

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ แบ่งผลการศึกษาออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่
- ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ
- ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทธุรกิจ และลักษณะของกิจการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	76	63.3
หญิง	44	36.7
รวม	120	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 63.3 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 36.7

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	15	12.6
31-40 ปี	34	28.3
41-50 ปี	55	45.8
51-60 ปี	16	13.3
รวม	120	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 41-50 ปีมากที่สุด ร้อยละ 45.8 รองลงมาคือ อายุ 31-40 ปี ร้อยละ 28.3 อายุ 51-60 ปี ร้อยละ 13.3 และต่ำกว่า 30 ปี ร้อยละ 12.6

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง

ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ	69	57.5
ผู้จัดการบริษัท/ห้างร้าน/โรงงาน	48	40.0
อื่นๆ	3	2.5
รวม	120	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ พนักงาน

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ มากที่สุด ร้อยละ 57.5 รองลงมาคือ ผู้จัดการบริษัท/ห้างร้าน/โรงงาน ร้อยละ 40.0 และอื่นๆ ร้อยละ 2.5

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า	0	0.0
อนุปริญญา	1	0.8
ปริญญาตรี	82	68.3
ปริญญาโท	37	30.8
สูงกว่าปริญญาโท	0	0.0
รวม	120	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระดับการศึกษาสูงสุด คือ ปริญญาตรี ร้อยละ 68.3 รองลงมาคือ ปริญญาโท ร้อยละ 30.8 และ อนุปริญญา ร้อยละ 0.8

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของกิจการ

ประเภทของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทจำกัด (บจก.)	70	58.3
ห้างหุ้นส่วนจำกัด (หจก.)	27	22.5
ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล (หสม.)	23	19.2
รวม	120	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประเภทของกิจการเป็น บริษัทจำกัด (บจก.) ร้อยละ 58.3 รองลงมาคือ ห้างหุ้นส่วนจำกัด (หจก.) ร้อยละ 22.5 และ ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล (หสม.) ร้อยละ 19.2

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ

ลักษณะของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
กิจการผลิต	71	59.2
กิจการบริการ	30	25.0
กิจการค้าปลีก	7	5.8
กิจการค้าส่ง	12	10.0
รวม	120	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ลักษณะของธุรกิจ เป็นกิจการผลิต ร้อยละ 59.2 รองลงมาคือ กิจการบริการ ร้อยละ 25.0 กิจการค้าส่ง ร้อยละ 10.0 และ กิจการค้าปลีก ร้อยละ 5.8

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกิจการ

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 2 ปี	0	0.0
2-5 ปี	8	6.7
5-10 ปี	16	13.3
มากกว่า 10 ปี	96	80.0
รวม	120	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของกิจการ มากกว่า 10 ปี ร้อยละ 80.0 รองลงมาคือ 5-10 ปี ร้อยละ 13.3 และ 2-5 ปี ร้อยละ 6.7

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

เงินทุนจดทะเบียนของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 30 ล้านบาท	78	65.0
เกินกว่า 30-50 ล้านบาท	17	14.2
เกินกว่า 50-60 ล้านบาท	3	2.5
เกินกว่า 60-100 ล้านบาท	15	12.5
เกินกว่า 100-200 ล้านบาท	7	5.8
รวม	120	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนของกิจการ ไม่เกิน 30 ล้านบาท ร้อยละ 65.0 รองลงมาคือ เกินกว่า 30-50 ล้านบาท ร้อยละ 14.2 เกินกว่า 60-100 ล้านบาท ร้อยละ 12.5 เกินกว่า 100-200 ล้านบาท ร้อยละ 5.8 และ เกินกว่า 50-60 ล้านบาท ร้อยละ 2.5

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนพนักงานประจำทั้งหมด (ทั้งแบบรายเดือนและรายวัน)

จำนวนพนักงานประจำทั้งหมด (ทั้งแบบรายเดือนและรายวัน)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 15 คน	9	7.5
16-25 คน	14	11.7
26-30 คน	3	2.5
31-50 คน	22	18.3
51-200 คน	59	49.2
มากกว่า 200 คนขึ้นไป	13	10.8
รวม	120	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานประจำทั้งหมด (ทั้งแบบรายเดือนและรายวัน) 51-200 คน ร้อยละ 49.2 รองลงมาคือ 31-50 คน ร้อยละ 18.3 16-25 คน ร้อยละ 11.7 มากกว่า 200 คนขึ้นไป ร้อยละ 10.8 ไม่เกิน 15 คน ร้อยละ 7.5 และ 26-30 คน ร้อยละ 2.5

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกิจการเคยใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ

การเคยใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	111	92.5
ไม่เคย	9	7.5
รวม	120	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กิจการเคยใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ ร้อยละ 92.5 ไม่เคยใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ ร้อยละ 7.5

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการให้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจที่เคยใช้บริการ

การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการให้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจที่เคยใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	63	56.8
ไม่ใช่	48	43.2
รวม	111	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเคยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการให้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจที่เคยใช้บริการ ร้อยละ 56.8 และไม่ใช่ ร้อยละ 43.2

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของที่ปรึกษาทางธุรกิจที่เคยใช้บริการ

ลักษณะของที่ปรึกษาทางธุรกิจที่เคยใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทที่ปรึกษาเอกชนที่มีสถานประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่	45	40.5
บริษัทที่ปรึกษาเอกชนที่ไม่ได้มีสถานประกอบการอยู่ในเชียงใหม่	21	18.9
ที่ปรึกษาอิสระในสังกัดหน่วยงานภาครัฐ	30	27.0
ที่ปรึกษาอิสระที่ไม่ได้สังกัดหน่วยงานภาครัฐ	15	13.5
รวม	111	92.5

หมายเหตุ: จากผู้เคยใช้บริการ จำนวน 111 ราย

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ลักษณะของที่ปรึกษาทางธุรกิจที่เคยใช้บริการ เป็นบริษัทที่ปรึกษาเอกชนที่มีสถานประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 40.5 รองลงมาคือที่ปรึกษาอิสระในสังกัดหน่วยงานภาครัฐ ร้อยละ 27.0 บริษัทที่ปรึกษาเอกชนที่ไม่ได้มีสถานประกอบการอยู่ในเชียงใหม่ ร้อยละ 18.9 และที่ปรึกษาอิสระที่ไม่ได้สังกัดหน่วยงานภาครัฐ ร้อยละ 13.5

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทบริการที่ปรึกษาทางธุรกิจที่เคยใช้บริการ

ประเภทของที่ปรึกษาทางธุรกิจที่เคยใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
การให้คำปรึกษาด้านการบริหาร	59	53.2
การให้คำปรึกษาด้านการเงิน	38	34.2
การให้คำปรึกษาด้านวิศวกรรม	34	30.6
การให้คำปรึกษาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	32	28.8
การตรวจสอบบัญชี การจัดทำบัญชี การให้คำปรึกษาด้านภาษี	45	40.5
การให้คำปรึกษาด้านกฎหมาย	49	44.1
การพัฒนาและฝึกอบรมบุคลากร	74	66.7

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้เคยใช้บริการ จำนวน 111 ราย

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประเภทของที่ปรึกษาทางธุรกิจที่เคยใช้บริการ คือ การพัฒนาและฝึกอบรมบุคลากร ร้อยละ 66.7 รองลงมาคือ การให้คำปรึกษาด้านการบริหาร ร้อยละ 53.2 การให้คำปรึกษาด้านกฎหมาย ร้อยละ 44.1 การตรวจสอบบัญชี การจัดทำบัญชี การให้คำปรึกษาด้านภาษี ร้อยละ 40.5 การให้คำปรึกษาด้านการเงิน ร้อยละ 34.2 การให้คำปรึกษาด้านวิศวกรรม ร้อยละ 30.6 การให้คำปรึกษาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ร้อยละ 28.8

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีแสวงหาข้อมูลที่ปรึกษาทางธุรกิจ

วิธีแสวงหาข้อมูลที่ปรึกษาทางธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
จากการแนะนำของผู้อื่น	38	34.2
จากทำเนียบนามส่วนราชการต่างๆ	23	20.7
จากคำแนะนำของเจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการ เช่น กระทรวงอุตสาหกรรม	73	65.8
จากหนังสือแนะนำตัวเองของบริษัทที่ปรึกษา	23	20.7
จากกิจการในเครือข่ายกันซึ่งใช้บริการอยู่ก่อนแล้ว	38	34.2
อื่นๆ	7	6.3

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้เคยใช้บริการ จำนวน 111 ราย
 อื่นๆ ได้แก่ ตนเอง (4 ราย) เพื่อนร่วมธุรกิจแนะนำ (3 ราย)

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวิธีแสวงหาข้อมูลที่ปรึกษาทางธุรกิจ คือ จากคำแนะนำของเจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการ เช่น กระทรวงอุตสาหกรรม ร้อยละ 65.8 รองลงมาคือ จากการแนะนำของผู้อื่น และจากกิจการในเครือข่ายกันซึ่งใช้บริการอยู่ก่อนแล้ว ร้อยละ 34.2 เท่ากัน จากทำเนียบนามส่วนราชการต่างๆ และ จากหนังสือแนะนำตัวเองของบริษัทที่ปรึกษา ร้อยละ 20.7 เท่ากัน และอื่นๆ ร้อยละ 6.3

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่ใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ

สาเหตุที่ใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
รองรับการขยายตัวของกิจการ	51	45.9
กิจการมีการปรับเปลี่ยนระบบสารสนเทศ	13	11.7
เพื่อใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ของกิจการ	68	61.3
เพื่อช่วยให้การวินิจฉัยและแก้ไขปัญหาต่างๆ ภายในองค์กร	74	66.7
เพื่อพัฒนาวิธีการทำงาน และระบบการปฏิบัติงาน	73	65.8
เพื่อฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรในองค์กร	67	60.4
ขาดผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน	60	54.1

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้เคยใช้บริการ จำนวน 111 ราย

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด สาเหตุที่ใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ คือ เพื่อช่วยให้การวินิจฉัยและแก้ไขปัญหาต่างๆ ภายในองค์กร ร้อยละ 66.7 รองลงมาคือ เพื่อพัฒนาวิธีการทำงาน และระบบการปฏิบัติงาน ร้อยละ 65.8 เพื่อใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ของกิจการ ร้อยละ 61.3 เพื่อฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรในองค์กร ร้อยละ 60.4 ขาดผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ร้อยละ 54.1 รองรับการแข่งขันของกิจการ ร้อยละ 45.9 และกิจการมีการปรับเปลี่ยนระบบสารสนเทศ ร้อยละ 11.7

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามหลักเกณฑ์ในการคิด
ค่าธรรมเนียมที่เป็นธรรมในการให้คำปรึกษาทางธุรกิจ

หลักเกณฑ์ในการคิดค่าธรรมเนียมที่เป็นธรรมในการ ให้คำปรึกษาทางธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ประเภท/ลักษณะของกิจการ	40	36.0
เงินลงทุนของกิจการ	12	10.8
ขอบเขตของงานให้คำปรึกษาฯ	45	40.6
ระยะเวลาในการให้คำปรึกษาแนะนำ	14	12.6
รวม	111	100.0

หมายเหตุ: จากผู้เคยใช้บริการ จำนวน 111 ราย

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดหลักเกณฑ์ในการคิด
ค่าธรรมเนียมที่เป็นธรรมในการให้คำปรึกษาทางธุรกิจ คือ ขอบเขตของงานให้คำปรึกษาฯ ร้อยละ
40.6 รองลงมาคือ ประเภท/ลักษณะของกิจการ ร้อยละ 36.0 ระยะเวลาในการให้คำปรึกษาแนะนำ
ร้อยละ 12.6 และ เงินลงทุนของกิจการ ร้อยละ 10.8

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ชื่อเสียงและประสบการณ์ของที่ปรึกษา	51 (45.9)	60 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.46 (มาก)	10
คุณภาพน่าเชื่อถือได้ของที่ปรึกษา	67 (60.4)	44 (39.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.60 (มากที่สุด)	8
สามารถแก้ไขปัญหาให้กิจการได้	81 (73.0)	30 (27.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.73 (มากที่สุด)	6
มีหนังสือรับรองการจดทะเบียนที่ปรึกษาไทย	30 (27.0)	36 (32.4)	45 (40.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.86 (มาก)	9
การให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำ	74 (66.7)	37 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.67 (มากที่สุด)	4
ภาพลักษณ์ที่ดีของที่ปรึกษา	35 (31.5)	69 (62.2)	7 (6.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.25 (มาก)	11
วินิจฉัยปัญหาและแก้ไขได้ตรงประเด็น	104 (93.7)	7 (6.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.94 (มากที่สุด)	1
มีจรรยาบรรณในวิชาชีพ	90 (81.1)	21 (18.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.81 (มากที่สุด)	3
สามารถเก็บรักษาความลับของลูกค้าได้ดี	97 (87.4)	14 (12.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.87 (มากที่สุด)	2
ที่ปรึกษามีความรู้กับสายงานที่ให้คำปรึกษา	90 (81.1)	21 (18.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.81 (มากที่สุด)	3
วิธีการ/รูปแบบในการให้คำปรึกษาแนะนำ	68 (61.3)	43 (38.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.61 (มากที่สุด)	7
มีการติดตามผลสำเร็จหลังจากการให้คำปรึกษาเสร็จ	83 (74.8)	28 (25.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.75 (มากที่สุด)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						4.61 (มากที่สุด)	

จากตารางที่ 17 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.61) ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด เรียงลำดับ คือ วินิจฉัยปัญหาและแก้ไขได้ตรงประเด็น (ค่าเฉลี่ย 4.94) สามารถเก็บรักษาความลับของลูกค้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.87) มีจรรยาบรรณในวิชาชีพ และที่ปรึกษามีความรู้กับสายงานที่ให้คำปรึกษา (ค่าเฉลี่ย 4.81) การให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.67) มีการติดตามผลสำเร็จหลังจากการให้คำปรึกษาเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.75) สามารถแก้ไขปัญหาให้กิจการได้ (ค่าเฉลี่ย 4.73) วิธีการ/รูปแบบในการให้คำปรึกษาแนะนำ (ค่าเฉลี่ย 4.61) คุณภาพน่าเชื่อถือได้ของที่ปรึกษา (ค่าเฉลี่ย 4.60) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ชื่อเสียงและประสบการณ์ของที่ปรึกษา (ค่าเฉลี่ย 4.46) ภาพลักษณ์ที่ดีของที่ปรึกษา (ค่าเฉลี่ย 4.25) และมีหนังสือรับรองการจดทะเบียนที่ปรึกษาไทย (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การคิดค่าธรรมเนียมบริการที่เหมาะสม	73 (65.8)	29 (26.1)	9 (8.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.58 (มากที่สุด)	1
ราคาใกล้เคียงกับสำนักงานที่ปรึกษาธุรกิจอื่น	46 (41.4)	29 (26.1)	7 (6.3)	29 (26.1)	0 (0.0)	3.57 (มาก)	3
ราคาต่ำกว่าสำนักงานที่ปรึกษาธุรกิจอื่น	14 (12.6)	31 (27.9)	37 (33.3)	29 (26.1)	0 (0.0)	3.01 (น้อย)	5
มีการต่อรองราคาได้	39 (35.1)	29 (26.1)	13 (11.7)	7 (6.3)	23 (20.7)	3.49 (น้อย)	4
สามารถผ่อนชำระได้	7 (6.3)	31 (27.9)	50 (45.0)	23 (20.7)	0 (0.0)	2.99 (น้อย)	6
มีการประเมินราคาตามประเภทของธุรกิจ	45 (40.5)	38 (34.2)	14 (12.6)	14 (12.6)	0 (0.0)	3.90 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.59 (มาก)	

จากตารางที่ 18 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ การคิดค่าธรรมเนียมบริการที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.58) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ มีการประเมินราคาตามประเภทของธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ราคาใกล้เคียงกับสำนักงานที่ปรึกษาธุรกิจอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.57) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย คือ มีการต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.49) ราคาต่ำกว่าสำนักงานที่ปรึกษาธุรกิจอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.01) และสามารถผ่อนชำระได้ (ค่าเฉลี่ย 2.99)

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ที่ตั้งของสำนักงานสะดวกในการติดต่อ	58 (52.3)	9 (8.1)	37 (33.3)	7 (6.3)	0 (0.0)	4.00 (มาก)	1
สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้า ติดต่อสะดวก	58 (52.3)	7 (6.3)	39 (35.1)	7 (6.3)	0 (0.0)	3.98 (มาก)	2
สถานที่ตั้งใกล้สถานที่ราชการติดต่อสะดวก	7 (6.3)	30 (27.0)	44 (39.6)	7 (6.3)	23 (20.7)	2.92 (น้อย)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.63 (มาก)	

จากตารางที่ 19 พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ที่ตั้งของสำนักงานสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.00) สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้า ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.98) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย คือ สถานที่ตั้งใกล้สถานที่ราชการติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 2.92)

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่
ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้ แผ่นพับ ป้ายผ้า	46 (41.4)	31 (27.9)	20 (18.0)	14 (12.6)	0 (0.0)	2.98 (น้อย)	6
จดหมายถึงหน่วยงานเพื่อเสนอ หรือเชิญชวนลูกค้าให้มาใช้ บริการ	7 (6.3)	46 (41.4)	29 (26.1)	22 (19.8)	7 (6.3)	3.22 (น้อย)	4
เสนอบริการ โดยทางโทรศัพท์ และขอพบเพื่อให้รายละเอียด	9 (8.1)	30 (27.0)	36 (32.4)	15 (13.5)	21 (18.9)	2.92 (น้อย)	7
มีทีมงานขายออกไป ประชาสัมพันธ์นอกสถานที่	32 (28.8)	7 (6.3)	37 (33.3)	14 (12.6)	21 (18.9)	3.14 (น้อย)	5
คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้ บริการ	52 (46.8)	37 (33.3)	22 (19.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.27 (มาก)	1
การลงชื่อในสมุดหน้าเหลือง	9 (8.1)	30 (27.0)	38 (34.2)	7 (6.3)	27 (24.3)	2.88 (น้อย)	8
การมีผลงานอ้างอิงในอดีต เช่น การมีชื่อเสียงของบริษัทเป็นต้น	52 (46.8)	30 (27.0)	15 (13.5)	14 (12.6)	0 (0.0)	3.95 (มาก)	3
การให้ทดลองบริการก่อนทำ สัญญาจริง	60 (54.1)	15 (13.5)	30 (27.0)	6 (5.4)	0 (0.0)	4.16 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.44 (น้อย)	

จากตารางที่ 20 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.44) ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับ คือ คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.27) การให้ทดลองบริการก่อนทำสัญญาจริง (ค่าเฉลี่ย 4.16) การมีผลงานอ้างอิงในอดีต เช่น การมีชื่อเสียงของบริษัท เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.95) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย เรียงลำดับ คือ จดหมายถึงหน่วยงานเพื่อเสนอหรือเชิญชวนลูกค้าให้มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.22) มีทีมงานขายออกไปประชาสัมพันธ์นอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.14) มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้ แผ่นพับ ป้ายผ้า (ค่าเฉลี่ย 2.98) เสนอบริการโดยทางโทรศัพท์และขอพบเพื่อให้รายละเอียด (ค่าเฉลี่ย 2.92) และการลงชื่อในสมุดหน้าเหลือง (ค่าเฉลี่ย 2.88)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่
ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
บุคลากรในทีมที่ปรึกษาแนะนำ มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในธุรกิจ	81 (73.0)	30 (27.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.73 (มากที่สุด)	2
การติดต่อสื่อสารพนักงานให้ คำแนะนำและให้คำปรึกษาอย่าง ถูกต้อง	81 (73.0)	16 (14.4)	7 (6.3)	7 (6.3)	0 (0.0)	4.48 (มาก)	6
พนักงานอธิบายรายละเอียดโดย ใช้ภาษาเข้าใจง่าย	88 (79.3)	16 (14.4)	7 (6.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.73 (มากที่สุด)	2
พนักงานมีความรู้ความชำนาญ	96 (86.5)	15 (13.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.86 (มากที่สุด)	1
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ และ เป็นกันเอง	81 (73.0)	23 (20.7)	0 (0.0)	7 (6.3)	0 (0.0)	4.54 (มากที่สุด)	5
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียง	74 (66.7)	30 (27.0)	0 (0.0)	7 (6.3)	0 (0.0)	4.48 (มาก)	6
พนักงานมีความเสมอภาคใน การให้บริการลูกค้า	74 (66.7)	30 (27.0)	0 (0.0)	7 (6.3)	0 (0.0)	4.48 (มาก)	6
พนักงานมีความรวดเร็วในการ แก้ไขปัญหาให้ลูกค้า	97 (87.4)	7 (6.3)	0 (0.0)	7 (6.3)	0 (0.0)	4.68 (มากที่สุด)	3
พนักงานมีบุคลิกภาพและการ แต่งกายดี	58 (52.3)	31 (27.9)	15 (13.5)	7 (6.3)	0 (0.0)	4.20 (มาก)	9
พนักงานสามารถเก็บความลับ ของลูกค้าได้	88 (79.3)	9 (8.1)	7 (6.3)	7 (6.3)	0 (0.0)	4.54 (มากที่สุด)	5
การให้บริการอย่างสุภาพ	74 (66.7)	23 (20.7)	7 (6.3)	7 (6.3)	0 (0.0)	4.41 (มาก)	7
ดูแลเอาใจใส่ลูกค้า	90 (81.1)	7 (6.3)	7 (6.3)	7 (6.3)	0 (0.0)	4.56 (มากที่สุด)	4
ความมีน้ำใจในการให้บริการ	58 (52.3)	39 (35.1)	7 (6.3)	7 (6.3)	0 (0.0)	4.27 (มาก)	8

ตารางที่ 21 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีความพร้อมของทีมงานที่ปรึกษา	88 (79.3)	16 (14.4)	7 (6.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.73 (มากที่สุด)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						4.55 (มากที่สุด)	

จากตารางที่ 21 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.55) ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด เรียงลำดับ คือ พนักงานมีความรู้ความชำนาญ (ค่าเฉลี่ย 4.86) บุคลากรในทีมที่ปรึกษาแนะนำมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในธุรกิจ พนักงานอธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษาเข้าใจง่าย และมีความพร้อมของทีมงานที่ปรึกษา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.73) พนักงานมีความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.68) ดูแลเอาใจใส่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.56) พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ และเป็นกันเอง และพนักงานสามารถเก็บความลับของลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.54) เท่ากัน และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ การติดต่อสื่อสารพนักงานให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาอย่างถูกต้อง พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์ และพนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.48) เท่ากัน การให้บริการอย่างสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.41) และความมีน้ำใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.27)

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่
 ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง
 กายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย	30 (27.0)	35 (31.5)	39 (35.1)	7 (6.3)	0 (0.0)	3.73 (มาก)	6
บรรยากาศภายในสำนักงาน เช่น การตกแต่งสวยงาม สะอาด	37 (33.3)	30 (27.0)	37 (33.3)	7 (6.3)	0 (0.0)	3.81 (มาก)	5
ภายในสำนักงานจัดเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางอุปกรณ์ ป้าย สัญลักษณ์ และเอกสาร แบบฟอร์ม เป็นต้น	43 (38.7)	31 (27.9)	30 (27.0)	7 (6.3)	0 (0.0)	3.93 (มาก)	4
ความสะอาดของอาคารสถานที่	43 (38.7)	38 (34.2)	23 (20.7)	7 (6.3)	0 (0.0)	3.99 (มาก)	3
มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสาร ต่างๆ และห้องน้ำ	52 (46.8)	22 (19.8)	30 (27.0)	7 (6.3)	0 (0.0)	4.01 (มาก)	1
มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	36 (32.4)	53 (47.7)	15 (13.5)	7 (6.3)	0 (0.0)	4.00 (มาก)	2
สำนักงานมีขนาดใหญ่โต	23 (20.7)	45 (40.5)	14 (12.6)	7 (6.3)	0 (0.0)	3.36 (น้อย)	7
ป้ายชื่อสำนักงานมองเห็นได้ ชัดเจน	36 (32.4)	39 (35.1)	22 (19.8)	7 (6.3)	7 (6.3)	3.81 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						3.83 (มาก)	

จากตารางที่ 22 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ในปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับ คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.01) มีสถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความสะอาดของอาคารสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.99) ภายในสำนักงานจัดเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางอุปกรณ์ ป้ายสัญลักษณ์ และเอกสาร แบบฟอร์ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.93) บรรยากาศภายในสำนักงาน เช่น การตกแต่งสวยงาม สะอาด และป้ายชื่อสำนักงานมองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.81) เท่ากัน มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.73) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย คือ สำนักงานมีขนาดใหญ่โต (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ	81 (73.0)	15 (13.5)	7 (6.3)	8 (7.2)	0 (0.0)	4.45 (มาก)	3
มีขั้นตอนในการทำงานที่เข้าใจง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน	97 (87.4)	7 (6.3)	7 (6.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.81 (มากที่สุด)	1
จำนวนพนักงานมีมากพอในการให้บริการ	50 (45.0)	30 (27.0)	31 (27.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.17 (มาก)	4
มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	73 (65.8)	31 (27.9)	7 (6.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.59 (มากที่สุด)	2
สามารถเก็บรักษาข้อมูลลูกค้าเป็นความลับไว้เป็นอย่างดี	97 (87.4)	7 (6.3)	7 (6.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.81 (มากที่สุด)	1
มีเทคนิคในการให้คำปรึกษาที่ได้ผลในระยะเวลาที่กำหนด	73 (65.8)	31 (27.9)	7 (6.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.59 (มากที่สุด)	2
มีการติดตามผลการดำเนินงาน	97 (87.4)	7 (6.3)	7 (6.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.81 (มากที่สุด)	1
ค่าเฉลี่ยรวม						4.61 (มากที่สุด)	

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.61) ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด เรียงลำดับ คือ มีขั้นตอนในการทำงานที่เข้าใจง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน สามารถเก็บรักษาข้อมูลลูกค้าเป็นความลับไว้เป็นอย่างดี และมีการติดตามผลการดำเนินงาน (ค่าเฉลี่ย 4.81) เท่ากัน มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และมีเทคนิคในการให้คำปรึกษาที่ได้ผลในระยะเวลาที่กำหนด (ค่าเฉลี่ย 4.59) เท่ากัน และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.45) และจำนวนพนักงานมีมากพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ส่วนที่ 3 ปัญหาในการใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ที่ปรึกษาไม่มีความรู้ความชำนาญ	59	53.2	4
ที่ปรึกษาไม่มีความรับผิดชอบ	59	53.2	4
ที่ปรึกษาไม่สามารถแก้ไขปัญหาให้สำเร็จลุล่วงไปได้	67	60.4	2
การให้บริการไม่ถูกต้องแม่นยำ	52	46.8	6
ที่ปรึกษาไม่มีจรรยาบรรณในวิชาชีพ	60	54.1	3
	52	46.8	6
ไม่มีวิธีการ/รูปแบบในการให้คำปรึกษาแนะนำ	31	27.9	8
ไม่สามารถเก็บรักษาความลับของลูกค้าได้	53	47.7	5
วินิจฉัยปัญหาและแก้ไขไม่ตรงประเด็น	74	66.7	1
ไม่มีการติดตามผลสำเร็จหลังจากการให้คำปรึกษาเสร็จ	45	40.5	7

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบ จำนวน 111 ราย

จากตารางที่ 24 พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา เรียงลำดับ คือ วินิจฉัยปัญหาและแก้ไขไม่ตรงประเด็น ร้อยละ 66.7 ที่ปรึกษาไม่สามารถแก้ไขปัญหาให้สำเร็จลุล่วงไปได้ ร้อยละ 60.4 และที่ปรึกษาไม่มีจรรยาบรรณในวิชาชีพ ร้อยละ 54.1 ที่ปรึกษาไม่มีความรู้ความชำนาญ และที่ปรึกษาไม่มีความรับผิดชอบ ร้อยละ 53.2 เท่ากัน ไม่สามารถเก็บรักษาความลับของลูกค้าได้ ร้อยละ 47.7 การให้บริการไม่ถูกต้องแม่นยำ และที่ปรึกษาไม่มีความรู้ตรงกับสายงานที่ให้คำปรึกษา ร้อยละ 46.8 เท่ากัน และไม่มีการติดตามผลสำเร็จหลังจากการให้คำปรึกษาเสร็จ ร้อยละ 40.5

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
คิดค่าธรรมเนียมไม่เหมาะสม	59	53.2	1
ไม่ประเมินราคาตามประเภทธุรกิจ	28	25.2	2
การปรับเปลี่ยนราคาบ่อยครั้ง	15	13.5	3

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบ จำนวน 111 ราย

จากตารางที่ 25 พบว่าด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา เรียงลำดับ คือ คิดค่าธรรมเนียมไม่เหมาะสม ร้อยละ 53.2 ไม่ประเมินราคาตามประเภทธุรกิจ ร้อยละ 25.2 และการปรับเปลี่ยนราคาบ่อยครั้ง ร้อยละ 13.5

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการจัด
จำหน่าย

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ที่ตั้งของสำนักงานไม่สะดวกในการติดต่อ	80	72.1	2
สถานที่ตั้งสำนักงานไกลบ้านหรือที่ทำงาน ไม่สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ	66	59.5	3
สถานที่จอดรถคับแคบไม่เพียงพอต่อการจอดรถ	89	80.2	1
สถานที่ตั้งสำนักงานไกลสถานที่ราชการไม่สะดวกต่อการติดต่อ	24	21.6	4

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบ จำนวน 111 ราย

จากตารางที่ 26 พบว่าด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา เรียงลำดับ คือ สถานที่จอดรถคับแคบไม่เพียงพอต่อการจอดรถ ร้อยละ 80.2 ที่ตั้งของสำนักงานไม่สะดวกในการติดต่อ ร้อยละ 72.1 สถานที่ตั้งสำนักงานไกลบ้านหรือที่ทำงานไม่สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ ร้อยละ 59.5 และสถานที่ตั้งสำนักงานไกลสถานที่ราชการไม่สะดวกต่อการติดต่อ ร้อยละ 21.6

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
การประชาสัมพันธ์น้อย ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับการให้บริการ	60	54.1	1
ไม่มีการเสนอขายภายในสำนักงานของพนักงานกับลูกค้า	23	20.7	4
ไม่มีการเสนอขายทางโทรศัพท์ และขอพบเพื่อให้รายละเอียด	37	33.3	2
ไม่มีทีมงานขายออกไปประชาสัมพันธ์นอกสถานที่	14	12.6	5
ไม่เคยได้รับคำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยมาใช้บริการ	30	27.0	3

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบ จำนวน 111 ราย

จากตารางที่ 27 พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาเรียงลำดับ คือ การประชาสัมพันธ์น้อย ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับการให้บริการ ร้อยละ 54.1 ไม่มีการเสนอขายทางโทรศัพท์ และขอพบเพื่อให้รายละเอียด ร้อยละ 33.3 ไม่เคยได้รับคำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยมาใช้บริการ ร้อยละ 27.0 และไม่มีทีมงานขายออกไปประชาสัมพันธ์นอกสถานที่ ร้อยละ 12.6

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านบุคลากร

ปัญหาด้านบุคลากร	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
พนักงานให้คำปรึกษาไม่ชัดเจน	54	48.6	2
พนักงานไม่มีความรู้ความชำนาญและความสามารถไม่เพียงพอ	61	55.0	1
พนักงานไม่มีความน่าเชื่อถือและความซื่อสัตย์	46	41.4	4
พนักงานแก้ปัญหาของลูกค้าล่าช้า	53	47.7	3
พนักงานไม่เคยออกไปเยี่ยมเยือนลูกค้าหลังจากได้รับบริการแล้ว	38	34.2	5
พนักงานอธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษาเข้าใจยาก	54	48.6	2
พนักงานไม่มีความเสมอภาคในการให้บริการลูกค้า	8	7.2	7
พนักงานมีบุคลิกการแต่งกายที่ไม่เหมาะสม	8	7.2	7
พนักงานไม่มีความสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในการให้บริการ	23	20.7	6
พนักงานไม่มีน้ำใจในการให้บริการ	8	7.2	7

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบ จำนวน 111 ราย

จากตารางที่ 28 พบว่าด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา เรียงลำดับ คือ พนักงานไม่มีความรู้ความชำนาญและความสามารถไม่เพียงพอ ร้อยละ 55.0 พนักงานให้คำปรึกษาไม่ชัดเจน และพนักงานอธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษาเข้าใจยาก ร้อยละ 48.6 เท่ากัน พนักงานไม่มีความน่าเชื่อถือและความซื่อสัตย์ ร้อยละ 41.4 พนักงานไม่เคยออกไปเยี่ยมเยือนลูกค้าหลังจากได้รับบริการแล้ว ร้อยละ 34.2 พนักงานไม่มีความสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในการให้บริการ ร้อยละ 20.7 พนักงานไม่มีความเสมอภาคในการให้บริการลูกค้า พนักงานมีบุคลิกการแต่งกายที่ไม่เหมาะสม และพนักงานไม่มีน้ำใจในการให้บริการ ร้อยละ 7.2

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานล้ำสมัยมีปัญหาขัดข้องบ่อย เช่น คอมพิวเตอร์	15	13.5	4
บรรยากาศภายในสำนักงานอึดอัด อากาศไม่ถ่ายเท สถานที่คับแคบ	28	25.2	1
อาคารสถานที่ไม่สะอาด	14	12.6	5
ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไร้คอบริการ เช่น โทรทัศน์ เครื่องถ่ายเอกสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ เก้าอี้นั่ง เป็นต้น	22	19.8	3
ป้ายสำนักงานมองเห็นไม่ชัดเจน	23	20.7	2
อื่นๆ	8	7.2	6

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบ จำนวน 111 ราย

จากตารางที่ 29 พบว่าด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา เรียงลำดับ คือ บรรยากาศภายในสำนักงานอึดอัด อากาศไม่ถ่ายเท สถานที่คับแคบ ร้อยละ 25.2 ป้ายสำนักงานมองเห็นไม่ชัดเจน ร้อยละ 20.7 และไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไร้คอบริการ เช่น โทรทัศน์ เครื่องถ่ายเอกสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ เก้าอี้นั่ง เป็นต้น ร้อยละ 19.8 อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานล้ำสมัยมีปัญหาขัดข้องบ่อย เช่น คอมพิวเตอร์ ร้อยละ 13.5 อาคารสถานที่ไม่สะอาด ร้อยละ 12.6 และอื่น ๆ ร้อยละ 7.2

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการ

ปัญหาด้านกระบวนการ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ	58	52.3	2
มีขั้นตอนในการทำงานที่ยุ่งยากซับซ้อน	52	46.8	4
จำนวนพนักงานมีไม่เพียงพอในการให้บริการ	45	40.5	6
การแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ล่าช้า	60	54.1	1
	15	13.5	9
ไม่ตรงต่อเวลา	47	42.3	5
กระบวนการติดต่อยาก	54	48.6	3
ไม่มีการแก้ปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว	32	28.8	8
อื่นๆ	33	29.7	7

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบ จำนวน 111 ราย

จากตารางที่ 30 พบว่าด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา เรียงลำดับ คือ การแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ล่าช้า ร้อยละ 54.1 ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ร้อยละ 52.3 และ กระบวนการติดต่อยาก ร้อยละ 48.6 มีขั้นตอนในการทำงานที่ยุ่งยากซับซ้อน ร้อยละ 46.8 ไม่ตรงต่อเวลา ร้อยละ 42.3 จำนวนพนักงานมีไม่เพียงพอในการให้บริการ ร้อยละ 40.5 อื่นๆ ร้อยละ 29.7 ไม่มีการแก้ปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว ร้อยละ 28.8 และไม่เก็บรักษาข้อมูลลูกค้าเป็นความลับไว้ ร้อยละ 13.5

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการเพิ่มเติมที่ต้องการ นอกจากการให้บริการด้านการให้คำปรึกษาทางธุรกิจ

บริการเพิ่มเติมที่ต้องการนอกจากการให้บริการ ด้านการให้คำปรึกษาทางธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
การจัดการ ทัศนสรูปบุคคล	52	46.8	3
การจัดสัมมนาฝึกอบรม และดูงาน	53	47.7	2
การพัฒนาระบบสารสนเทศ	44	39.6	4
การตรวจสอบ/ประเมินผลภายใน	39	35.1	5
การจัดการแหล่งเงินทุน	29	26.1	6
การจัดทำแผนธุรกิจของกิจการ	23	20.7	8
การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ	24	21.6	7
การจัดทำแผนกลยุทธ์/แผนปฏิบัติการ	61	55.0	1
มีทีมงานสนับสนุนในด้านต่างๆ	8	7.2	9
การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ	53	47.7	2

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบ จำนวน 111 ราย

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามต้องการบริการเพิ่มเติมนอกจากการให้บริการด้านการให้คำปรึกษาทางธุรกิจ เรียงลำดับ คือ การจัดทำแผนกลยุทธ์/แผนปฏิบัติการ ร้อยละ 55.0 การจัดสัมมนาฝึกอบรม และดูงาน และการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ ร้อยละ 47.7 เท่ากัน การจัดการ ทัศนสรูปบุคคล ร้อยละ 46.8 การพัฒนาระบบสารสนเทศ ร้อยละ 39.6 การตรวจสอบ/ประเมินผลภายใน ร้อยละ 35.1 การจัดการแหล่งเงินทุน ร้อยละ 26.1 การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ ร้อยละ 21.6 การจัดทำแผนธุรกิจของกิจการ ร้อยละ 20.7 และมีทีมงานสนับสนุนในด้านต่างๆ ร้อยละ 7.2

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกิจการเคยเปลี่ยนการใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ

กิจการเคยเปลี่ยนการใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	59	49.2
ไม่เคย	61	50.8
รวม	120	100.0

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกิจการไม่เคยเปลี่ยนการใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ ร้อยละ 50.8 และกิจการเคยเปลี่ยนการใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ ร้อยละ 49.2

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่เปลี่ยนการใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ

สาเหตุที่เปลี่ยนการใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ผู้ให้บริการฯ ไม่มีความรู้ความชำนาญ	23	39.0	6
ผู้ให้บริการฯ ไม่มีความรับผิดชอบ	23	39.0	6
ผู้ให้บริการฯ ไม่สามารถแก้ไขปัญหาให้สำเร็จ ลุ่่วงไปได้	30	50.8	3
	16	27.1	7
ผู้ให้บริการฯ ไม่สามารถสร้างความเชื่อมั่นและ ความไว้วางใจในการบริการฯ	40	67.8	1
ผู้ให้บริการฯ ไม่สามารถให้บริการแล้วเสร็จภายใน เวลาที่กำหนด	16	27.1	7
ไม่สามารถเก็บรักษาความลับของลูกค้าได้	23	39.0	6
มีการให้บริการไม่ครบวงจร	24	40.7	5
ค่าธรรมเนียมในการให้บริการฯ สูงเกินไป	28	47.5	4
ไม่สะดวกในการติดต่อกับผู้ให้บริการฯ	31	52.5	2
ที่ปรึกษาไม่มีเวลาให้คำปรึกษาอย่างจริงจัง	7	11.9	8

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบ จำนวน 59 ราย

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสาเหตุที่เปลี่ยนการใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ เรียงลำดับ คือ ผู้ให้บริการฯ ไม่สามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในการบริการฯ ร้อยละ 67.8 รองลงมาคือ ไม่สะดวกในการติดต่อกับผู้ให้บริการฯ ร้อยละ 52.5 และ ผู้ให้บริการฯ ไม่สามารถแก้ไขปัญหาให้สำเร็จลุ่่วงไปได้ ร้อยละ 50.8 ค่าธรรมเนียมในการให้บริการฯ สูงเกินไป ร้อยละ 47.5 ผู้ให้บริการฯ ไม่มีความรู้ความชำนาญ ผู้ให้บริการฯ ไม่มีความรับผิดชอบ และไม่สามารถเก็บรักษาความลับของลูกค้าได้ ร้อยละ 39.0 เท่ากัน ผู้ให้บริการฯ ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และไม่มีความเป็นกันเองและผู้ให้บริการฯ ไม่สามารถให้บริการแล้วเสร็จภายในเวลาที่กำหนด ร้อยละ 27.1 เท่ากัน และที่ปรึกษาไม่มีเวลาให้คำปรึกษาอย่างจริงจัง ร้อยละ 11.9

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแนวโน้มจะใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจในอนาคต

แนวโน้มจะใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ
มี	76	63.3
ไม่มี	44	36.7
รวม	120	100.0

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มจะใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจในอนาคต ร้อยละ 63.3 และไม่มีแนวโน้มจะใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจในอนาคต ร้อยละ 36.7

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยสำคัญที่คำนึงถึงในการพิจารณาเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจในอนาคต

ปัจจัยสำคัญที่คำนึงถึงในการพิจารณาเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
คุณภาพการให้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ	67	88.2	1
อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการฯ	60	78.9	2
สถานที่ตั้งของผู้ให้บริการฯ	25	32.9	6
การให้บริการที่ควววงจร เช่น การให้คำปรึกษา, การวางระบบภายใน, การฝึกอบรม, การจัดหาบุคลากร เป็นต้น	43	56.6	4
ชื่อเสียงของที่ปรึกษาทางธุรกิจนั้นๆ	23	30.3	7
ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลระหว่างท่านและที่ปรึกษา	35	46.1	5
ความสามารถในการแก้ไขปัญหาขององค์กร	44	57.9	3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวน 76 ราย

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นว่าปัจจัยสำคัญที่คำนึงถึงในการพิจารณาเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจในอนาคต เรียงลำดับ คือ คุณภาพการให้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ ร้อยละ 88.2 รองลงมาคือ อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการฯ ร้อยละ 78.9 และความสามารถในการแก้ไขปัญหาขององค์กร ร้อยละ 57.9 การให้บริการที่ควววงจร เช่น การให้คำปรึกษา, การวางระบบภายใน, การฝึกอบรม, การจัดหาบุคลากร เป็นต้น ร้อยละ 56.6 ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลระหว่างท่านและที่ปรึกษา ร้อยละ 46.1 สถานที่ตั้งของผู้ให้บริการฯ ร้อยละ 32.9 และชื่อเสียงของที่ปรึกษาทางธุรกิจนั้นๆ ร้อยละ 30.3

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทธุรกิจ และลักษณะของกิจการ

4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทธุรกิจ			
	บริษัทจำกัด (บจก.)	ห้างหุ้นส่วน จำกัด (หจก.)	ห้างหุ้นส่วน สามัญนิติ บุคคล (หสม.)	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงและประสมการณ์ของที่ปรึกษา	4.61 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.18 (มาก)	4.46 (มาก)
คุณภาพน่าเชื่อถือได้ของที่ปรึกษา	4.61 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.91 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)
สามารถแก้ไขปัญหาให้กิจการได้	4.71 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)
มีหนังสือรับรองการจดทะเบียนที่ปรึกษา ไทย	3.71 (มาก)	3.52 (มาก)	4.73 (มากที่สุด)	3.86 (มาก)
การให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำ	4.71 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.95 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)
ภาพลักษณ์ที่ดีของที่ปรึกษา	4.37 (มาก)	4.11 (มาก)	4.09 (มาก)	4.25 (มาก)
วินิจฉัยปัญหาและแก้ไขได้ตรงประเด็น	5.00 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.94 (มากที่สุด)
มีจรรยาบรรณในวิชาชีพ	4.89 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.95 (มากที่สุด)	4.81 (มากที่สุด)
สามารถเก็บรักษาความลับของลูกค้าได้ดี	5.00 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.95 (มากที่สุด)	4.87 (มากที่สุด)

ตารางที่ 36 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทธุรกิจ			
	บริษัทจำกัด (บจก.)	ห้างหุ้นส่วน จำกัด (ทจก.)	ห้างหุ้นส่วน สามัญนิติ บุคคล (ทสม.)	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ที่ปรึกษามีความรู้กับสายงานที่ให้ คำปรึกษา	4.89 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.95 (มากที่สุด)	4.81 (มากที่สุด)
วิธีการ/รูปแบบในการ ให้คำปรึกษา แนะนำ	4.53 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.95 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)
มีการติดตามผลสำเร็จหลังจากการให้ คำปรึกษาเสร็จ	4.68 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)	4.95 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.64 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 36 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด และห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ วินิจฉัยปัญหาและแก้ไข ได้ตรงประเด็น และสามารถเก็บรักษาความลับของลูกค้า ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 5.00) เท่ากัน และมีจรรยาบรรณในวิชาชีพ และที่ปรึกษามีความรู้กับสายงานที่ให้คำปรึกษา (ค่าเฉลี่ย 4.89) เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดคือ วินิจฉัยปัญหาและแก้ไข ได้ตรงประเด็น และมีการติดตามผลสำเร็จหลังจากการให้คำปรึกษาเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.74) และสามารถแก้ไขปัญหาก็กิจการได้ (ค่าเฉลี่ย 4.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ สามารถแก้ไขปัญหาก็กิจการได้ และวินิจฉัยปัญหาและแก้ไขได้ตรงประเด็น (ค่าเฉลี่ย 5.00) เท่ากัน มีจรรยาบรรณในวิชาชีพสามารถเก็บรักษาความลับของลูกค้าได้ดี ที่ปรึกษามีความรู้กับสายงานที่ให้คำปรึกษา และ วิธีการ/รูปแบบในการให้คำปรึกษาแนะนำ (ค่าเฉลี่ย 4.95) เท่ากัน

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา
จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านราคา	ประเภทธุรกิจ			
	บริษัทจำกัด (บจก.)	ห้างหุ้นส่วน จำกัด (ทจก.)	ห้างหุ้นส่วน สามัญนิติ บุคคล (หสม.)	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การคิดค่าธรรมเนียมบริการที่เหมาะสม	4.48 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	4.82 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)
ราคาใกล้เคียงกับสำนักงานที่ปรึกษา ธุรกิจอื่น	2.89 (น้อย)	4.59 (มากที่สุด)	4.23 (มาก)	3.57 (มาก)
ราคาต่ำกว่าสำนักงานที่ปรึกษาธุรกิจอื่น	2.47 (น้อยที่สุด)	3.93 (มาก)	3.41 (น้อย)	3.01 (น้อย)
มีการต่อรองราคาได้	2.74 (น้อย)	4.56 (มากที่สุด)	4.27 (มาก)	3.49 (น้อย)
สามารถผ่อนชำระได้	2.48 (น้อยที่สุด)	3.74 (มาก)	3.50 (มาก)	2.99 (น้อย)
มีการประเมินราคาตามประเภทของ ธุรกิจ	3.39 (น้อย)	4.59 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	3.90 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.08 (น้อย)	4.33 (มาก)	4.12 (มาก)	3.59 (มาก)

จากตารางที่ 37 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทธุรกิจเป็น ห้างหุ้นส่วนจำกัด และห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ การคิดค่าธรรมเนียมบริการที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.48)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุดคือการคิดค่าธรรมเนียมบริการที่เหมาะสม ราคาใกล้เคียงกับสำนักงานที่ปรึกษาธุรกิจอื่น และมีการประเมินราคาตามประเภทของธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.59)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดคือ การคิดค่าธรรมเนียมบริการที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.82) รองลงมาคือ มีการประเมินราคาตามประเภทของธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.50)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัด
จำหน่าย จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ประเภทธุรกิจ			
	บริษัทจำกัด (บจก.)	ห้างหุ้นส่วน จำกัด (ทจก.)	ห้างหุ้นส่วน สามัญนิติ บุคคล (หสม.)	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ที่ตั้งของสำนักงานสะดวกในการติดต่อ	3.74 (มาก)	4.11 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)
สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้า ติดต่อสะดวก	3.69 (มาก)	4.15 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	3.98 (มาก)
สถานที่ตั้งใกล้สถานที่ราชการติดต่อ สะดวก	2.82 (น้อย)	2.52 (น้อย)	3.68 (มาก)	2.92 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.42 (น้อย)	3.59 (มาก)	4.29 (มาก)	3.63 (มาก)

จากตารางที่ 38 พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจเป็น
บริษัทจำกัด ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภท
ธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด และห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่
ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญที่มี
ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ที่ตั้งของสำนักงานสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ย
สูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้า ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ให้ความสำคัญที่มี
ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ที่ตั้งของสำนักงานสะดวกในการติดต่อ และสถานที่ตั้งอยู่
ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้า ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.59) เท่ากัน

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทธุรกิจ			
	บริษัทจำกัด (บจก.)	ห้างหุ้นส่วน จำกัด (หจก.)	ห้างหุ้นส่วน สามัญนิติ บุคคล (หสม.)	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับ ป้ายผ้า	2.95 (น้อย)	2.52 (น้อย)	3.64 (มาก)	2.98 (น้อย)
จดหมายถึงหน่วยงานเพื่อเสนอหรือ เชิญชวนลูกค้าให้มาใช้บริการ	2.90 (น้อย)	3.56 (มาก)	3.68 (มาก)	3.22 (น้อย)
เสนอบริการ โดยทางโทรศัพท์และ ขอพบเพื่อให้รายละเอียด	2.85 (น้อย)	2.48 (น้อยที่สุด)	3.64 (มาก)	2.92 (น้อย)
มีทีมงานขายออกไปประชาสัมพันธ์ นอกสถานที่	3.00 (น้อย)	2.48 (น้อยที่สุด)	4.32 (มาก)	3.14 (น้อย)
คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ	4.32 (มาก)	3.74 (มาก)	4.77 (มาก)	4.27 (มาก)
การลงชื่อในสมุดหน้าเหลือง	2.79 (น้อย)	2.52 (น้อย)	3.59 (มาก)	2.88 (น้อย)
การมีผลงานอ้างอิงในอดีต เช่น การ มีชื่อเสียงของบริษัทเป็นต้น	4.24 (มาก)	2.70 (น้อย)	4.68 (มากที่สุด)	3.95 (มาก)
การให้ทดลองบริการก่อนทำสัญญา จริง	4.03 (มาก)	4.00 (มาก)	4.73 (มาก)	4.16 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.39 (น้อย)	3.00 (น้อย)	4.13 (มาก)	3.44 (น้อย)

จากตารางที่ 39 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจ เป็นบริษัทจำกัด และประเภทธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจุบันพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.32) และการมีผลงานอ้างอิงในอดีต เช่น การมีชื่อเสียงของบริษัทเป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือการให้ทดลองบริการก่อนทำสัญญาจริง (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดคือ การมีผลงานอ้างอิงในอดีต เช่น การมีชื่อเสียงของบริษัทเป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.68)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a flame-like symbol above its head. The elephant is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964'. There are also decorative floral motifs on the sides of the circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร
จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ประเภทธุรกิจ			
	บริษัทจำกัด (บจก.)	ห้างหุ้นส่วน จำกัด (หจก.)	ห้างหุ้นส่วน สามัญนิติ บุคคล (หสม.)	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บุคลากรในทีมที่ปรึกษาแนะนำมีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับในธุรกิจ	4.71 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	4.95 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)
การติดต่อสื่อสารพนักงานให้คำแนะนำ และให้คำปรึกษาอย่างถูกต้อง	4.21 (มาก)	4.81 (มากที่สุด)	4.82 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)
พนักงานอธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษา เข้าใจง่าย	4.60 (มากที่สุด)	4.81 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)
พนักงานมีความรู้ความชำนาญ	4.76 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.86 (มากที่สุด)
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ และเป็นกันเอง	4.44 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	4.77 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์	4.32 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	4.77 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)
พนักงานมีความเสมอภาคในการ ให้บริการลูกค้า	4.32 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	4.77 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)
พนักงานมีความรวดเร็วในการแก้ไข ปัญหาให้ลูกค้า	4.50 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.82 (มากที่สุด)	4.68 (มากที่สุด)
พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายดี	3.95 (มาก)	4.37 (มาก)	4.68 (มากที่สุด)	4.20 (มาก)
พนักงานสามารถเก็บความลับของลูกค้า ได้	4.48 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.68 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)
การให้บริการอย่างสุภาพ	4.32 (มาก)	4.37 (มาก)	4.73 (มากที่สุด)	4.41 (มาก)
ดูแลเอาใจใส่ลูกค้า	4.50 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)

ตารางที่ 40 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ประเภทธุรกิจ			
	บริษัทจำกัด (บจก.)	ห้างหุ้นส่วน จำกัด (หจก.)	ห้างหุ้นส่วน สามัญนิติ บุคคล (ทสม.)	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความมั่นใจในการให้บริการ	4.08 (มาก)	4.37 (มาก)	4.68 (มากที่สุด)	4.27 (มาก)
มีความพร้อมของทีมงานที่ปรึกษา	4.76 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.86 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.43 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.81 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 40 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด และห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานมีความรู้ความชำนาญ และมีความพร้อมของทีมงานที่ปรึกษา (ค่าเฉลี่ย 4.76)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานมีความรู้ความชำนาญและพนักงานมีความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 5.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดคือพนักงานอธิบายรายละเอียด โดยใช้ภาษาเข้าใจง่าย และพนักงานมีความรู้ความชำนาญ (ค่าเฉลี่ย 5.00) และบุคลากรในทีมที่ปรึกษาแนะนำมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.95)

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ประเภทธุรกิจ			
	บริษัทจำกัด (บจก.)	ห้างหุ้นส่วน จำกัด (ทจก.)	ห้างหุ้นส่วน สามัญนิติ บุคคล (หสม.)	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย	3.44 (น้อย)	3.77 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	3.73 (มาก)
บรรยากาศภายในสำนักงาน เช่น การตกแต่งสวยงาม สะอาด	3.56 (มาก)	3.74 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	3.81 (มาก)
ภายในสำนักงานจัดเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางอุปกรณ์ ป้ายสัญลักษณ์ฯ และเอกสาร แบบฟอร์ม เป็นต้น	3.76 (มาก)	3.74 (มาก)	4.64 (มากที่สุด)	3.93 (มาก)
ความสะอาดของอาคารสถานที่	3.87 (มาก)	3.74 (มาก)	4.64 (มากที่สุด)	3.99 (มาก)
มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ และห้องน้ำ	3.89 (มาก)	3.74 (มาก)	4.68 (มากที่สุด)	4.01 (มาก)
มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	3.89 (มาก)	3.75 (มาก)	4.64 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)
สำนักงานมีขนาดใหญ่โต	2.94 (น้อย)	3.52 (มาก)	4.36 (มาก)	3.36 (น้อย)
ป้ายชื่อสำนักงานมองเห็นได้ชัดเจน	3.66 (มาก)	3.52 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	3.81 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.63 (มาก)	3.69 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 41 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด และเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทธุรกิจห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ในปัจจุบันพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรศัพท์ หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ และห้องน้ำและมีสถานที่จอดรถเพียงพอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมาคือ ความสะอาดของอาคารสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.77) รองลงมาคือมีสถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรศัพท์ หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.68) รองลงมาคือ ภายในสำนักงานจัดเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางอุปกรณ์ ป้ายสัญลักษณ์ๆ และเอกสาร แบบฟอร์ม เป็นต้น ความสะอาดของอาคารสถานที่ และมีสถานที่จอดรถเพียงพอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.64)

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ประเภทธุรกิจ			
	บริษัทจำกัด (บจก.)	ห้างหุ้นส่วน จำกัด (หจก.)	ห้างหุ้นส่วน สามัญนิติ บุคคล (หสม.)	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ	4.10 (มาก)	4.81 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)
มีขั้นตอนในการทำงานที่เข้าใจง่ายไม่ ยุ่งยากซับซ้อน	4.66 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.81 (มากที่สุด)
จำนวนพนักงานมีมากพอในการ ให้บริการ	4.08 (มาก)	3.81 (มาก)	4.86 (มากที่สุด)	4.17 (มากที่สุด)
มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่าง รวดเร็ว	4.31 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.91 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)
สามารถเก็บรักษาข้อมูลลูกค้าเป็น ความลับไว้เป็นอย่างดี	4.77 (มากที่สุด)	4.78 (มากที่สุด)	4.95 (มากที่สุด)	4.81 (มากที่สุด)
มีเทคนิคในการให้คำปรึกษาที่ได้ผลใน ระยะเวลาที่กำหนด	4.40 (มาก)	4.78 (มากที่สุด)	4.91 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)
มีการติดตามผลการดำเนินงาน	4.68 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.95 (มากที่สุด)	4.81 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.43 (มาก)	4.74 (มากที่สุด)	4.94 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 42 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด และห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ สามารถเก็บรักษาข้อมูลลูกค้าเป็นความลับไว้เป็นอย่างดี

(ค่าเฉลี่ย 4.77) มีการติดตามผลการดำเนินงาน (ค่าเฉลี่ย 4.68) และมีขั้นตอนในการทำงานที่เข้าใจง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.66)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และมีการติดตามผลการดำเนินงาน (ค่าเฉลี่ย 5.00) เท่ากัน ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ และจำนวนพนักงานมีมากพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.81) เท่ากัน และมีเทคนิคในการให้คำปรึกษาที่ได้ผลในระยะเวลาที่กำหนด (ค่าเฉลี่ย 4.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ และมีขั้นตอนในการทำงานที่เข้าใจง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 5.00) เท่ากัน สามารถเก็บรักษาข้อมูลลูกค้าเป็นความลับไว้เป็นอย่างดี และมีการติดตามผลการดำเนินงาน (ค่าเฉลี่ย 4.95) เท่ากัน มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และมีเทคนิคในการให้คำปรึกษาที่ได้ผลในระยะเวลาที่กำหนด (ค่าเฉลี่ย 4.91) เท่ากัน และจำนวนพนักงานมีมากพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.86)

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ลักษณะของธุรกิจ				
	กิจการผลิต	กิจการบริการ	กิจการค้าปลีก	กิจการค้าส่ง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงและประสบการณ์ของที่ปรึกษา	4.43 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.08 (มาก)	4.46 (มาก)
คุณภาพน่าเชื่อถือได้ของที่ปรึกษา	4.65 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.17 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)
สามารถแก้ไขปัญหาให้กิจการได้	4.87 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)	4.02 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)
มีหนังสือรับรองการจดทะเบียนที่ปรึกษาไทย	4.19 (มาก)	3.45 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.67 (มาก)	3.86 (มาก)
การให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำ	4.87 (มากที่สุด)	4.34 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.17 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)
ภาพลักษณ์ที่ดีของที่ปรึกษา	4.43 (มาก)	4.21 (มาก)	4.00 (มาก)	3.58 (มาก)	4.25 (มาก)
วินิจฉัยปัญหาและแก้ไขได้ตรงประเด็น	4.92 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.83 (มากที่สุด)	4.94 (มากที่สุด)
มีรรยาบรรณในวิชาชีพ	4.92 (มากที่สุด)	4.97 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.33 (มาก)	4.81 (มากที่สุด)
สามารถเก็บรักษาความลับของลูกค้าได้ดี	4.92 (มากที่สุด)	4.97 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.87 (มากที่สุด)
ที่ปรึกษามีความรู้กับสายงานที่ให้คำปรึกษา	4.92 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.81 (มากที่สุด)
วิธีการ/รูปแบบในการทำให้คำปรึกษาแนะนำ	4.79 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	4.00 (มาก)	4.33 (มาก)	4.61 (มากที่สุด)

ตารางที่ 43 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ลักษณะของธุรกิจ				
	กิจการ ผลิต	กิจการ บริการ	กิจการค้า ปลีก	กิจการ ค้าส่ง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการติดตามผลสำเร็จหลังจากการให้ คำปรึกษาเสร็จ	4.70 (มากที่สุด)	4.76 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.83 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.72 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.28 (มาก)	4.61 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 43 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะธุรกิจเป็นกิจการ
ผลิต กิจการบริการ และกิจการค้าปลีก ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด
ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการค้าส่ง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่
ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการผลิต ให้ความสำคัญ
ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ วินิจฉัยปัญหาและแก้ไขได้ตรงประเด็น มีจรรยาบรรณ
ในวิชาชีพ สามารถเก็บรักษาความลับของลูกค้าได้ดี ที่ปรึกษามีความรู้กับสายงานที่ให้คำปรึกษา
(ค่าเฉลี่ย 4.92) เท่ากัน และสามารถแก้ปัญหาให้กิจการได้ และการให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำ
(ค่าเฉลี่ย 4.87) เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการบริการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ย
สูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดคือวินิจฉัยปัญหาและแก้ไขได้ตรงประเด็น (ค่าเฉลี่ย 5.00) และสามารถ
เก็บรักษาความลับของลูกค้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการค้าปลีก ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ย
สูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ชื่อเสียงและประสบการณ์ของที่ปรึกษา คุณภาพน่าเชื่อถือได้ของที่
ปรึกษา การให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำ สามารถเก็บรักษาความลับของลูกค้าได้ดี และมีการติดตาม
ผลสำเร็จหลังจากการให้คำปรึกษาเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 5.00) เท่ากัน และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน
ระดับมาก คือ สามารถแก้ไขปัญหาให้กิจการได้ (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการค้าส่ง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุดคือ วินิจฉัยปัญหาและแก้ไขได้ตรงประเด็น มีการติดตามผลสำเร็จหลังจาก การให้คำปรึกษาเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.83) และสามารถแก้ไขปัญหาให้กิจการได้ (ค่าเฉลี่ย 4.67)

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ

ปัจจัยด้านราคา	ลักษณะของธุรกิจ				
	กิจการ ผลิต	กิจการ บริการ	กิจการค้า ปลีก	กิจการค้า ส่ง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การคิดค่าธรรมเนียมบริการที่เหมาะสม	4.86 (มากที่สุด)	3.97 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)
ราคาใกล้เคียงกับสำนักงานที่ปรึกษา ธุรกิจอื่น	3.59 (มาก)	3.10 (น้อย)	4.00 (มาก)	4.33 (มาก)	3.57 (มาก)
ราคาต่ำกว่าสำนักงานที่ปรึกษาธุรกิจอื่น	2.78 (น้อย)	2.59 (น้อย)	5.00 (มากที่สุด)	4.08 (มาก)	3.01 (น้อย)
มีการต่อรองราคาได้	3.68 (มาก)	3.10 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	4.25 (มาก)	3.49 (น้อย)
สามารถผ่อนชำระได้	3.06 (น้อย)	2.55 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.67 (มาก)	2.99 (น้อย)
มีการประเมินราคาตามประเภทของ ธุรกิจ	3.97 (มาก)	3.79 (มาก)	3.00 (น้อย)	4.33 (มาก)	3.90 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.66 (มาก)	3.18 (น้อย)	3.67 (มาก)	4.17 (มาก)	3.59 (มาก)

จากตารางที่ 44 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะธุรกิจเป็นกิจการผลิต และกิจการค้าปลีก และกิจการค้าส่ง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการบริการ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

ในปัจจุบันพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการผลิต ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การคิดค่าธรรมเนียมบริการที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.86) รองลงมาให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ มีการประเมินราคาตามประเภทของธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการบริการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ การคิดค่าธรรมเนียมบริการที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.97) และมีการประเมินราคาตามประเภทของธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการค้าปลีก ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดคือ การคิดค่าธรรมเนียมบริการที่เหมาะสม และราคาต่ำกว่าสำนักงานที่ปรึกษาธุรกิจอื่น (ค่าเฉลี่ย 5.00) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ราคาใกล้เคียงกับสำนักงานที่ปรึกษาธุรกิจอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการค้าส่ง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดคือ การคิดค่าธรรมเนียมบริการที่เหมาะสม ราคาใกล้เคียงกับสำนักงานที่ปรึกษาธุรกิจอื่น และมีการประเมินราคาตามประเภทของธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.33) และมีการต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัด
จำหน่าย จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ลักษณะของธุรกิจ				
	กิจการ ผลิต	กิจการ บริการ	กิจการค้า ปลีก	กิจการค้า ส่ง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ที่ตั้งของสำนักงานสะดวกในการติดต่อ	4.27 (มาก)	3.86 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)
สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้า ติดต่อสะดวก	4.37 (มาก)	3.55 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.58 (มาก)	3.98 (มาก)
สถานที่ตั้งใกล้สถานที่ราชการติดต่อ สะดวก	3.27 (น้อย)	2.17 (น้อยที่สุด)	3.00 (น้อย)	2.83 (น้อย)	2.92 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.97 (มาก)	3.20 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.31 (น้อย)	3.63 (มาก)

จากตารางที่ 45 พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะธุรกิจเป็น
กิจการผลิต ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะ
ของธุรกิจเป็นกิจการบริการ กิจการค้าปลีก และกิจการค้าส่ง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่
ในระดับน้อย

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการผลิต และกิจการค้า
ส่ง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้า
ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.37, 3.58) และที่ตั้งของสำนักงานสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.27,
3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการบริการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ย
สูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ที่ตั้งของสำนักงานสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.86) และสถานที่
ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้า ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการค้าปลีก ให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยที่
มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ลักษณะของธุรกิจ				
	กิจการผลิต	กิจการบริการ	กิจการค้าปลีก	กิจการค้าส่ง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับ ป้ายผ้า	2.84 (น้อย)	3.59 (มาก)	2.00 (น้อย)	2.83 (น้อย)	2.98 (น้อย)
จดหมายถึงหน่วยงานเพื่อเสนอหรือ เชิญชวนลูกค้าให้มาใช้บริการ	3.24 (น้อย)	3.34 (น้อย)	2.00 (น้อย)	3.50 (มาก)	3.22 (น้อย)
เสนอบริการ โดยทางโทรศัพท์และขอพบ เพื่อให้รายละเอียด	2.71 (น้อย)	3.66 (มาก)	2.00 (น้อย)	2.75 (น้อย)	2.92 (น้อย)
มีทีมงานขายออกไปประชาสัมพันธ์นอก สถานที่	2.84 (น้อย)	3.93 (มาก)	3.00 (น้อย)	2.83 (น้อย)	3.14 (น้อย)
คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ	4.27 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)	4.27 (มาก)
การลงชื่อในสมุดหน้าเหลือง	2.63 (น้อย)	3.66 (มาก)	2.00 (น้อย)	2.83 (น้อย)	2.88 (น้อย)
การมีผลงานอ้างอิงในอดีต เช่น การมี ชื่อเสียงของบริษัทเป็นต้น	3.73 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	3.08 (น้อย)	3.95 (มาก)
การให้ทดลองบริการก่อนทำสัญญาจริง	4.17 (มาก)	3.86 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.16 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.31 (น้อย)	3.89 (มาก)	3.13 (น้อย)	3.24 (น้อย)	3.44 (น้อย)

จากตารางที่ 46 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะธุรกิจ เป็นกิจการผลิต กิจการค้าปลีก และกิจการค้าส่ง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการบริการ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจุบันย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการผลิต ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมา คือ การให้ทดลองบริการก่อนทำสัญญาจริง (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการบริการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ และการมีผลงานอ้างอิงในอดีต เช่น การมีชื่อเสียงของบริษัทเป็นต้น เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.55) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ มีทีมงานขายออกไปประชาสัมพันธ์นอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการค้าปลีก ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดคือการมีผลงานอ้างอิงในอดีต เช่น การมีชื่อเสียงของบริษัทเป็นต้น และการให้ทดลองบริการก่อนทำสัญญาจริง (ค่าเฉลี่ย 5.00) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการค้าส่ง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ การให้ทดลองบริการก่อนทำสัญญาจริง (ค่าเฉลี่ย 4.33) และคำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร
จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ลักษณะของธุรกิจ				
	กิจการ ผลิต	กิจการ บริการ	กิจการค้า ปลีก	กิจการค้า ส่ง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บุคลากรในทีมที่ปรึกษาแนะนำมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในธุรกิจ	4.95 (มากที่สุด)	4.34 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.73 (มากที่สุด)
การติดต่อสื่อสารพนักงานให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาอย่างถูกต้อง	4.51 (มากที่สุด)	4.14 (มาก)	4.98 (มากที่สุด)	4.83 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)
พนักงานอธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษาเข้าใจง่าย	4.95 (มากที่สุด)	4.14 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.83 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)
พนักงานมีความรู้ความชำนาญ	4.98 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.86 (มากที่สุด)
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ และเป็นกันเอง	4.51 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์	4.51 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.33 (มาก)	4.48 (มาก)
พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการลูกค้า	4.51 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.33 (มาก)	4.48 (มาก)
พนักงานมีความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า	4.56 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.68 (มากที่สุด)
พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายดี	4.38 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.83 (มาก)	4.20 (มาก)
พนักงานสามารถเก็บความลับของลูกค้าได้	4.56 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)
การให้บริการอย่างสุภาพ	4.51 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	3.83 (มาก)	4.41 (มาก)
ดูแลเอาใจใส่ลูกค้า	4.56 (มากที่สุด)	4.93 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)
ความมีน้ำใจในการให้บริการ	4.51 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.83 (มาก)	4.27 (มาก)

ตารางที่ 47 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ลักษณะของธุรกิจ				
	กิจการผลิต	กิจการบริการ	กิจการค้าปลีก	กิจการค้าส่ง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีความพร้อมของทีมงานที่ปรึกษา	5.00 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.73 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.64 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.32 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 47 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะธุรกิจเป็นกิจการผลิต กิจการค้าปลีก ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการบริการ และกิจการค้าส่ง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการผลิต ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีความพร้อมของทีมงานที่ปรึกษา (ค่าเฉลี่ย 5.00) และพนักงานมีความรู้ความชำนาญ (ค่าเฉลี่ย 4.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการบริการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานมีความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 5.00) และดูแลเอาใจใส่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการค้าปลีก ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือบุคลากรในทีมที่ปรึกษาแนะนำมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในธุรกิจ พนักงานอธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษาเข้าใจง่าย พนักงานมีความรู้ความชำนาญ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ และเป็นกันเอง พนักงานสามารถเก็บความลับของลูกค้าได้ และมีความพร้อมของทีมงานที่ปรึกษา (ค่าเฉลี่ย 5.00) และการติดต่อสื่อสารพนักงานให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาอย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการค้าส่ง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานมีความรู้ความชำนาญ และพนักงานมีความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 5.00) และการติดต่อสื่อสารพนักงานให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาอย่างถูกต้อง และพนักงานอธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษาเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.83)

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ลักษณะของธุรกิจ				
	กิจการผลิต	กิจการบริการ	กิจการค้าปลีก	กิจการค้าส่ง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย	3.94 (มาก)	3.45 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.75 (มาก)	3.73 (มาก)
บรรยากาศภายในสำนักงาน เช่น การตกแต่งสวยงาม สะอาด	4.05 (มาก)	3.52 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.75 (มาก)	3.81 (มาก)
ภายในสำนักงานจัดเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางอุปกรณ์ ป้ายสัญลักษณ์ฯ และเอกสาร แบบฟอร์ม เป็นต้น	4.03 (มาก)	3.52 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	3.76 (มาก)	3.93 (มาก)
ความสะอาดของอาคารสถานที่	4.14 (มาก)	3.76 (มาก)	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)	3.99 (มาก)
มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ และห้องน้ำ	4.14 (มาก)	4.07 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.75 (มาก)	4.01 (มาก)
มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	4.05 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.77 (มาก)	4.00 (มาก)
สำนักงานมีขนาดใหญ่โต	3.62 (มาก)	2.93 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.25 (น้อย)	3.36 (น้อย)
ป้ายชื่อสำนักงานมองเห็นได้ชัดเจน	4.05 (มาก)	3.72 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.25 (น้อย)	3.81 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.00 (มาก)	3.62 (มาก)	3.50 (มาก)	3.63 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 48 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกลักษณะธุรกิจ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการผลิต ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ความสะอาดของอาคารสถานที่ และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.14)เท่ากัน และ

บรรยากาศภายในสำนักงาน เช่น การตกแต่งสวยงาม สะอาด มีสถานที่จอดรถเพียงพอ และ ป้าย
ชื่อสำนักงานมองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการบริการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ย
สูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรศัพท์ หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ และ
ห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา คือ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการค้าปลีก ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ย
สูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ภายในสำนักงานจัดเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางอุปกรณ์ ป้าย
สัญลักษณ์ๆ และเอกสาร แบบฟอร์ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 5.00) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน
ระดับมากคือ ความสะอาดของอาคารสถานที่ และมีสถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการค้าส่ง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด
อยู่ในระดับมาก คือ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.77) และภายในสำนักงานจัดเป็น
ระเบียบ เช่น การจัดวางอุปกรณ์ ป้ายสัญลักษณ์ๆ และเอกสาร แบบฟอร์ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ลักษณะของธุรกิจ				
	กิจการผลิต	กิจการบริการ	กิจการค้าปลีก	กิจการค้าส่ง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ	4.90 (มากที่สุด)	3.41 (น้อย)	4.00 (มาก)	4.83 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)
มีขั้นตอนในการทำงานที่เข้าใจง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน	5.00 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.81 (มากที่สุด)
จำนวนพนักงานมีมากพอในการให้บริการ	4.54 (มากที่สุด)	3.41 (น้อย)	4.00 (มาก)	4.17 (มาก)	4.17 (มาก)
มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	4.87 (มากที่สุด)	3.97 (มาก)	4.11 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)
สามารถเก็บรักษาข้อมูลลูกค้าเป็นความลับไว้เป็นอย่างดี	5.00 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.81 (มากที่สุด)
มีเทคนิคในการให้คำปรึกษาที่ได้ผลในระยะเวลาที่กำหนด	4.98 (มากที่สุด)	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)
มีการติดตามผลการดำเนินงาน	4.89 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.81 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.88 (มากที่สุด)	4.03 (มาก)	4.29 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 49 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะธุรกิจเป็นกิจการผลิต และกิจการค้าส่ง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะธุรกิจเป็นกิจการบริการและกิจการค้าปลีก ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการผลิต ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีขั้นตอนในการทำงานที่เข้าใจง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน และสามารถเก็บรักษาข้อมูลลูกค้าเป็นความลับไว้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 5.00) เท่ากันและมีเทคนิคในการให้คำปรึกษาที่ได้ผลในระยะเวลาที่กำหนด (ค่าเฉลี่ย 4.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการบริการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ มีขั้นตอนในการทำงานที่เข้าใจง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน และมีการติดตามผลการดำเนินงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.52) และสามารถเก็บรักษาข้อมูลลูกค้าเป็นความลับไว้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.48)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการค้าปลีก ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ สามารถเก็บรักษาข้อมูลลูกค้าเป็นความลับไว้เป็นอย่างดี และมีการติดตามผลการดำเนินงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 5.00) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการค้าส่ง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีขั้นตอนในการทำงานที่เข้าใจง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และมีการติดตามผลการดำเนินงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 5.00) และความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.83)