีการติดตามผลการดำเนินงาน	มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และมีเทคนิคในการให้คำปรึกษาที่ได้ผลในระยะเวลาที่กำหนด

ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และด้านกระบวนการในระดับมากที่สุดเป็นอันดับแรก และให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยอื่นเป็นอันดับรองลงไป ดังแสดงในตารางที่ 51

ตารางที่ 51 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.61	มากที่สุด	1
ปัจจัยด้านราคา	3.59	มาก	5
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.63	มาก	4
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.44	น้อย	6
ปัจจัยด้านบุคลากร	4.55	มากที่สุด	2
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.83	มาก	3
ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.61	มากที่สุด	1

ส่วนที่ 3 ปัญหาในการใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ

สำหรับปัญหาในการใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยใน 3 อันดับแรกของปัจจัยย่อยต่างๆ สามารถสรุปได้ดังแสดงในตารางที่ 52

ตารางที่ 52 แสดงระดับปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ 3 อันดับแรก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ลำดับ 1	ลำดับ 2	ลำดับ 3
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	วินิจฉัยปัญหาและแก้ไขไม่ตรงประเด็น	ที่ปรึกษาไม่สามารถแก้ไขปัญหาลงสำเร็จ	ที่ปรึกษาไม่มีจรรยาบรรณในวิชาชีพ
ปัจจัยด้านราคา	คิดค่าธรรมเนียมไม่เหมาะสม	ไม่ประเมินราคาตามประเภทธุรกิจ	การปรับเปลี่ยนราคาบ่อยครั้ง

ตารางที่ 52 (ต่อ) แสดงระดับปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ 3 อันดับแรก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	ลำดับ 1	ลำดับ 2	ลำดับ 3
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	สถานที่จอดรถคับแคบ ไม่เพียงพอต่อการจอดรถ	ที่ตั้งของสำนักงานไม่สะดวกในการติดต่อ	สถานที่ตั้งสำนักงานไกลบ้านหรือที่ทำงานไม่สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การประชาสัมพันธ์น้อย ถูกคำไม่ทราบ รายละเอียดเกี่ยวกับการให้บริการ	ไม่มีการเสนอขายทางโทรศัพท์ และขอพบเพื่อให้รายละเอียด	ไม่เคยได้รับคำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยมาใช้บริการ
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานไม่มีความรู้ ความชำนาญและความสามารถไม่เพียงพอ	พนักงานให้คำปรึกษาไม่ชัดเจน และพนักงานอธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษาเข้าใจยาก	พนักงานไม่มีความน่าเชื่อถือและความซื่อสัตย์
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	บรรยากาศภายในสำนักงานอึดอัด อากาศไม่ถ่ายเท สถานที่คับแคบ	ป้ายสำนักงานมองเห็นไม่ชัดเจน	ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไว้คอยบริการ เช่น โทรศัพท์ เครื่องถ่ายเอกสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ เก้าอี้ นั่ง เป็นต้น
ปัจจัยด้านกระบวนการ	การแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ล่าช้า	ไม่ได้รับความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อ	กระบวนการติดต่อยาก

สำหรับความต้องการบริการเพิ่มเติมนอกจากการให้บริการด้านการให้คำปรึกษาทางธุรกิจมากที่สุดคือ การจัดทำแผนกลยุทธ์/แผนปฏิบัติการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ก็ยังไม่เคยเปลี่ยนการให้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ สำหรับผู้ที่เปลี่ยนที่ปรึกษา สาเหตุที่เปลี่ยน คือ ผู้ให้บริการฯ ไม่สามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในการบริการฯ รองลงมาคือ ไม่สะดวกในการติดต่อกับผู้ให้บริการฯ และ ผู้ให้บริการฯ ไม่สามารถแก้ไขปัญหาให้สำเร็จลุล่วงไปได้ โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มจะใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจในอนาคต

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ อำเภอ ตามประเภทธุรกิจ และลักษณะของกิจการ

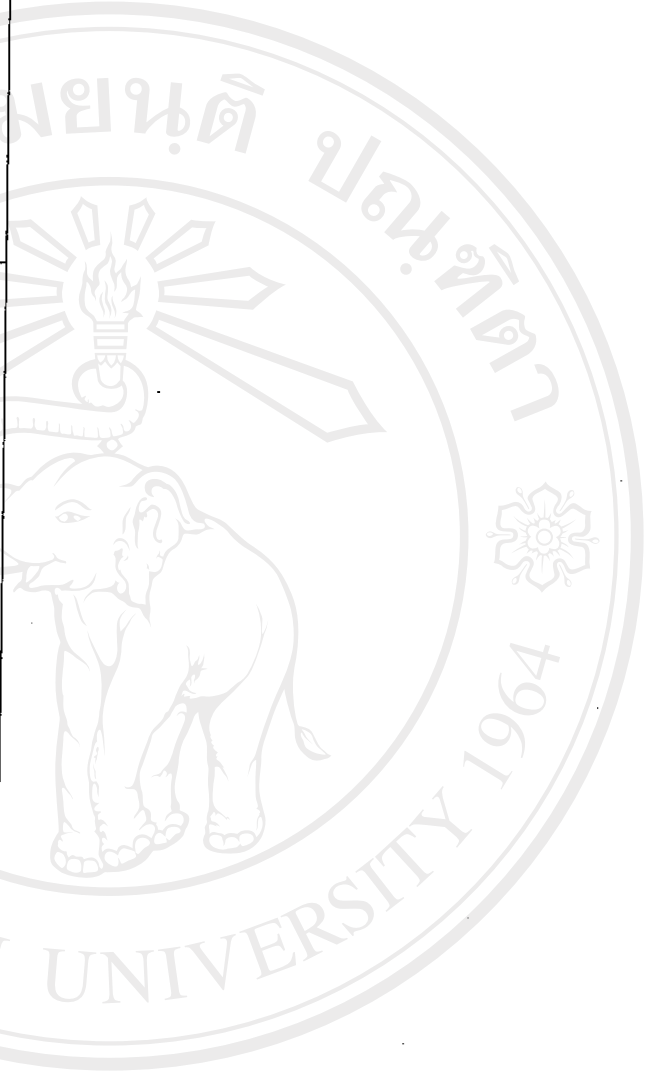
4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ อำเภอตามประเภทธุรกิจ

ตารางที่ 53 แสดงระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด อันดับแรก อำเภอตามประเภทธุรกิจ

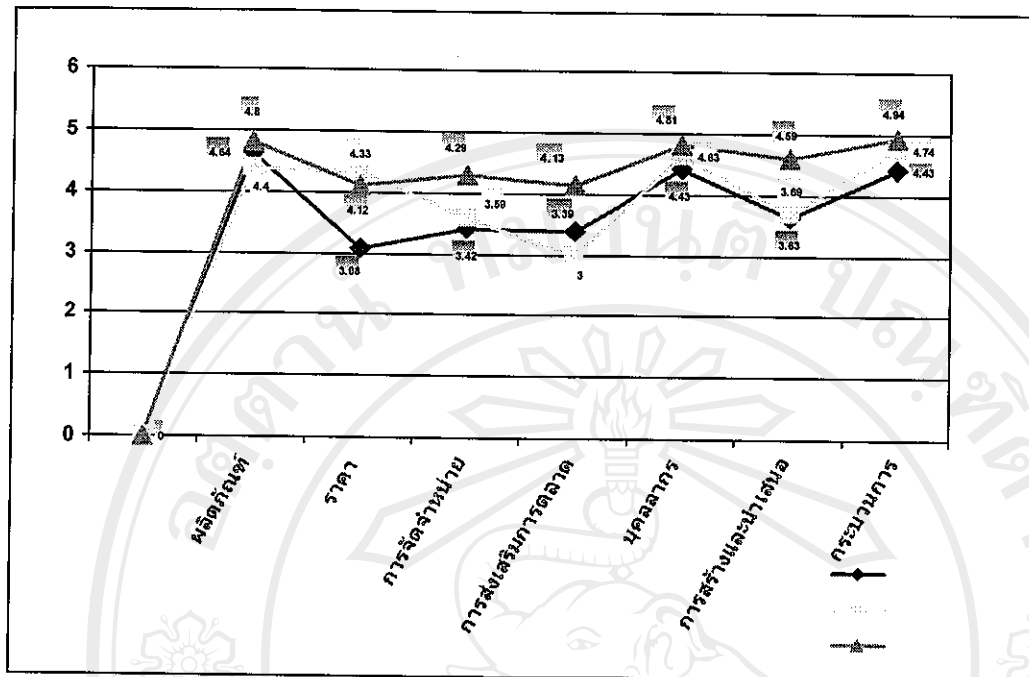
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ประเภทธุรกิจ		
	บริษัทจำกัด (บจก.)	ห้างหุ้นส่วนจำกัด (หจก.)	ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล (ทสม.)
ด้านผลิตภัณฑ์	วินิจฉัยปัญหาและแก้ไขได้ตรงประเด็น และสามารถปรึกษาคำถามของลูกค้าได้ดี	วินิจฉัยปัญหาและแก้ไขได้ตรงประเด็น และมีการติดตามผลแล้วเรื่องหลังจากให้คำปรึกษาเสร็จ	สามารถแก้ไขปัญหาและแก้ไขได้ตรงประเด็น
ด้านราคา	การคิดค่าบริการมีความสัมพันธ์กับมูลค่าที่ได้รับ	การคิดค่าบริการที่เหมาะสม ราคาใกล้เคียงกับสำนักงานที่ปรึกษาธุรกิจอื่น และมีการประเมินราคาตามประเภทของธุรกิจ	การคิดค่าบริการแบบบริการที่เหมาะสม
ด้านการจัดเจ้าหน้าที่	ที่ตั้งของสำนักงานสะดวกในการติดต่อ	สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้า ติดต่อสะดวก	ที่ตั้งของสำนักงานสะดวกในการติดต่อ และสถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้า ติดต่อสะดวก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ	การให้ทดลองบริการก่อนทำสัญญาจริง	การมีผลงานอ้างอิงในอดีต เช่น การมีชื่อเสียงของบริษัท เป็นต้น
ด้านบุคลากร	พนักงานมีความรู้ความชำนาญ และมีความพร้อมของทีมงานที่ปรึกษา	พนักงานมีความรู้ความชำนาญ และพนักงานมีความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า	พนักงานอธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษาเข้าใจง่าย และพนักงานมีความรู้ความชำนาญ

ตารางที่ 53 (ต่อ) แสดงระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัยส่วนประมวลทางการตลาด อันดับแรก จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยส่วนประมวลผลการตลาดบริการ	ประเภทธุรกิจ		
	บริษัทจำกัด (บจก.)	ห้างหุ้นส่วนจำกัด (หจก.)	ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล (หสม.)
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรศัพท์ หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ และห้องน้ำ สถานที่จอดรถเพียงพอ	มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย	มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรศัพท์ หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ และห้องน้ำ
ด้านกระบวนการ	สามารถให้บริการข้อมูลลูกค้าเป็นความลับได้เป็นอย่างดี	มีการแก้ไขปัญหาลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และมีบริการติดตามผลการดำเนินงาน	ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ และมีขั้นตอนในการทำงานที่เข้าใจง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน



Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved



รูปที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามประเภทธุรกิจ

จากรูปที่ 1 พบว่าทุกประเภทธุรกิจมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจมีความสัมพันธ์ไปทิศทางเดียวกัน

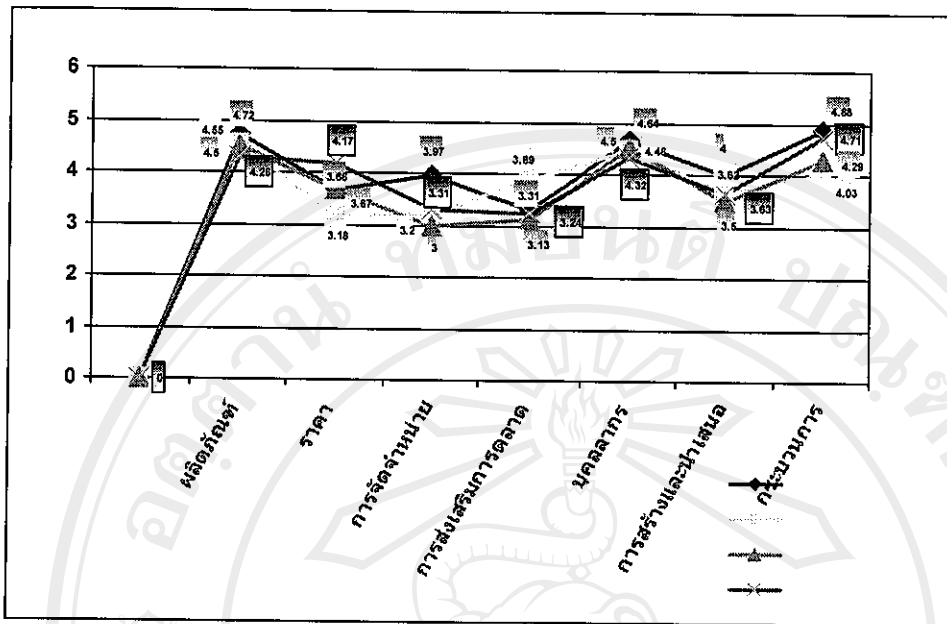
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่
 จำแนกตามลักษณะกิจการ

ตารางที่ 54 แสดงระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
 อันดับแรก จำแนกตามลักษณะของกิจการ

ลักษณะของธุรกิจ				
ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	กิจการผลิต	กิจการบริการ	กิจการค้าปลีก	กิจการ ค้าส่ง
ด้านผลิตภัณฑ์	วินิจฉัยปัญหาและแก้ไขได้ตรง ประเด็น มีจรรยาบรรณในวิชาชีพ สามารถให้บริการตามระดับของ ลูกค้าได้ดี ที่ปรึกษามีความรู้อย่าง งานที่ใช้คำปรึกษา	วินิจฉัยปัญหาและแก้ไขได้ตรง ประเด็น	ข้อเสียและประสบการณ์ของที่ ปรึกษา คุณภาพงานที่ซื้อได้ของที่ ปรึกษา การให้บริการที่ถูกต้อง แม่นยำ สามารถให้บริการตามระดับ ของลูกค้าได้ และมีบริการติดตาม ผลสำเร็จหลังจากการให้คำปรึกษา เสร็จ	วินิจฉัยปัญหาและแก้ไขได้ตรง ประเด็น มีการติดตามผลสำเร็จ หลังจากการให้คำปรึกษาเสร็จ
ด้านราคา	การคิดค่าบริการที่ เหมาะสม	การคิดค่าบริการที่ เหมาะสม	การคิดค่าบริการที่ เหมาะสม และราคาต่ำกว่า สำนักงานที่ปรึกษาธุรกิจอื่น	การคิดค่าบริการที่ เหมาะสม ราคาใกล้เคียงกับ สำนักงานที่ปรึกษาธุรกิจอื่น และมี การประเมินราคาตามประเภทของ ธุรกิจ
ด้านการจัดจำหน่าย	สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ ลูกค้า ติดต่อสะดวก	สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ ลูกค้า ติดต่อสะดวก	ที่ตั้งของสำนักงานสะดวกในการ ติดต่อ	ทุกปัจจัยอยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 54 (ต่อ) แสดงระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัยส่วนประมวลทาง การตลาด อันดับแรก จำแนกตามลักษณะของกิจการ

ลักษณะของธุรกิจ				
ปัจจัยส่วนประมวลตลาด	กิจการผลิต	กิจการบริการ	กิจการค้าปลีก	กิจการ ค้าส่ง
บริการ				
ด้านการส่งเสริมการตลาด	คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ	คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ และการมีผลลงอ้างอิงในอดีต เช่น การมีชื่อเสียงของบริษัทเป็นต้น	การมีผลงานอ้างอิงในอดีต เช่น การมีชื่อเสียงของบริษัทเป็นต้น และ การให้ทดลองบริการก่อนทำสัญญาจริง	การให้ทดลองบริการก่อนทำสัญญาจริง
ด้านบุคลากร	ความพร้อมของทีมงานที่ปรึกษา	พนักงานมีความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า	บุคลากรในทีมที่ปรึกษาแนะนำมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในธุรกิจ พนักงาน อธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษาเข้าใจง่าย พนักงานมีความชำนาญชำนาญ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ และเป็นกันเอง พนักงานสามารถเก็บความลับของลูกค้าได้ และมีความพร้อมของทีมงานที่ปรึกษา	พนักงานมีความรู้ความชำนาญ และ พนักงานมีความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ความสะอาดของอาคารสถานที่ และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสาร ต่างๆ และห้องน้ำ	สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสาร ต่างๆ และห้องน้ำ		มีสถานที่จอดรถเพียงพอ
ด้านกระบวนการ	มีขั้นตอนในการทำงานที่เข้าใจง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน และสามารถเก็บรักษาข้อมูลลูกค้าเป็นความลับไว้เป็นอย่างดี	ขั้นตอนในการทำงานที่เข้าใจง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน และมีบริการติดตามผลการดำเนินงาน	สามารถเก็บรักษาข้อมูลลูกค้าเป็น ความลับไว้เป็นอย่างดี และมีบริการติดตามผลการดำเนินงาน	ขั้นตอนในการทำงานที่เข้าใจง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีการแก้ไขปัญหาลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และมีบริการติดตามผลการดำเนินงาน



รูปที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ

จากรูปที่ 2 พบว่าทุกลักษณะของธุรกิจมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจมีความสัมพันธ์ไปทิศทางเดียวกัน

อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ใช้แนวคิดทฤษฎีกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) หรือ 7 P's เพื่อสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด บุคคลหรือพนักงาน การสร้างนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) กล่าวคือ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ การวินิจฉัยปัญหาและแก้ไขได้ตรงประเด็น รองลงมาคือ สามารถเก็บรักษาความลับของลูกค้าได้ดี และมีจรรยาบรรณในวิชาชีพ และที่ปรึกษามีความรู้กับสายงานที่ให้คำปรึกษา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุกัญญา จันทระประภาพ (2542) ที่ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ผู้ให้บริการต้องมีความรู้ความชำนาญ มีความรับผิดชอบและเก็บรักษาความลับของลูกค้าได้ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของธรรมศักดิ์ รักษ์ธรรมธัญ (2546) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง การตอบสนองและแก้ไขปัญหาให้ได้อย่างถูกต้อง

ปัจจัยด้านราคา จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ การคิดค่าธรรมเนียมบริการที่เหมาะสม รองลงมาคือ มีการประเมินราคาตามประเภทของธุรกิจ และราคาใกล้เคียงกับสำนักงานที่ปรึกษาธุรกิจอื่น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของธรรมศักดิ์ รักษ์ธรรมธัญ (2546) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ประเมินราคาตามประเภทธุรกิจ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุกัญญา จันทระประภาพ (2542) ที่ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการเหมาะสมกับปริมาณของเอกสาร

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ ที่ตั้งของสำนักงานสะดวกในการติดต่อ รองลงมาคือ

สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้าติดต่อสะดวก และสถานที่ตั้งใกล้สถานที่ราชการติดต่อสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของธรรมศักดิ์ รัชนีธรรมธัญ (2546) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง สถานที่ตั้งใกล้สถานที่ราชการติดต่อสะดวกและสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุกัญญา จันทระประภาพ (2542) ที่ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง สถานที่ตั้งใกล้สถานที่ราชการ และสถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนลูกค้าติดต่อสะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ รองลงมาคือ การให้ทดลองบริการก่อนทำสัญญาจริง และการมีผลงานอ้างอิงในอดีต เช่น การมีชื่อเสียงของบริษัท เป็นต้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของธรรมศักดิ์ รัชนีธรรมธัญ (2546) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง การประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับ ป้ายผ้า สาเหตุที่ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกันเนื่องจากรูปแบบของการดำเนินธุรกิจที่ไม่เหมือนกัน

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ พนักงานมีความรู้ความชำนาญ รองลงมาคือ บุคลากรในทีมที่ปรึกษาแนะนำมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในธุรกิจ และพนักงานอธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษาเข้าใจง่าย และ มีความพร้อมของทีมงานที่ปรึกษา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของธรรมศักดิ์ รัชนีธรรมธัญ (2546) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง พนักงานมีความรู้ความชำนาญ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรศัพท์ หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ และห้องน้ำ รองลงมาคือ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ และความสะอาดของอาคารสถานที่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของธรรมศักดิ์ รัชนีธรรมธัญ (2546) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย สาเหตุที่ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกันเนื่องจากรูปแบบของการดำเนินธุรกิจที่ไม่เหมือนกัน

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ มีขั้นตอนในการทำงานที่เข้าใจง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน รองลงมาคือ สามารถเก็บรักษาข้อมูลลูกค้าเป็นความลับไว้เป็นอย่างดี และมีการติดตามผลการดำเนินงาน และมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และมีเทคนิคในการให้คำปรึกษาที่ได้ผลในระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของธรรมศักดิ์ รัชชธรรมชัย (2546) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลไว้เป็นอย่างดี

ข้อค้นพบ

จากการศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจ ดังนี้

1. ด้านพฤติกรรมในการใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

1) วิธีแสวงหาข้อมูลที่ปรึกษาทางธุรกิจส่วนใหญ่มาจากคำแนะนำของเจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการ เช่นกระทรวงอุตสาหกรรม

2) โดยสาเหตุที่ใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ คือ เพื่อช่วยให้การวินิจฉัยและแก้ไขปัญหาต่างๆ ภายในองค์กร ผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่มีการใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจถึงร้อยละ 92.5

3) ผู้ประกอบการเคยเปลี่ยนการให้บริการที่ปรึกษาถึงร้อยละ 49.2 โดยสาเหตุที่เปลี่ยนการให้บริการมากที่สุดคือ ผู้ให้บริการไม่สามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในการบริการ

4) แนวโน้มที่จะใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจมีถึงร้อยละ 63.3 โดยปัจจัยสำคัญที่คำนึงถึงในการพิจารณาเลือกใช้บริการที่ปรึกษามากที่สุด คือ คุณภาพการให้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ

2. ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อการเลือกใช้ บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ มีดังนี้

1) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ สำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านกระบวนการ

2) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญน้อยคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

3) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรก คือ วินิจฉัยปัญหาและแก้ไขได้ตรงประเด็น และปัญหาที่พบบ่อยอันดับแรกคือ วินิจฉัยปัญหาและแก้ไขไม่ตรงประเด็น

4) ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ การคิดค่าธรรมเนียมบริการที่เหมาะสม และปัญหาที่พบบ่อยอันดับแรกคือ คิดค่าธรรมเนียมไม่เหมาะสม

5) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ ที่ตั้งของสำนักงานสะดวกในการติดต่อ และปัญหาที่พบบ่อยอันดับแรกคือ ที่ตั้งของสำนักงานไม่สะดวกในการติดต่อ

6) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ และปัญหาที่พบบ่อยอันดับแรกคือ การประชาสัมพันธ์น้อย ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับการให้บริการ

7) ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ พนักงานมีความรู้ความชำนาญ และปัญหาที่พบบ่อยอันดับแรกคือ พนักงานไม่มีความรู้ความชำนาญและความสามารถไม่เพียงพอ

8) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรศัพท์ หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ และห้องน้ำ และปัญหาที่พบบ่อยอันดับแรกคือ บรรยากาศภายในสำนักงานอึดอัด อากาศไม่ถ่ายเทสถานที่คับแคบ

9) ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดทุกปัจจัยย่อย โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีขั้นตอนในการทำงานที่เข้าใจง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน และปัญหาที่พบบ่อยที่สุดคือ การแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ล่าช้า

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะตามผลที่ได้จากการศึกษาดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับบริษัท ปรึกษาที่ให้คำปรึกษา

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ที่ปรึกษาทางธุรกิจควรมีเครื่องมือที่ใช้ในการวินิจฉัยปัญหาของผู้ประกอบการเพื่อความถูกต้องแม่นยำของประเด็นปัญหาที่ควรแก้ไข และควรแสดงขั้นตอนการให้คำปรึกษา เพื่อพูดคุยกับผู้ประกอบการให้เข้าใจถึงปัญหาที่แท้จริงก่อนให้บริการจริง และควรมีผู้เชี่ยวชาญ ผู้ชำนาญ ผู้ที่มีประสบการณ์ มีความรู้กับสายงานที่ให้คำปรึกษา ให้สอดคล้องกับธุรกิจ และการดำเนินงานหรือความต้องการของลูกค้า และควรมีการติดตามผลสำเร็จหลังจากการให้คำปรึกษาเสร็จทุกครั้ง

1.2 ด้านราคา ที่ปรึกษาควรตั้งราคาและคิดค่าธรรมเนียมที่เป็นมาตรฐาน โดยอาจใช้การประเมินราคาตามระยะเวลาการทำงาน (man-days) หรือแบ่งแยกตามประเภทธุรกิจ ไม่ควรปรับเปลี่ยนราคาบ่อย ทั้งนี้ควรเป็นราคาที่ผู้ประกอบการยอมรับได้และเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมโดยแยกตามประเภทกิจการที่ใช้บริการ ระยะเวลาการดำเนินงาน และเงินทุนของธุรกิจ ถ้าเป็นไปได้ควรให้มีการผ่อนชำระได้

1.3 ด้านการจัดจำหน่าย สำนักงานของที่ปรึกษาควรตั้งอยู่ในย่านธุรกิจที่สามารถเดินทางไปมาได้ง่าย สะดวกในการติดต่อธุรกิจ มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้มาใช้บริการ หรือควรมีพนักงานออกไปพบถึงสถานที่ตั้งของลูกค้าเพื่อแนะนำบริการในด้านต่าง ๆ

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ปรึกษาควรอ้างอิงผลงานที่ประสบความสำเร็จมาแล้วในอดีตเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร และควรแวะไปเยี่ยมเยือนลูกค้าเป็นประจำ และสม่ำเสมอถึงแม้จะเสร็จสิ้นการให้คำปรึกษาแล้ว เพื่อทำให้เกิดมิตรภาพที่ดีระหว่างที่ปรึกษากับผู้ประกอบการ รวมทั้งการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการเพื่อเป็นแหล่งอ้างอิงในการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับที่ปรึกษา นอกจากนี้ควรมีการแข่งขันข่าวสารให้กับผู้ประกอบการธุรกิจ ที่เป็นลูกค้าให้ทราบถึงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีจดหมายแนะนำบริการใหม่ ๆ อยู่เสมอ

1.5 ด้านบุคลากร ที่ปรึกษาควรมีการฝึกอบรมพนักงานอยู่เสมอ เพื่อให้เกิดความชำนาญในการทำงานและทำงานให้ถูกต้องตรงประเด็น สามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้รวดเร็ว และถูกต้อง พนักงานควรมีจริยามรรยาทที่ดี สามารถให้รายละเอียดแก่ลูกค้าโดยสามารถสื่อสารให้

ลูกค้าเข้าใจได้ว่าบริษัทลูกค้ามีปัญหาอย่างไร และมีขั้นตอนการแก้ไขปัญหาอย่างไรบ้าง และพนักงานสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ นอกจากนี้ควรเลือกรับพนักงานที่มีความรู้ตรงกับสายงานในด้านการให้คำปรึกษา มีความรักงาน และพร้อมที่จะเรียนรู้ในการพัฒนางาน มีบุคลิกที่น่าเชื่อถือ รวมทั้งมีการจูงใจพนักงานให้รักองค์กร

1.6 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ สำนักงานฯ ควรจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก หรือมีห้องให้ลูกค้ารอโดยมีน้ำดื่มบริการ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และมีที่นั่งรอให้เพียงพอสำหรับผู้มาใช้บริการ และรักษาความสะอาดของห้องอยู่เสมอ นอกจากนี้ห้องพักรับรองควรมีอากาศถ่ายเทได้สะดวก สถานที่ต้องไม่คับแคบจนเกินไป และอุปกรณ์เครื่องใช้ควรทันสมัยพร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา

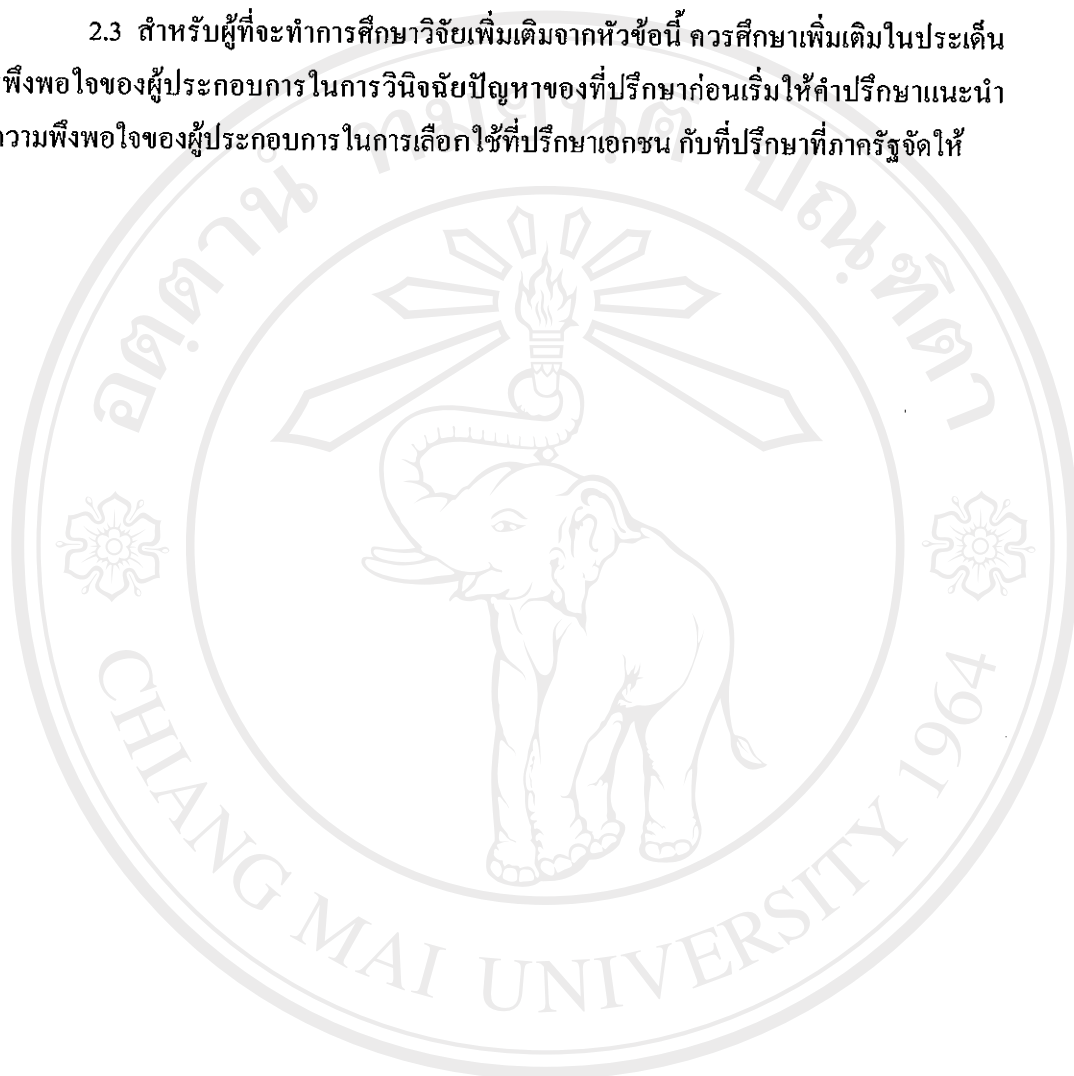
1.7 ด้านกระบวนการ ในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าไม่ควรล่าช้า หากเกิดปัญหางานไม่เสร็จไม่ตรงตามเวลานัดหมายตามที่กำหนดระยะเวลาไว้ ควรชี้แจงให้ลูกค้าทราบและอธิบายถึงสาเหตุของการล่าช้า โดยที่ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ การให้บริการลูกค้าต้องได้รับความสะดวกรวดเร็ว และการติดต่อสื่อสารไม่ควรยุ่งยาก มีหลากหลายทางเลือกเพื่อให้ความสะดวกแก่ลูกค้ามากที่สุด เช่น การติดต่อทางโทรศัพท์มือถือ การให้คำปรึกษาแนะนำผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หากลูกค้าเกิดปัญหาหรือต้องการความช่วยเหลือจากที่ปรึกษา ควรได้รับการตอบสนองอย่างทันท่วงที และควรมีการติดตามผลงานอยู่เสมอ เพื่อทราบถึงความพึงพอใจและปัญหาของลูกค้า รวมทั้งตระหนักถึงคุณภาพการให้บริการทุกขั้นตอนที่จะมีส่วนในการสร้างความพึงพอใจเพื่อให้ลูกค้าช่วยแนะนำผู้อื่น ซึ่งจะเป็นส่วนที่ช่วยสนับสนุนการส่งเสริมการตลาดของสำนักงานที่ปรึกษาต่อไป นอกจากนี้ควรมีกระบวนการต่างๆ ในการสร้างความมั่นใจในการรักษาความลับของลูกค้าด้วย เช่น เก็บเอกสารสำคัญไว้ในบริษัท ไม่นำออกจากรบริษัท และไม่พูดคุยให้ใครฟังแม้แต่ญาติพี่น้อง

2. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

2.1 ภาครัฐควรเข้ามามีบทบาทในการกำหนดมาตรฐานในการให้คำปรึกษาของที่ปรึกษา ควรมีการทดสอบความรู้ความสามารถของบุคคลที่จะทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาในแต่ละสาขาวิชาชีพ เพื่อจัดลำดับชั้นของที่ปรึกษาซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาดตนเองของที่ปรึกษา อีกทั้งยังจะได้มาซึ่งมาตรฐานด้านราคาของการให้คำปรึกษาในแต่ละประเภทธุรกิจ หรือหากภาครัฐจะให้การสนับสนุนด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการในการมีที่ปรึกษาประจำองค์กร ควรคัดเลือกที่ปรึกษาที่มีความรู้ความสามารถในการวินิจฉัยแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบการได้จริง ทั้งนี้เพื่อรักษามาตรฐานของที่ปรึกษา

2.2 ผู้ประกอบการที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจให้คำปรึกษาแนะนำควรมีความมุ่งมั่น ซื่อสัตย์ ขยันที่จะขนขวายหาความรู้ตลอดเวลา มีจรรยาบรรณในวิชาชีพ และสามารถเก็บรักษา ความลับของลูกค้าได้ดี

2.3 สำหรับผู้ที่ จะทำการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมจากหัวข้อนี้ ควรศึกษาเพิ่มเติมในประเด็น ความพึงพอใจของผู้ประกอบการในการวินิจฉัยปัญหาของที่ปรึกษาก่อนเริ่มให้คำปรึกษาแนะนำ หรือความพึงพอใจของผู้ประกอบการในการเลือกใช้ที่ปรึกษาเอกชน กับที่ปรึกษาที่ภาครัฐจัดให้



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved