

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัด เชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่างๆ โดยนำเสนอผลการศึกษา ออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสื่อมวลชนเสียงสันติจังหวัด เชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ใช้บริการสื่อมวลชนเสียงสันติจังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตาม อาชีพ และประเภทกิจการ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม อาชีพ และ ประเภทกิจการ

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	133	51.15
หญิง	127	48.85
รวม	260	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 51.15 และเพศหญิง ร้อยละ 48.85 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 ปี หรือ ต่ำกว่า	23	8.85
21 – 30 ปี	72	27.69
31 – 40 ปี	68	26.15
41 – 50 ปี	64	24.62
51 – 60 ปี	27	10.38
มากกว่า 60 ปี	6	2.31
รวม	260	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุ 21 – 30 ปี มากที่สุด ร้อยละ 27.69 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 31 – 40 ปี ร้อยละ 26.15 อายุ 41 – 50 ปี ร้อยละ 24.62 อายุ 51 – 60 ปี ร้อยละ 10.38 อายุ 20 ปี หรือ ต่ำกว่า ร้อยละ 8.85 และอายุมากกว่า 60 ปี ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	41	15.77
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	44	16.92
พนักงานเอกชน/องค์กรไม่แสวงหากำไร	140	53.85
ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ	35	13.46
รวม	260	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพ พนักงานเอกชน/ องค์กรไม่แสวงหากำไร มากที่สุด ร้อยละ 53.85 รองลงมาคือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 16.92 นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 15.77 และประกอบธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ ร้อยละ 13.46 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า หรือเท่ามัธยมปลาย/ปวช.	63	24.23
อนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า	40	15.38
ปริญญาตรี	127	48.85
ปริญญาโท และสูงกว่า	30	11.54
รวม	260	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด ร้อยละ 48.85 รองลงมาคือ ต่ำกว่า หรือเท่ามัธยมปลาย/ปวช. ร้อยละ 24.23 อนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า ร้อยละ 15.38 และมีการศึกษาระดับปริญญาโท และสูงกว่า ร้อยละ 11.54 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทกิจการ

ประเภทกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
กิจการเจ้าของคนเดียว	34	13.08
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	19	7.31
บริษัทจำกัด	17	6.54
โรงเรียน / มหาวิทยาลัย	63	24.23
รัฐ / รัฐวิสาหกิจ	20	7.69
มูลนิธิไม่แสวงหากำไร	107	41.15
รวม	260	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทำงานในกิจการประเภทมูลนิธิไม่แสวงหากำไร มากที่สุด ร้อยละ 41.15 รองลงมาคือ โรงเรียน / มหาวิทยาลัย ร้อยละ 24.23 กิจการเจ้าของคนเดียว ร้อยละ 13.08 รัฐ / รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 7.69 ห้างหุ้นส่วนจำกัด ร้อยละ 7.31 และบริษัทจำกัด ร้อยละ 6.54 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง

ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	41	15.77
กรรมการผู้จัดการ/ผู้อำนวยการ	30	11.54
หุ้นส่วนของกิจการ	18	6.92
พนักงานทั่วไป/เจ้าหน้าที่	102	39.23
ผู้ปกครองคริสตจักร	2	0.77
ศิษยาภิบาลคริสตจักร	17	6.54
ศาสนาจารย์คริสตจักร	1	0.38
ผู้ประสานงานองค์กร	5	1.92
นักเรียน / นักศึกษา	41	15.77
อาจารย์ / ครู	3	1.15
รวม	260	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีตำแหน่งพนักงานทั่วไป/เจ้าหน้าที่มากที่สุด ร้อยละ 39.23 รองลงมาตำแหน่งอื่นๆ ร้อยละ 16.92 ตำแหน่งเจ้าของกิจการ และนักเรียน / นักศึกษา มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 15.77 กรรมการผู้จัดการ/ผู้อำนวยการ ร้อยละ 11.54 หุ้นส่วน ของกิจการ ร้อยละ 6.92 ศิษยาภิบาลคริสตจักร ร้อยละ 6.54 ผู้ประสานงานองค์กร ร้อยละ 1.92 อาจารย์ / ครู ร้อยละ 1.15 ผู้ปกครองคริสตจักร ร้อยละ 0.77 และศาสนาจารย์คริสตจักร ร้อยละ 0.38 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสินค้าที่เคยซื้อจาก สื่อมวลชนเสียงสันติ

ประเภทสินค้าที่เคยซื้อจากสื่อมวลชนเสียงสันติ	จำนวน	ร้อยละ
ม้วนเทป เพลง / คำเทศนา	97	37.31
ซีดี วีดีโอ ดีวีดี เพลง / คำเทศนา	142	54.62
ของที่ระลึก	112	43.08
หนังสือความรู้เกี่ยวกับคริสเตียน	128	49.23
รูปภาพ / สิ่งสิ่งพิมพ์	73	28.08
อื่นๆ	16	6.15

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1

อื่นๆ ได้แก่ พวงกุญแจ 16 ราย

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อ ซีดี วีดีโอ ดีวีดี เพลง / คำเทศนา จากสื่อมวลชนเสียงสันติ มากที่สุด ร้อยละ 54.62 รองลงมาคือ หนังสือความรู้เกี่ยวกับคริสเตียน ร้อยละ 49.23 ของที่ระลึก ร้อยละ 43.08 ม้วนเทป เพลง / คำเทศนา ร้อยละ 37.31 รูปภาพ / สิ่งสิ่งพิมพ์ ร้อยละ 28.08 และอื่นๆ ร้อยละ 6.15 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการที่เคยใช้จากสื่อมวลชนเสียงสันติ

บริการที่เคยใช้จากสื่อมวลชนเสียงสันติ	จำนวน	ร้อยละ
การบันทึกเสียง	60	23.08
การบันทึกเทปวีดิทัศน์	43	16.54
การติดต่อเสียง	34	13.08
การติดต่อเทปวีดิทัศน์	38	14.62
การผลิตเพลงและดนตรี	28	10.77
การสำเนา เทป, ซีดี, ดีวีดี	91	35.00
การฝึกอบรมด้านการผลิตสื่อ	54	20.77
การใช้บริการห้องประชุม / สัมมนา	84	32.31
อื่นๆ	34	13.08

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1

อื่นๆ ได้แก่ ประชาสัมพันธ์ข่าวสารในสื่อวิทยุ จำนวน 34 ราย

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการสำเนา เทป ซีดี ดีวีดี จากสื่อมวลชนเสียงสันติ มากที่สุด ร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ การใช้บริการห้องประชุม / สัมมนา ร้อยละ 32.31 การบันทึกเสียง ร้อยละ 23.08 การฝึกอบรมด้านการผลิตสื่อ ร้อยละ 20.77 การบันทึกเทปวีดิทัศน์ ร้อยละ 16.54 การติดต่อเทปวีดิทัศน์ ร้อยละ 14.62 การติดต่อเสียง และใช้บริการอื่นๆ มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 13.08 และการผลิตเพลงและดนตรี ร้อยละ 10.77 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้รู้จักสื่อมวลชนเสียงสันติ

สื่อที่ทำให้รู้จักสื่อมวลชนเสียงสันติ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน / คนรู้จัก แนะนำ	179	68.85
สื่อวิทยุ / โทรทัศน์	130	50.00
แผ่นประชาสัมพันธ์ / หนังสือพิมพ์	65	25.00
จากการออกงานแสดงสินค้า	43	16.54
อื่นๆ	14	5.38

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1

อื่นๆ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต 14 ราย

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักสื่อมวลชนเสียงสันติจากเพื่อน / คนรู้จัก แนะนำ มากที่สุด ร้อยละ 68.85 รองลงมาคือ สื่อวิทยุ / โทรทัศน์ ร้อยละ 50.00 แผ่นประชาสัมพันธ์ / หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 25.00 จากการออกงานแสดงสินค้า ร้อยละ 16.54 และจากสื่ออื่นๆ ร้อยละ 5.38 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ความถี่ในการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นประจำ 1 เดือน / ครั้ง	36	13.85
เป็นครั้งคราว 2 – 3 เดือน / ครั้ง	76	29.23
นานๆ ครั้ง 4 – 6 เดือน / ครั้ง	117	45.00
อื่นๆ	31	11.92
รวม	260	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ เคยใช้บริการเพียง 1 ครั้ง 31 ราย

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการใช้บริการนานๆ ครั้ง 4 – 6 เดือน / ครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ เป็นครั้งคราว 2 – 3 เดือน / ครั้ง ร้อยละ 29.23 เป็นประจำ 1 เดือน / ครั้ง ร้อยละ 13.85 และอื่นๆ ร้อยละ 11.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนการเคยใช้บริการ

จำนวนการเคยใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	39	15.00
1 – 2 ครั้ง	54	20.77
3 – 4 ครั้ง	76	29.23
มากกว่า 5 ครั้ง	91	35.00
รวม	260	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการมากกว่า 5 ครั้งมากที่สุด ร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ เคยใช้ 3 – 4 ครั้ง ร้อยละ 29.23 เคยใช้ 1 – 2 ครั้ง ร้อยละ 20.77 และเคยใช้ครั้งแรก ร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ในการซื้อสินค้าจากสื่อมวลชนเสียงสันติ

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้าจากสื่อมวลชนเสียงสันติ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท	115	44.23
501 – 1,000 บาท	94	36.15
1,001 – 1,500 บาท	25	9.62
1,501 – 2,500 บาท	11	4.23
2,501 – 3,000 บาท	9	3.46
3,000 บาท ขึ้นไป	6	2.31
รวม	260	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้าจากสื่อมวลชนเสียงสันติ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 44.23 รองลงมาคือมีค่าใช้จ่าย 501 – 1,000 บาท ร้อยละ 36.15 มีค่าใช้จ่าย 1,001 – 1,500 บาท ร้อยละ 9.62 มีค่าใช้จ่าย 1,501 – 2,500 บาท ร้อยละ 4.23 มีค่าใช้จ่าย 2,501 – 3,000 บาท ร้อยละ 3.46 และมีค่าใช้จ่าย 3,000 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 2.31 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่าย โดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการจากสื่อมวลชนเสียงสันติ

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการจากสื่อมวลชนเสียงสันติ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	116	44.62
500 – 1,500 บาท	85	32.69
1,501 – 2,500 บาท	20	7.69
2,501 – 3,500 บาท	19	7.31
3,501 – 6,000 บาท	5	1.92
6,000 บาท ขึ้นไป	15	5.77
รวม	260	100.00

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการจากสื่อมวลชนเสียงสันติ ต่ำกว่า 500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 44.62 รองลงมาคือมีค่าใช้จ่าย 500 – 1,500 บาท ร้อยละ 32.69 มีค่าใช้จ่าย 1,501 – 2,500 บาท ร้อยละ 7.69 มีค่าใช้จ่าย 2,501 – 3,500 บาท ร้อยละ 7.31 มีค่าใช้จ่าย 6,000 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 5.77 และมีค่าใช้จ่าย 3,501 – 6,000 บาท ร้อยละ 1.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการใช้บริการของสื่อมวลชนเสียงสันติ

เหตุผลในการใช้บริการของสื่อมวลชนเสียงสันติ	จำนวน	ร้อยละ
มีคุณภาพดี	109	41.92
มีความหลากหลายน่าสนใจ	97	37.31
มีการให้บริการที่ต้องการ	79	30.38
ราคาไม่แพง	94	36.15
พนักงานยินดีต้อนรับและให้บริการ	72	27.69
ตั้งอยู่ใกล้บ้าน	38	14.62
มีที่จอดรถสะดวก	49	18.85
รู้จักสื่อมวลชนเสียงสันติ	4	1.54
อื่นๆ	12	4.62

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1

อื่นๆ ได้แก่ เป็นขององค์กรคริสเตียน 4 ราย รู้จักกับพนักงานในเสียงสันติ 3 ราย ขนาด studio มีมาตรฐาน 5 ราย

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลในการใช้บริการของสื่อมวลชนเสียงสันติเพราะมีคุณภาพดี มากที่สุด ร้อยละ 41.92 รองลงมาคือ มีความหลากหลายน่าสนใจ ร้อยละ 37.31 ราคาไม่แพง ร้อยละ 36.15 มีการให้บริการที่ต้องการ ร้อยละ 30.38 พนักงานยินดีต้อนรับและให้บริการ ร้อยละ 27.69 มีที่จอดรถสะดวก ร้อยละ 18.85 ตั้งอยู่ใกล้บ้าน ร้อยละ 14.62 เพราะอื่นๆ ร้อยละ 4.62 และเพราะรู้จักสื่อมวลชนเสียงสันติ ร้อยละ 1.54 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสื่อมวลชนเสียงสันติ

วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสื่อมวลชนเสียงสันติ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กร	86	33.08
เพื่อสำเนาเพิ่มเติมสื่อต่างๆ ที่ได้จัดทำไปแล้วขององค์กร	112	43.08
เพื่อจัดสื่อนำเสนอกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร	96	36.92
เพื่อผลิตเป็นสื่อสารคดีความรู้ต่างๆ	157	60.38
เพื่อจัดทำรายการวิทยุ / โทรทัศน์	35	13.46
เพื่อฝึกอบรมบุคลากรด้านการผลิตและการใช้สื่อ	18	6.92

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสื่อมวลชนเสียงสันติ เพื่อผลิตเป็นสื่อสารคดีความรู้ต่างๆ มากที่สุด ร้อยละ 60.38 รองลงมาคือ เพื่อสำเนาเพิ่มเติมสื่อต่างๆ ที่ได้จัดทำไปแล้วขององค์กร ร้อยละ 43.08 เพื่อจัดสื่อนำเสนอกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร ร้อยละ 36.92 เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กร ร้อยละ 33.08 เพื่อจัดทำรายการวิทยุ / โทรทัศน์ ร้อยละ 13.46 และเพื่อฝึกอบรมบุคลากรด้านการผลิตและการใช้สื่อ ร้อยละ 6.92 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ใช้บริการสื่อมวลชนเสียงสันติจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม

อาชีพ และประเภทกิจการ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทสินค้าที่เคยซื้อจากสื่อมวลชนเสียงสันติ จำแนกตามอาชีพ

ประเภทสินค้าที่เคยซื้อจาก สื่อมวลชนเสียงสันติ	นักเรียน/ นักศึกษา (N=41)	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ (N=44)	เอกชน/ องค์กรฯ (N=140)	ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ (N=35)
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
ม้วนเทป เพลง / คำเทศนา	10	14	59	14
	24.39	31.82	42.14	40.00
ซีดี วีดีโอ ดีวีดี เพลง / คำเทศนา	18	23	81	20
	43.90	52.27	57.86	57.14
ของที่ระลึก	19	13	65	15
	46.34	29.55	46.43	42.86
หนังสือความรู้เกี่ยวกับคริสเตียน	13	19	77	19
	31.71	43.18	55.00	54.29
รูปภาพ / สื่อสิ่งพิมพ์	7	10	42	14
	17.07	22.73	30.00	40.00
อื่นๆ	4	2	10	0
	9.76	4.55	7.14	0.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1

อื่นๆ ได้แก่ พวงกุญแจ 16 ราย

จากตารางที่ 16 พบว่านักเรียน/นักศึกษา เคยซื้อของที่ระลึก จากสื่อมวลชนเสียงสันติ มากที่สุด ร้อยละ 46.34 รองลงมาคือ ซีดี วีดีโอ ดีวีดี เพลง / คำเทศนา ร้อยละ 43.90 หนังสือความรู้เกี่ยวกับคริสเตียน ร้อยละ 31.71 ม้วนเทป เพลง / คำเทศนา ร้อยละ 24.39 รูปภาพ / สื่อสิ่งพิมพ์ ร้อยละ 17.07 และอื่นๆ ร้อยละ 9.76 ตามลำดับ

ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ เคยซื้อ ซีดี วีดีโอ ดีวีดี เพลง / คำเทศนา จากสื่อมวลชนเสียงสันติ มากที่สุด ร้อยละ 52.27 รองลงมาคือ หนังสือความรู้เกี่ยวกับคริสเตียน ร้อยละ 43.18

ม้วนเทป เพลง / คำเทศนา ร้อยละ 31.38 ของที่ระลึก ร้อยละ 29.55 รูปภาพ / สื่อสิ่งพิมพ์ ร้อยละ 22.73 และอื่นๆ ร้อยละ 4.55 ตามลำดับ

พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร เคยซื้อ ซีดี วีดีโอ ดีวีดี เพลง / คำเทศนา จากสื่อมวลชนเสียงสันติ มากที่สุด ร้อยละ 57.86 รองลงมาคือ หนังสือความรู้เกี่ยวกับคริสเตียน ร้อยละ 55.00 ของที่ระลึก ร้อยละ 46.43 ม้วนเทป เพลง / คำเทศนา ร้อยละ 42.14 รูปภาพ / สื่อสิ่งพิมพ์ ร้อยละ 30.00 และอื่นๆ ร้อยละ 7.14 ตามลำดับ

ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ เคยซื้อ ซีดี วีดีโอ ดีวีดี เพลง / คำเทศนา จากสื่อมวลชนเสียงสันติ มากที่สุด ร้อยละ 57.14 รองลงมาคือ หนังสือความรู้เกี่ยวกับคริสเตียน ร้อยละ 54.29 ของที่ระลึก ร้อยละ 42.86 ม้วนเทป เพลง / คำเทศนา และ รูปภาพ / สื่อสิ่งพิมพ์ มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 40.00 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของบริการที่เคยใช้จากสื่อมวลชน เสียงสันติ จำแนกตามอาชีพ

บริการที่เคยใช้จาก สื่อมวลชนเสียงสันติ	นักเรียน/ นักศึกษา (N=41)	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ (N=44)	เอกชน/ องค์กรฯ (N=140)	ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ (N=35)
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
การบันทึกเสียง	9	8	35	8
	21.95	18.18	25.00	22.86
การบันทึกเทปวีดิทัศน์	4	7	27	5
	9.76	15.91	19.29	14.29
การตัดต่อเสียง	5	5	21	3
	12.20	11.36	15.00	8.57
การตัดต่อเทปวีดิทัศน์	4	4	24	6
	9.76	9.09	17.14	17.14
การผลิตเพลงและดนตรี	3	2	21	2
	7.32	4.55	15.00	5.71
การ ลำเนา เทป, ซีดี, ดีวีดี	9	13	56	13
	21.95	29.55	40.00	37.14
การฝึกอบรมด้านการผลิตสื่อ	11	5	34	4
	26.83	11.36	24.29	11.43
การใช้บริการห้องประชุม / สัมมนา	5	16	48	15
	12.20	36.36	34.29	42.86
อื่นๆ	8	4	20	2
	19.51	9.09	14.29	5.71

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1

อื่นๆ ได้แก่ ประชาสัมพันธ์ข่าวสารในสื่อวิทยุ จำนวน 34 ราย

จากตารางที่ 17 พบว่านักเรียน/นักศึกษา เคยใช้บริการ การฝึกอบรมด้านการผลิตสื่อ จากสื่อมวลชน เสียงสันติ มากที่สุด ร้อยละ 26.83 รองลงมาคือ การบันทึกเสียง และการลำเนา เทป, ซีดี, ดีวีดี มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 21.95 การตัดต่อเสียง และ การใช้บริการห้อง

ประชุม / สัมมนา มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 12.20 การบันทึกเทปวีดิทัศน์ และการตัดต่อเทปวีดิทัศน์ มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 9.76 และการผลิตเพลงและดนตรี ร้อยละ 7.32 ตามลำดับ

ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ เคยใช้บริการ การใช้บริการห้องประชุม / สัมมนา จากสื่อมวลชน คนเสียงสันติ มากที่สุด ร้อยละ 36.36 รองลงมาคือ การสำเนา เทป, ซีดี, ดีวีดี ร้อยละ 29.55 การบันทึกเสียง ร้อยละ 18.18 การบันทึกเทปวีดิทัศน์ ร้อยละ 15.91 การตัดต่อเสียง และการฝึกอบรมด้านการผลิตสื่อ มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 11.36 การตัดต่อเทปวีดิทัศน์ และอื่นๆ มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 9.09 ตามลำดับ

พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร เคยใช้บริการ การสำเนา เทป, ซีดี, ดีวีดี จากสื่อมวลชน คนเสียงสันติ มากที่สุด ร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ การใช้บริการห้องประชุม / สัมมนา ร้อยละ 34.29 การบันทึกเสียง ร้อยละ 25.00 การฝึกอบรมด้านการผลิตสื่อ ร้อยละ 24.29 การบันทึกเทปวีดิทัศน์ ร้อยละ 19.29 การตัดต่อเทปวีดิทัศน์ ร้อยละ 17.14 การตัดต่อเสียง และการผลิตเพลงและดนตรี มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 15.00 และอื่นๆ ร้อยละ 14.29 ตามลำดับ

ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ เคยใช้บริการ การใช้บริการห้องประชุม / สัมมนา จากสื่อมวลชน คนเสียงสันติ มากที่สุด ร้อยละ 42.86 รองลงมาคือ การสำเนา เทป, ซีดี, ดีวีดี ร้อยละ 37.14 การบันทึกเสียง ร้อยละ 22.86 การตัดต่อเทปวีดิทัศน์ ร้อยละ 17.14 การบันทึกเทปวีดิทัศน์ ร้อยละ 14.29 การฝึกอบรมด้านการผลิตสื่อ ร้อยละ 11.43 การตัดต่อเสียง ร้อยละ 8.57 การผลิตเพลงและดนตรี และอื่นๆ มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 5.71 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อที่ทำให้รู้จักสื่อมวลชนเสียงสันติ จำแนกตามอาชีพ

สื่อที่ทำให้รู้จัก สื่อมวลชนเสียงสันติ	นักเรียน/ นักศึกษา (N=41)	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ (N=44)	เอกชน/ องค์กรฯ (N=140)	ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ (N=35)
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
เพื่อน / คนรู้จัก แนะนำ	29	23	102	25
	70.73	52.27	72.86	71.43
สื่อวิทยุ / โทรทัศน์	21	22	69	18
	51.22	50.00	49.29	51.43
แผ่นประชาสัมพันธ์ / หนังสือพิมพ์	12	7	39	7
	29.27	15.91	27.86	20.00
จากการออกงานแสดงสินค้า	6	10	24	3
	14.63	22.73	17.14	8.57
อื่นๆ	4	3	6	1
	9.76	6.82	4.29	2.86

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1

อื่นๆ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต 14 ราย

จากตารางที่ 18 พบว่านักเรียน/นักศึกษา รู้จักสื่อมวลชนเสียงสันติจากเพื่อน / คนรู้จัก แนะนำ มากที่สุด ร้อยละ 70.73 รองลงมาคือ สื่อวิทยุ / โทรทัศน์ ร้อยละ 51.22 แผ่นประชาสัมพันธ์ / หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 29.27 จากการออกงานแสดงสินค้า ร้อยละ 14.63 และจากสื่ออื่นๆ ร้อยละ 9.76 ตามลำดับ

ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ รู้จักสื่อมวลชนเสียงสันติจากเพื่อน / คนรู้จัก แนะนำ มากที่สุด ร้อยละ 52.27 รองลงมาคือ สื่อวิทยุ / โทรทัศน์ ร้อยละ 50.00 แผ่นประชาสัมพันธ์ / หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 15.91 จากการออกงานแสดงสินค้า ร้อยละ 22.73 และจากสื่ออื่นๆ ร้อยละ 6.82 ตามลำดับ

พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร รู้จักสื่อมวลชนเสียงสันติจากเพื่อน / คนรู้จัก แนะนำ มากที่สุด ร้อยละ 72.86 รองลงมาคือ สื่อวิทยุ / โทรทัศน์ ร้อยละ 49.29 แผ่น

ประชาสัมพันธ์ / หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 27.86 จากการออกงานแสดงสินค้า ร้อยละ 17.14 และจากสื่ออื่นๆ ร้อยละ 4.29 ตามลำดับ

ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ รู้จักสื่อมวลชนเสียงสันติจากเพื่อน / คนรู้จัก แนะนำ มากที่สุด ร้อยละ 71.43 รองลงมาคือ สื่อวิทยุ / โทรทัศน์ ร้อยละ 51.43 แผ่นประชาสัมพันธ์ / หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 20.00 จากการออกงานแสดงสินค้า ร้อยละ 8.57 และจากสื่ออื่นๆ ร้อยละ 2.86 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ

ความถี่ในการใช้บริการ	นักเรียน/ นักศึกษา (N=41)	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ (N=44)	เอกชน/ องค์กรฯ (N=140)	ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ (N=35)
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
เป็นประจำ 1 เดือน / ครั้ง	4	4	25	3
	9.76	9.09	17.86	8.57
เป็นครั้งคราว 2 – 3 เดือน / ครั้ง	12	13	43	8
	29.27	29.55	30.71	22.86
นานๆ ครั้ง 4 – 6 เดือน / ครั้ง	22	26	50	19
	53.66	59.09	35.71	54.29
อื่นๆ	3	1	22	5
	7.32	2.27	15.71	14.29
รวม	41	44	140	35
	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ เคยใช้บริการเพียง 1 ครั้ง 31 ราย

จากตารางที่ 19 พบว่านักเรียน/นักศึกษา มีความถี่ในการใช้บริการนานๆ ครั้ง 4 – 6 เดือน / ครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 53.66 รองลงมาคือ เป็นครั้งคราว 2 – 3 เดือน / ครั้ง ร้อยละ 29.27 เป็นประจำ 1 เดือน / ครั้ง ร้อยละ 9.76 และอื่นๆ ร้อยละ 7.32 ตามลำดับ

ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีความถี่ในการใช้บริการนานๆ ครั้ง 4 – 6 เดือน / ครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 59.09 รองลงมาคือ เป็นครั้งคราว 2 – 3 เดือน / ครั้ง ร้อยละ 29.55 เป็นประจำ 1 เดือน / ครั้ง ร้อยละ 9.09 และอื่นๆ ร้อยละ 2.27 ตามลำดับ

พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร มีความถี่ในการใช้บริการนานๆ ครั้ง 4 – 6 เดือน / ครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 35.71 รองลงมาคือ เป็นครั้งคราว 2 – 3 เดือน / ครั้ง ร้อยละ 30.71 เป็นประจำ 1 เดือน / ครั้ง ร้อยละ 17.86 และอื่นๆ ร้อยละ 15.71 ตามลำดับ

ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีความถี่ในการใช้บริการนานๆ ครั้ง 4 – 6 เดือน / ครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 54.29 รองลงมาคือ เป็นครั้งคราว 2 – 3 เดือน / ครั้ง ร้อยละ 22.86 อื่นๆ ร้อยละ 14.29 และเป็นประจำ 1 เดือน / ครั้ง ร้อยละ 8.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนการเคยใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ

จำนวนการเคยใช้บริการ	นักเรียน/ นักศึกษา (N=41)	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ (N=44)	เอกชน/ องค์กรฯ (N=140)	ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ (N=35)
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
ครั้งแรก	11	8	17	3
	26.83	18.18	12.14	8.57
1 – 2 ครั้ง	10	8	28	8
	24.39	18.18	20.00	22.86
3 – 4 ครั้ง	13	16	38	9
	31.71	36.36	27.14	25.71
มากกว่า 5 ครั้ง	7	12	57	15
	17.07	27.27	40.71	42.86
รวม	41	44	140	35
	100.00	100.00	100.00	100.00

จากตารางที่ 20 พบว่านักเรียน/นักศึกษา มีเคยใช้บริการ 3 – 4 ครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 31.71 รองลงมาคือ เคยใช้ ครั้งแรก ร้อยละ 26.83 เคยใช้ 1 – 2 ครั้ง ร้อยละ 24.39 และเคยใช้มากกว่า 5 ครั้ง ร้อยละ 17.07 ตามลำดับ

ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ เคยใช้บริการ 3 – 4 ครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 36.36
 รองลงมาคือ มากกว่า 5 ครั้ง ร้อยละ 27.27 เคยใช้ 1 – 2 ครั้ง และเคยใช้ครั้งแรก มีจำนวนเท่ากัน
 ร้อยละ 18.18 ตามลำดับ

พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร เคยใช้บริการมากกว่า 5 ครั้งมากที่สุด ร้อย
 ละ 40.71 รองลงมาคือ เคยใช้ 3 – 4 ครั้ง ร้อยละ 27.14 เคยใช้ 1 – 2 ครั้ง ร้อยละ 20.00 และเคยใช้
 ครั้งแรก ร้อยละ 12.14 ตามลำดับ

ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ เคยใช้บริการมากกว่า 5 ครั้งมากที่สุด ร้อยละ 42.86
 รองลงมาคือ เคยใช้ 3 – 4 ครั้ง ร้อยละ 25.71 เคยใช้ 1 – 2 ครั้ง ร้อยละ 22.86 และเคยใช้ครั้งแรก
 ร้อยละ 8.57 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้าจากสื่อมวลชนเสียงสันติ จำแนกตามอาชีพ

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อ สินค้าจากสื่อมวลชนเสียงสันติ	นักเรียน/ นักศึกษา (N=41)	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ (N=44)	เอกชน/ องค์กรฯ (N=140)	ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ (N=35)
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท	30	10	67	8
	73.17	22.73	47.86	22.86
501 – 1,000 บาท	8	22	52	12
	19.51	50.00	37.14	34.29
1,001 – 1,500 บาท	3	5	12	5
	7.32	11.36	8.57	14.29
1,501 – 2,500 บาท	0	4	3	4
	0.00	9.09	2.14	11.43
2,501 – 3,000 บาท	0	1	3	5
	0.00	2.27	2.14	14.29
3,000 บาท ขึ้นไป	0	2	3	1
	0.00	4.55	2.14	2.86
รวม	41	44	140	35
	100.00	100.00	100.00	100.00

จากตารางที่ 21 พบว่านักเรียน/นักศึกษา มีมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้าจากสื่อมวลชนเสียงสันติ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 73.17 รองลงมาคือมีค่าใช้จ่าย 501 – 1,000 บาท ร้อยละ 19.51 และมีค่าใช้จ่าย 1,001 – 1,500 บาท ร้อยละ 7.32 ตามลำดับ

ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้าจากสื่อมวลชนเสียงสันติ 501 – 1,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 50.00 รองลงมาคือมีมีค่าใช้จ่าย ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท ร้อยละ 22.73 มีมีค่าใช้จ่าย 1,001 – 1,500 บาท ร้อยละ 11.36 มีมีค่าใช้จ่าย 1,501 –

2,500 บาท ร้อยละ 9.09 มีค่าใช้จ่าย 3,000 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 4.55 และมีค่าใช้จ่าย 2,501 – 3,000 บาท ร้อยละ 2.27 ตามลำดับ

พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้าจากสื่อมวลชนเสียงสันติ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 47.86 รองลงมาคือมีค่าใช้จ่าย 501 – 1,000 บาท ร้อยละ 37.14 มีค่าใช้จ่าย 1,001 – 1,500 บาท ร้อยละ 8.57 มีค่าใช้จ่าย 1,501 – 2,500 บาท 2,501 – 3,000 บาท และ 3,000 บาท ขึ้นไป มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 2.14 ตามลำดับ

ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้าจากสื่อมวลชนเสียงสันติ 501 – 1,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 34.29 รองลงมาคือมีค่าใช้จ่าย ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท ร้อยละ 22.86 มีค่าใช้จ่าย 1,001 – 1,500 บาท และ 2,501 – 3,000 บาท มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 14.29 มีค่าใช้จ่าย 1,501 – 2,500 บาท ร้อยละ 11.43 และมีค่าใช้จ่าย 3,000 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 2.86 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการจากสื่อมวลชน
เสียงสันติ จำแนกตามอาชีพ

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งใน การให้บริการจากสื่อมวลชน เสียงสันติ	นักเรียน/ นักศึกษา (N=41)	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ (N=44)	เอกชน/ องค์กรฯ (N=140)	ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ (N=35)
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	29	13	63	11
	70.73	29.55	45.00	31.43
500 – 1,500 บาท	9	21	44	11
	21.95	47.73	31.43	31.43
1,501 – 2,500 บาท	2	4	11	3
	4.88	9.09	7.86	8.57
2,501 – 3,500 บาท	1	5	8	5
	2.44	11.36	5.71	14.29
3,501 – 6,000 บาท	0	1	2	2
	0.00	2.27	1.43	5.71
6,000 บาท ขึ้นไป	0	0	12	3
	0.00	0.00	8.57	8.57
รวม	41	44	140	35
	100.00	100.00	100.00	100.00

จากตารางที่ 22 พบว่านักเรียน/นักศึกษา มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้
บริการจากสื่อมวลชนเสียงสันติ ต่ำกว่า 500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 70.73 รองลงมาคือมีค่าใช้จ่าย 500
– 1,500 บาท ร้อยละ 21.95 มีค่าใช้จ่าย 1,501 – 2,500 บาท ร้อยละ 4.88 และ มีค่าใช้จ่าย 2,501 – 3,500
บาท ร้อยละ 2.44 ตามลำดับ

ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการจาก
สื่อมวลชนเสียงสันติ 500 – 1,500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 47.73 รองลงมาคือมีค่าใช้จ่าย ต่ำกว่า 500

บาท ร้อยละ 29.55 มีค่าใช้จ่าย 2,501 – 3,500 บาท ร้อยละ 11.36 และมีค่าใช้จ่าย 1,501 – 2,500 บาท ร้อยละ 9.09 ตามลำดับ

พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการจากสื่อมวลชนเสียงสันติ ต่ำกว่า 500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 45.00 รองลงมาคือมีค่าใช้จ่าย 500 – 1,500 บาท ร้อยละ 31.43 มีค่าใช้จ่าย 6,000 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 8.57 มีค่าใช้จ่าย 1,501 – 2,500 บาท ร้อยละ 7.86 มีค่าใช้จ่าย 2,501 – 3,500 บาท ร้อยละ 5.71 และมีค่าใช้จ่าย 3,501 – 6,000 บาท ร้อยละ 1.43 ตามลำดับ

ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการจากสื่อมวลชนเสียงสันติ ต่ำกว่า 500 บาท และ 500 – 1,500 บาท มีจำนวนเท่ากันมากที่สุด ร้อยละ 31.43 รองลงมาคือมีค่าใช้จ่าย 2,501 – 3,500 บาท ร้อยละ 14.29 มีค่าใช้จ่าย 1,501 – 2,500 บาท และ 6,000 บาท ขึ้นไป มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 8.57 และมีค่าใช้จ่าย 3,501 – 6,000 บาท ร้อยละ 5.71 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลในการใช้บริการของสื่อมวลชนเสียงสันติ จำแนกตามอาชีพ

เหตุผลในการใช้บริการของ สื่อมวลชนเสียงสันติ	นักเรียน/ นักศึกษา (N=41)	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ (N=44)	เอกชน/ องค์กรฯ (N=140)	ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ (N=35)
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
มีคุณภาพดี	25	17	59	8
	60.98	38.64	42.14	22.86
มีความหลากหลายน่าสนใจ	18	12	56	11
	43.90	27.27	40.00	31.43
มีการให้บริการที่ต้องการ	12	14	42	11
	29.27	31.82	30.00	31.43
ราคาไม่แพง	14	8	59	13
	34.15	18.18	42.14	37.14
พนักงานยินดีต้อนรับและให้บริการ	16	7	39	10
	39.02	15.91	27.86	28.57
ตั้งอยู่ใกล้บ้าน	4	4	21	9
	9.76	9.09	15.00	25.71
มีที่จอดรถสะดวก	11	7	22	9
	26.83	15.91	15.71	25.71
รู้จักสื่อมวลชนเสียงสันติ	0	1	0	3
	0.00	2.27	0.00	8.57
อื่นๆ	0	1	9	2
	0.00	2.27	6.43	5.71

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1

อื่นๆ ได้แก่ เป็นขององค์กรคริสเตียน 4 ราย รู้จักกับพนักงานในเสียงสันติ 3 ราย ขนาด studio มีมาตรฐาน 5 ราย

จากตารางที่ 23 พบว่านักเรียน/นักศึกษา มีเหตุผลในการใช้บริการของสื่อมวลชนเสียงสันติเพราะ มีคุณภาพดี มากที่สุด ร้อยละ 60.98 รองลงมาคือ มีความหลากหลายน่าสนใจ ร้อยละ 43.90 พนักงานยินดีต้อนรับและให้บริการ ร้อยละ 39.02 ราคาไม่แพง ร้อยละ 34.15 มีการให้บริการที่ต้องการ ร้อยละ 29.27 มีที่จอดรถสะดวก ร้อยละ 26.83 ตั้งอยู่ใกล้บ้าน และร้อยละ 9.76 ตามลำดับ

ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีเหตุผลในการใช้บริการของสื่อมวลชนเสียงสันติเพราะ มีคุณภาพดี มากที่สุด ร้อยละ 38.64 รองลงมาคือ มีการให้บริการที่ต้องการ ร้อยละ 31.82 มีความหลากหลายน่าสนใจ ร้อยละ 27.27 ราคาไม่แพง ร้อยละ 18.18 พนักงานยินดีต้อนรับและให้บริการ และมีที่จอดรถสะดวก มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 15.91 ตั้งอยู่ใกล้บ้าน ร้อยละ 9.09 รู้จักสื่อมวลชนเสียงสันติ และอื่นๆ มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 2.27 ตามลำดับ

พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร มีเหตุผลในการใช้บริการของสื่อมวลชนเสียงสันติเพราะมีคุณภาพดี และราคาไม่แพง มีจำนวนเท่ากัน มากที่สุด ร้อยละ 42.14 รองลงมาคือ มีความหลากหลายน่าสนใจ ร้อยละ 40.00 มีการให้บริการที่ต้องการ ร้อยละ 30.00 พนักงานยินดีต้อนรับและให้บริการ ร้อยละ 27.86 มีที่จอดรถสะดวก ร้อยละ 15.17 ตั้งอยู่ใกล้บ้าน ร้อยละ 15.00 และอื่นๆ ร้อยละ 6.43 ตามลำดับ

ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีเหตุผลในการใช้บริการของสื่อมวลชนเสียงสันติเพราะ ราคาไม่แพง มากที่สุด ร้อยละ 37.14 รองลงมาคือ มีความหลากหลายน่าสนใจ และมีการให้บริการที่ต้องการ มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 31.43 พนักงานยินดีต้อนรับและให้บริการ ร้อยละ 28.57 ตั้งอยู่ใกล้บ้าน และมีที่จอดรถสะดวก ร้อยละ 25.71 มีคุณภาพดี ร้อยละ 22.86 รู้จักสื่อมวลชนเสียงสันติ ร้อยละ 8.57 และอื่นๆ ร้อยละ 5.71 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสื่อมวลชนเสียงสันติ จำแนกตามอาชีพ

วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ สื่อมวลชนเสียงสันติ	นักเรียน/ นักศึกษา (N=41)	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ (N=44)	เอกชน/ องค์กรฯ (N=140)	ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ (N=35)
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของ องค์กร	7	19	45	15
	17.07	43.18	32.14	42.86
เพื่อสำเนาเพิ่มเติมสื่อต่างๆ ที่ได้จัดทำ ไปแล้ว ขององค์กร	20	14	67	11
	48.78	31.82	47.86	31.43
เพื่อจัดสื่อนำเสนอกิจกรรมต่างๆ ของ องค์กร	14	13	60	9
	34.15	29.55	42.86	25.71
เพื่อผลิตเป็นสื่อสารคดีความรู้ต่างๆ	34	25	76	22
	82.93	56.82	54.29	62.86
เพื่อจัดทำรายการวิทยุ / โทรทัศน์	3	4	23	5
	7.32	9.09	16.43	14.29
เพื่อฝึกอบรมบุคลากรด้านการผลิต และการใช้สื่อ	1	4	9	4
	2.44	9.09	6.43	11.43

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1

จากตารางที่ 24 พบว่านักเรียน/นักศึกษา มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสื่อมวลชนเสียงสันติ เพื่อผลิตเป็นสื่อสารคดีความรู้ต่างๆ มากที่สุด ร้อยละ 82.93 รองลงมาคือ เพื่อสำเนาเพิ่มเติมสื่อต่างๆ ที่ได้จัดทำไปแล้ว ขององค์กร ร้อยละ 48.78 เพื่อจัดสื่อนำเสนอกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร ร้อยละ 34.15 เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กร ร้อยละ 17.07 เพื่อจัดทำรายการวิทยุ / โทรทัศน์ ร้อยละ 7.32 และเพื่อฝึกอบรมบุคลากรด้านการผลิตและการใช้สื่อ ร้อยละ 2.44 ตามลำดับ

ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสื่อมวลชนเสียงสันติ เพื่อผลิตเป็นสื่อสารคดีความรู้ต่างๆ มากที่สุด ร้อยละ 56.82 รองลงมาคือ เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กร ร้อยละ 43.18 เพื่อสำเนาเพิ่มเติมสื่อต่างๆ ที่ได้จัดทำไปแล้ว ขององค์กร ร้อยละ 31.82

เพื่อจัดซื้อนำเสนอกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร ร้อยละ 29.55 เพื่อจัดทำรายการวิทยุ / โทรทัศน์ และ เพื่อฝึกอบรมบุคลากรด้านการผลิตและการใช้สื่อ ร้อยละ 9.09 ตามลำดับ

พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการ สื่อมวลชนเสียงสั้นติ เพื่อผลิตเป็นสื่อสารคดีความรู้ต่างๆ มากที่สุด ร้อยละ 54.29 รองลงมาคือ เพื่อ สำนเนาเพิ่มเติมสื่อต่างๆ ที่ได้จัดทำไปแล้ว ขององค์กร ร้อยละ 47.86 เพื่อจัดซื้อนำเสนอกิจกรรม ต่างๆ ขององค์กร ร้อยละ 42.86 เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กร ร้อยละ 32.14 เพื่อจัดทำ รายการวิทยุ / โทรทัศน์ ร้อยละ 16.43 และเพื่อฝึกอบรมบุคลากรด้านการผลิตและการใช้สื่อ ร้อยละ 6.43 ตามลำดับ

ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสื่อมวลชนเสียงสั้นติ เพื่อ ผลิตเป็นสื่อสารคดีความรู้ต่างๆ มากที่สุด ร้อยละ 62.86 รองลงมาคือ เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ขององค์กร ร้อยละ 42.86 เพื่อสำเนาเพิ่มเติมสื่อต่างๆ ที่ได้จัดทำไปแล้ว ขององค์กร ร้อยละ 31.43 เพื่อจัดซื้อนำเสนอกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร ร้อยละ 25.71 เพื่อจัดทำรายการวิทยุ / โทรทัศน์ ร้อย ละ 14.29 และเพื่อฝึกอบรมบุคลากรด้านการผลิตและการใช้สื่อ ร้อยละ 11.43 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทสินค้าที่เคยซื้อจากสื่อมวลชนเสียงสันติ จำแนกตามประเภทกิจการ

ประเภทสินค้าที่เคยซื้อจาก สื่อมวลชนเสียงสันติ	องค์กรธุรกิจ (N=57)	โรงเรียน / มหาวิทยาลัย (N=63)	รัฐ / รัฐวิสาหกิจ (N=20)	มูลนิธิไม่ แสวงหากำไร (N=120)
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
ม้วนเทป เพลง / คำเทศนา	17	15	9	56
	29.82	23.81	45.00	46.67
ซีดี วีดีโอ ดีวีดี เพลง / คำเทศนา	28	31	9	74
	49.12	49.21	45.00	61.67
ของที่ระลึก	26	26	7	53
	45.61	41.27	35.00	44.17
หนังสือความรู้เกี่ยวกับคริสเตียน	27	24	9	68
	47.37	38.10	45.00	56.67
รูปภาพ / สื่อสิ่งพิมพ์	18	12	6	37
	31.58	19.05	30.00	30.83
อื่นๆ	0	8	1	7
	0.00	12.70	5.00	5.83

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1

อื่นๆ ได้แก่ พวงกุญแจ 16 ราย

จากตารางที่ 25 พบว่าองค์กรธุรกิจ เคยซื้อ ซีดี วีดีโอ ดีวีดี เพลง / คำเทศนา จากสื่อมวลชนเสียงสันติ มากที่สุด ร้อยละ 49.12 รองลงมาคือ หนังสือความรู้เกี่ยวกับคริสเตียน ร้อยละ 47.37 ของที่ระลึก ร้อยละ 45.61 ม้วนเทป เพลง / คำเทศนา ร้อยละ 29.81 และรูปภาพ / สื่อสิ่งพิมพ์ ร้อยละ 31.58 ตามลำดับ

โรงเรียน /มหาวิทยาลัย เคยซื้อ ซีดี วีดีโอ ดีวีดี เพลง / คำเทศนา จากสื่อมวลชนเสียงสันติ มากที่สุด ร้อยละ 49.21 รองลงมาคือ ของที่ระลึก ร้อยละ 41.27 หนังสือความรู้เกี่ยวกับคริสเตียน ร้อยละ 38.10 ม้วนเทป เพลง / คำเทศนา ร้อยละ 23.81 รูปภาพ / สื่อสิ่งพิมพ์ ร้อยละ 19.05 และอื่นๆ ร้อยละ 12.70 ตามลำดับ

รัฐ / รัฐวิสาหกิจ เคยซื้อ ซีดี วีดีโอ ดีวีดี เพลง / คำเทศนา ซีดี วีดีโอ ดีวีดี เพลง / คำเทศนา และหนังสือความรู้เกี่ยวกับคริสเตียน จากสื่อมวลชนเสียงสันติ มีจำนวนเท่ากันมากที่สุด ร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ ของที่ระลึก ร้อยละ 35.00 รูปภาพ / สื่อสิ่งพิมพ์ ร้อยละ 30.00 และอื่นๆ ร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

มูลนิธิไม่แสวงหากำไร เคยซื้อ ซีดี วีดีโอ ดีวีดี เพลง / คำเทศนา จากสื่อมวลชนเสียงสันติ มากที่สุด ร้อยละ 61.67 รองลงมาคือ หนังสือความรู้เกี่ยวกับคริสเตียน ร้อยละ 56.67 ม้วนเทป เพลง / คำเทศนา ร้อยละ 47.67 ของที่ระลึก ร้อยละ 44.17 รูปภาพ / สื่อสิ่งพิมพ์ ร้อยละ 30.83 และอื่นๆ ร้อยละ 5.83 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของบริการที่เคยใช้จากสื่อมวลชนเสียงสันติ จำแนกตามประเภทกิจการ

บริการที่เคยใช้จาก สื่อมวลชนเสียงสันติ	องค์กรธุรกิจ (N=57)	โรงเรียน / มหาวิทยาลัย (N=63)	รัฐ / รัฐวิสาหกิจ (N=20)	มูลนิธิไม่ แสวงหากำไร (N=120)
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
การบันทึกเสียง	11	13	4	32
	19.30	20.63	20.00	26.67
การบันทึกเทปวีดิทัศน์	8	6	6	23
	14.04	9.52	30.00	19.17
การตัดต่อเสียง	5	7	3	19
	8.77	11.11	15.00	15.83
การตัดต่อเทปวีดิทัศน์	7	4	4	23
	12.28	6.35	20.00	19.17
การผลิตเพลงและดนตรี	5	3	1	19
	8.77	4.76	5.00	15.83
การสำเนา เทป, ซีดี, ดีวีดี	19	19	5	48
	33.33	30.16	25.00	40.00
การฝึกอบรมด้านการผลิตสื่อ	8	16	2	28
	14.04	25.40	10.00	23.33
การใช้บริการห้องประชุม / สัมมนา	19	11	7	47
	33.33	17.46	35.00	39.17
อื่นๆ	4	8	2	20
	7.02	12.70	10.00	16.67

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1

อื่นๆ ได้แก่ ประชาสัมพันธ์ข่าวสารในสื่อวิทยุ จำนวน 34 ราย

จากตารางที่ 26 พบว่าองค์กรธุรกิจ เคยใช้บริการ การสำเนา เทป, ซีดี, ดีวีดี และการใช้บริการห้องประชุม / สัมมนา จากสื่อมวลชนเสียงสันติ มีจำนวนเท่ากัน มากที่สุด ร้อย

ละ 33.33 รองลงมาคือ การบันทึกเสียง ร้อยละ 19.13 การบันทึกเทปวีดิทัศน์ และการฝึกอบรมด้านการผลิตสื่อ มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 14.04 การตัดต่อเทปวีดิทัศน์ ร้อยละ 12.28 การตัดต่อเสียง และการผลิตเพลงและดนตรี มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 8.77 และอื่นๆ ร้อยละ 7.02 ตามลำดับ

โรงเรียน /มหาวิทยาลัย เคยใช้บริการการ สำเนา เทป, ซีดี, ดีวีดี จากสื่อมวลชน เสียงสันติ มากที่สุด ร้อยละ 30.16 รองลงมาคือ การฝึกอบรมด้านการผลิตสื่อ ร้อยละ 25.40 การบันทึกเสียง ร้อยละ 20.63 การใช้บริการห้องประชุม / สัมมนา ร้อยละ 17.46 อื่นๆ ร้อยละ 12.70 การตัดต่อเสียง ร้อยละ 11.11 การบันทึกเทปวีดิทัศน์ ร้อยละ 9.52 การตัดต่อเทปวีดิทัศน์ ร้อยละ 6.35 และการผลิตเพลงและดนตรี ร้อยละ 4.76 ตามลำดับ

รัฐ / รัฐวิสาหกิจ เคยใช้บริการ การใช้บริการห้องประชุม / สัมมนา จากสื่อมวลชน เสียงสันติ มากที่สุด ร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ การบันทึกเทปวีดิทัศน์ ร้อยละ 30.00 การ สำเนา เทป, ซีดี, ดีวีดี ร้อยละ 25.00 การบันทึกเสียง และการตัดต่อเทปวีดิทัศน์ มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 20.00 การตัดต่อเสียง ร้อยละ 15.00 การฝึกอบรมด้านการผลิตสื่อ และอื่นๆ มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 10.00 และการผลิตเพลงและดนตรี ร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

มูลนิธิไม่แสวงหากำไร เคยใช้บริการ การ สำเนา เทป, ซีดี, ดีวีดี จากสื่อมวลชน เสียงสันติ มากที่สุด ร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ การใช้บริการห้องประชุม / สัมมนา ร้อยละ 39.17 การบันทึกเสียง ร้อยละ 26.67 การฝึกอบรมด้านการผลิตสื่อ ร้อยละ 23.33 การบันทึกเทปวีดิทัศน์ และการตัดต่อเทปวีดิทัศน์ มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 19.17 และใช้บริการอื่นๆ ร้อยละ 16.67 การตัดต่อเสียง และการผลิตเพลงและดนตรี มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 15.83 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อที่ทำให้รู้จักสื่อมวลชนเสียงสันติ จำแนกตามประเภทกิจการ

สื่อที่ทำให้รู้จัก สื่อมวลชนเสียงสันติ	องค์กรธุรกิจ (N=57)	โรงเรียน / มหาวิทยาลัย (N=63)	รัฐ / รัฐวิสาหกิจ (N=20)	มูลนิธิไม่ แสวงหากำไร (N=120)
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
เพื่อน / คนรู้จัก แนะนำ	34	44	12	89
	59.65	69.84	60.00	74.17
สื่อวิทยุ / โทรทัศน์	29	35	9	57
	50.88	55.56	45.00	47.50
แผ่นประชาสัมพันธ์ / หนังสือพิมพ์	10	21	6	28
	17.54	33.33	30.00	23.33
จากการออกงานแสดงสินค้า	7	14	4	18
	12.28	22.22	20.00	15.00
อื่นๆ	4	4	0	6
	7.02	6.35	0.00	5.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1

อื่นๆ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต 14 ราย

จากตารางที่ 27 พบว่าองค์กรธุรกิจ รู้จักสื่อมวลชนเสียงสันติจากเพื่อน / คนรู้จัก แนะนำ มากที่สุด ร้อยละ 59.65 รองลงมาคือ สื่อวิทยุ / โทรทัศน์ ร้อยละ 50.88 แผ่นประชาสัมพันธ์ / หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 17.54 จากการออกงานแสดงสินค้า ร้อยละ 12.28 และจากสื่ออื่นๆ ร้อยละ 7.02 ตามลำดับ

โรงเรียน /มหาวิทยาลัย รู้จักสื่อมวลชนเสียงสันติจากเพื่อน / คนรู้จัก แนะนำ มากที่สุด ร้อยละ 69.84 รองลงมาคือ สื่อวิทยุ / โทรทัศน์ ร้อยละ 55.56 แผ่นประชาสัมพันธ์ / หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 33.33 จากการออกงานแสดงสินค้า ร้อยละ 22.22 และจากสื่ออื่นๆ ร้อยละ 6.35 ตามลำดับ

รัฐ / รัฐวิสาหกิจ รู้จักสื่อมวลชนเสียงสันติจากเพื่อน / คนรู้จัก แนะนำ มากที่สุด ร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ สื่อวิทยุ / โทรทัศน์ ร้อยละ 45.00 แผ่นประชาสัมพันธ์ / หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 30.00 และจากการออกงานแสดงสินค้า ร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

มูลนิธิไม่แสวงหากำไร รู้จักสื่อมวลชนเสียงสันติจากเพื่อน / คนรู้จัก แนะนำ มากที่สุด ร้อยละ 74.17 รองลงมาคือ สื่อวิทยุ / โทรทัศน์ ร้อยละ 47.50 แผ่นประชาสัมพันธ์ / หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 23.33 จากการออกงานแสดงสินค้า ร้อยละ 15.00 และจากสื่ออื่นๆ ร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการใช้บริการ จำแนกตามประเภทกิจการ

ความถี่ในการใช้บริการ	องค์กรธุรกิจ (N=57)	โรงเรียน / มหาวิทยาลัย (N=63)	รัฐ / รัฐวิสาหกิจ (N=20)	มูลนิธิไม่ แสวงหากำไร (N=120)
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
เป็นประจำ 1 เดือน / ครั้ง	8	8	1	19
	14.04	12.70	5.00	15.83
เป็นครั้งคราว 2 – 3 เดือน / ครั้ง	18	9	7	42
	31.58	14.29	35.00	35.00
นานๆ ครั้ง 4 – 6 เดือน / ครั้ง	26	38	12	41
	45.61	60.32	60.00	34.17
อื่นๆ	5	8	0	18
	8.77	12.70	0.00	15.00
รวม	57	63	20	120
	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ เคยใช้บริการเพียง 1 ครั้ง 31 ราย

จากตารางที่ 28 พบว่าองค์กรธุรกิจ มีความถี่ในการใช้บริการนานๆ ครั้ง 4 – 6 เดือน / ครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 45.61 รองลงมาคือ เป็นครั้งคราว 2 – 3 เดือน / ครั้ง ร้อยละ 31.58 เป็นประจำ 1 เดือน / ครั้ง ร้อยละ 14.04 และอื่นๆ ร้อยละ 8.77 ตามลำดับ

โรงเรียน /มหาวิทยาลัย มีความถี่ในการใช้บริการนานๆ ครั้ง 4 – 6 เดือน / ครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 60.32 รองลงมาคือ เป็นครั้งคราว 2 – 3 เดือน / ครั้ง ร้อยละ 14.29 เป็นประจำ 1 เดือน / ครั้ง และอื่นๆ ร้อยละ 12.70 มีจำนวนเท่ากัน ตามลำดับ

รัฐ / รัฐวิสาหกิจ มีความถี่ในการใช้บริการนานๆ ครั้ง 4 – 6 เดือน / ครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ เป็นครั้งคราว 2 – 3 เดือน / ครั้ง ร้อยละ 35.00 เป็นประจำ 1 เดือน / ครั้ง ร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

มูลนิธิไม่แสวงหากำไร มีความถี่ในการใช้บริการเป็นครั้งคราว 2 – 3 เดือน / ครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ นานๆ ครั้ง 4 – 6 เดือน / ครั้ง ร้อยละ 34.17 เป็นประจำ 1 เดือน / ครั้ง ร้อยละ 15.83 และอื่นๆ ร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนการเคยใช้บริการ จำแนกตามประเภทกิจการ

จำนวนการเคยใช้บริการ	องค์กรธุรกิจ (N=57)	โรงเรียน / มหาวิทยาลัย (N=63)	รัฐ / รัฐวิสาหกิจ (N=20)	มูลนิธิไม่ แสวงหากำไร (N=120)
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
ครั้งแรก	10	11	3	15
	17.54	17.46	15.00	12.50
1 – 2 ครั้ง	12	19	5	18
	21.05	30.16	25.00	15.00
3 – 4 ครั้ง	19	20	7	30
	33.33	31.75	35.00	25.00
มากกว่า 5 ครั้ง	16	13	5	57
	28.07	20.63	25.00	47.50
รวม	57	63	20	120
	100.00	100.00	100.00	100.00

จากตารางที่ 29 พบว่าองค์กรธุรกิจ มีเคยใช้บริการ 3 – 4 ครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 33.33 รองลงมาคือ เคยใช้ มากกว่า 5 ครั้ง ร้อยละ 28.07 เคยใช้ 1 – 2 ครั้ง ร้อยละ 21.05 และเคยใช้ ครั้งแรก ร้อยละ 17.54 ตามลำดับ

โรงเรียน /มหาวิทยาลัย เคยใช้บริการ 3 – 4 ครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 31.75 รองลงมาคือ เคยใช้ 1 – 2 ครั้ง ร้อยละ 30.16 เคยใช้ มากกว่า 5 ครั้ง ร้อยละ 20.63 และเคยใช้ครั้งแรก ร้อยละ 17.46 ตามลำดับ

รัฐ / รัฐวิสาหกิจ เคยใช้บริการ 3 – 4 ครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ เคยใช้ 1 – 2 ครั้ง และมากกว่า 5 ครั้ง มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 25.00 และเคยใช้ครั้งแรก ร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

มูลนิธิไม่แสวงหากำไร เคยใช้บริการมากกว่า 5 ครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 47.50 รองลงมาคือ เคยใช้ 3 – 4 ครั้ง ร้อยละ 25.00 เคยใช้ครั้งแรก และเคยใช้ 1 – 2 ครั้ง มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 12.50 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้าจากสื่อมวลชนเสียงสันติ จำแนกตามประเภทกิจการ

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อ สินค้าจากสื่อมวลชนเสียงสันติ	องค์กรธุรกิจ (N=57)	โรงเรียน / มหาวิทยาลัย (N=63)	รัฐ / รัฐวิสาหกิจ (N=20)	มูลนิธิไม่ แสวงหากำไร (N=120)
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท	21	35	4	55
	36.84	55.56	20.00	45.83
501 – 1,000 บาท	16	21	8	49
	28.07	33.33	40.00	40.83
1,001 – 1,500 บาท	10	5	2	8
	17.54	7.94	10.00	6.67
1,501 – 2,500 บาท	6	1	3	1
	10.53	1.59	15.00	0.83
2,501 – 3,000 บาท	3	1	2	3
	5.26	1.59	10.00	2.50
3,000 บาท ขึ้นไป	1	0	1	4
	1.75	0.00	5.00	3.33
รวม	57	63	20	120
	100.00	100.00	100.00	100.00

จากตารางที่ 30 พบว่าองค์กรธุรกิจ มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้าจากสื่อมวลชนเสียงสันติ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 36.84 รองลงมาคือมีค่าใช้จ่าย 501 – 1,000 บาท ร้อยละ 28.07 มีค่าใช้จ่าย 1,001 – 1,500 บาท ร้อยละ 17.54 มีค่าใช้จ่าย 1,501 – 2,500 บาท ร้อยละ 10.53 มีค่าใช้จ่าย 2,501 – 3,000 บาท ร้อยละ 5.26 และมีค่าใช้จ่าย 3,000 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

โรงเรียน /มหาวิทยาลัย มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้าจากสื่อมวลชนเสียงสันติ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 55.56 รองลงมาคือมีค่าใช้จ่าย 501 – 1,000

บาท ร้อยละ 33.33 มีค่าใช้จ่าย 1,001 – 1,500 บาท ร้อยละ 7.94 มีค่าใช้จ่าย 1,501 – 2,500 บาท และมีค่าใช้จ่าย 2,501 – 3,000 บาท มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 1.59 ตามลำดับ

รัฐ / รัฐวิสาหกิจ มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้าจากสื่อมวลชนเสียงสันติ 501 – 1,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 40.00 รองลงมาคือมีค่าใช้จ่าย ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท ร้อยละ 20.00 มีค่าใช้จ่าย 1,501 – 2,500 บาท ร้อยละ 15.00 มีค่าใช้จ่าย 1,001 – 1,500 บาท และ 2,501 – 3,000 บาท มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 10.00 และมีค่าใช้จ่าย 3,000 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

มูลนิธิไม่แสวงหากำไร มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้าจากสื่อมวลชนเสียงสันติ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 45.83 รองลงมาคือมีค่าใช้จ่าย 501 – 1,000 บาท ร้อยละ 40.83 มีค่าใช้จ่าย 1,001 – 1,500 บาท ร้อยละ 6.67 มีค่าใช้จ่าย 3,000 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 3.33 มีค่าใช้จ่าย 2,501 – 3,000 บาท ร้อยละ 2.50 และมีค่าใช้จ่าย 1,501 – 2,500 บาท ร้อยละ 0.38 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการจากสื่อมวลชน
เสียงสันติ จำแนกตามประเภทกิจการ

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งใน การให้บริการจากสื่อมวลชน เสียงสันติ	องค์กรธุรกิจ (N=57)	โรงเรียน / มหาวิทยาลัย (N=63)	รัฐ / รัฐวิสาหกิจ (N=20)	มูลนิธิไม่ แสวงหากำไร (N=120)
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	26	34	4	52
	45.61	53.97	20.00	43.33
500 – 1,500 บาท	13	27	8	37
	22.81	42.86	40.00	30.83
1,501 – 2,500 บาท	7	1	1	12
	12.28	1.59	5.00	10.00
2,501 – 3,500 บาท	8	1	4	6
	14.04	1.59	20.00	5.00
3,501 – 6,000 บาท	1	0	2	1
	1.75	0.00	10.00	0.83
6,000 บาท ขึ้นไป	2	0	1	12
	3.51	0.00	5.00	10.00
รวม	57	63	20	120
	100.00	100.00	100.00	100.00

จากตารางที่ 31 พบว่าองค์กรธุรกิจ มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการจากสื่อมวลชนเสียงสันติ ต่ำกว่า 500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 45.61 รองลงมาคือมีค่าใช้จ่าย 500 – 1,500 บาท ร้อยละ 22.81 มีค่าใช้จ่าย 2,501 – 3,500 บาท ร้อยละ 14.04 มีค่าใช้จ่าย 1,501 – 2,500 บาท ร้อยละ 12.28 มีค่าใช้จ่าย 6,000 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 3.51 และมีค่าใช้จ่าย 3,501 – 6,000 บาท ร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

โรงเรียน /มหาวิทยาลัย มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการจากสื่อมวลชนเสียงสันติ ต่ำกว่า 500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 53.97 รองลงมาคือมีค่าใช้จ่าย 500 – 1,500

บาท ร้อยละ 34.86 มีค่าใช้จ่าย 1,501 – 2,500 บาท และมีค่าใช้จ่าย 2,501 – 3,500 บาท ร้อยละ 1.59 ตามลำดับ

รัฐ / รัฐวิสาหกิจ มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการจากสื่อมวลชนเสียง สันติ 500 – 1,500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 40.00 รองลงมาคือมีค่าใช้จ่าย ต่ำกว่า 500 บาท และ 2,501 – 3,500 บาท มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 20.00 มีค่าใช้จ่าย 3,501 – 6,000 บาท ร้อยละ 10.00 มีค่าใช้จ่าย 1,501 – 2,500 บาท และ 6,000 บาท ขึ้นไป มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

มูลนิธิไม่แสวงหากำไร มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการจาก สื่อมวลชนเสียงสันติ ต่ำกว่า 500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 43.33 รองลงมาคือมีค่าใช้จ่าย 500 – 1,500 บาท ร้อยละ 30.83 มีค่าใช้จ่าย 1,501 – 2,500 บาท และ 6,000 บาท ขึ้นไป มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 10.00 มีค่าใช้จ่าย 2,501 – 3,500 บาท ร้อยละ 5.00 และมีค่าใช้จ่าย 3,501 – 6,000 บาท ร้อยละ 0.83 ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลในการใช้บริการของสื่อมวลชนเสียงสันติ จำแนกตามประเภทกิจการ

เหตุผลในการใช้บริการของ สื่อมวลชนเสียงสันติ	องค์กรธุรกิจ (N=57)	โรงเรียน / มหาวิทยาลัย (N=63)	รัฐ / รัฐวิสาหกิจ (N=20)	มูลนิธิไม่ แสวงหากำไร (N=120)
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
มีคุณภาพดี	20	34	7	48
	35.09	53.97	35.00	40.00
มีความหลากหลายน่าสนใจ	14	26	6	51
	24.56	41.27	30.00	42.50
มีการให้บริการที่ต้องการ	18	22	6	33
	31.58	34.92	30.00	27.50
ราคาไม่แพง	12	22	6	54
	21.05	34.92	30.00	45.00
พนักงานยินดีต้อนรับและให้บริการ	13	18	4	37
	22.81	28.57	20.00	30.83
ตั้งอยู่ใกล้บ้าน	10	5	3	20
	17.54	7.94	15.00	16.67
มีที่จอดรถสะดวก	11	15	3	20
	19.30	23.81	15.00	16.67
รู้จักสื่อมวลชนเสียงสันติ	1	1	1	1
	1.75	1.59	5.00	0.83
อื่นๆ	2	3	0	7
	3.51	4.76	0.00	5.83

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1

อื่นๆ ได้แก่ เป็นขององค์กรคริสเตียน 4 ราย รู้จักกับพนักงานในเสียงสันติ 3 ราย ขนาด studio มีมาตรฐาน 5 ราย

จากตารางที่ 32 พบว่าองค์กรธุรกิจ มีเหตุผลในการใช้บริการของสื่อมวลชนเสียง
 สันติเพราะมีคุณภาพดีมากที่สุด ร้อยละ 35.09 รองลงมาคือ มีการให้บริการที่ต้องการ ร้อยละ 31.58
 มีความหลากหลายน่าสนใจ ร้อยละ 24.56 พนักงานยินดีต้อนรับและให้บริการ ร้อยละ 22.81 ราคา
 ไม่แพง ร้อยละ 21.05 มีที่จอดรถสะดวก ร้อยละ 19.30 ตั้งอยู่ใกล้บ้าน ร้อยละ 17.54อื่นๆ ร้อยละ
 3.51 และเพราะรู้จักสื่อมวลชนเสียงสันติ ร้อยละ 1.75ตามลำดับ

โรงเรียน /มหาวิทยาลัย มีเหตุผลในการใช้บริการของสื่อมวลชนเสียงสันติเพราะมี
 คุณภาพดี มากที่สุด ร้อยละ 53.97 รองลงมาคือ มีความหลากหลายน่าสนใจ ร้อยละ 41.27 มีการ
 ให้บริการที่ต้องการ และราคาไม่แพง มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 34.92 พนักงานยินดีต้อนรับและ
 ให้บริการ ร้อยละ 28.57 มีที่จอดรถสะดวก ร้อยละ 23.81 ตั้งอยู่ใกล้บ้าน ร้อยละ 7.94 เพราะอื่นๆ
 ร้อยละ 4.76 และเพราะรู้จักสื่อมวลชนเสียงสันติ ร้อยละ 1.59 ตามลำดับ

รัฐ / รัฐวิสาหกิจ มีเหตุผลในการใช้บริการของสื่อมวลชนเสียงสันติเพราะมี
 คุณภาพดี มากที่สุด ร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ มีความหลากหลายน่าสนใจ มีการให้บริการที่
 ต้องการ และราคาไม่แพง มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 30.00 พนักงานยินดีต้อนรับและให้บริการ ร้อย
 ละ 20.00 ตั้งอยู่ใกล้บ้าน และมีที่จอดรถสะดวก มีจำนวนเท่ากัน 15.00 และเพราะรู้จักสื่อมวลชน
 เสียงสันติ ร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

มูลนิธิไม่แสวงหากำไร มีเหตุผลในการใช้บริการของสื่อมวลชนเสียงสันติเพราะ
 ราคาไม่แพง มากที่สุด ร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ มีความหลากหลายน่าสนใจ ร้อยละ 42.50 มี
 คุณภาพดี ร้อยละ 40.00 พนักงานยินดีต้อนรับและให้บริการ ร้อยละ 30.83 มีการให้บริการที่
 ต้องการ ร้อยละ 27.50 ตั้งอยู่ใกล้บ้าน และมีที่จอดรถสะดวก มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 16.67 เพราะ
 อื่นๆ ร้อยละ 5.83 และเพราะรู้จักสื่อมวลชนเสียงสันติ ร้อยละ 0.83 ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสื่อมวลชนเสียงสันติ จำแนกตามประเภทกิจการ

วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ สื่อมวลชนเสียงสันติ	องค์กรธุรกิจ (N=57)	โรงเรียน / มหาวิทยาลัย (N=63)	รัฐ / รัฐวิสาหกิจ (N=20)	มูลนิธิไม่ แสวงหากำไร (N=120)
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของ องค์กร	15	20	10	41
	26.32	31.75	50.00	34.17
เพื่อสำเนาเพิ่มเติมสื่อต่างๆ ที่ได้จัดทำ ไปแล้ว ขององค์กร	17	27	9	59
	29.82	42.86	45.00	49.17
เพื่อจัดสื่อนำเสนอกิจกรรมต่างๆ ของ องค์กร	14	18	8	56
	24.56	28.57	40.00	46.67
เพื่อผลิตเป็นสื่อสารคดีความรู้ต่างๆ	37	39	10	71
	64.91	61.90	50.00	59.17
เพื่อจัดทำรายการวิทยุ / โทรทัศน์	6	5	2	22
	10.53	7.94	10.00	18.33
เพื่อฝึกอบรมบุคลากรด้านการผลิต และการใช้สื่อ	5	2	3	8
	8.77	3.17	15.00	6.67

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1

จากตารางที่ 33 พบว่าองค์กรธุรกิจ มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสื่อมวลชนเสียงสันติ เพื่อผลิตเป็นสื่อสารคดีความรู้ต่างๆ มากที่สุด ร้อยละ 64.91 รองลงมาคือ เพื่อสำเนาเพิ่มเติมสื่อต่างๆ ที่ได้จัดทำไปแล้วขององค์กร ร้อยละ 29.82 เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กร ร้อยละ 26.32 เพื่อจัดสื่อนำเสนอกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร ร้อยละ 24.56 เพื่อจัดทำรายการวิทยุ / โทรทัศน์ ร้อยละ 10.53 และเพื่อฝึกอบรมบุคลากรด้านการผลิตและการใช้สื่อ ร้อยละ 8.77 ตามลำดับ

โรงเรียน /มหาวิทยาลัย มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสื่อมวลชนเสียงสันติ เพื่อผลิตเป็นสื่อสารคดีความรู้ต่างๆ มากที่สุด ร้อยละ 61.90 รองลงมาคือ เพื่อสำเนาเพิ่มเติมสื่อต่างๆ ที่ได้จัดทำไปแล้วขององค์กร ร้อยละ 42.86 เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กร ร้อยละ 31.75 เพื่อ

จัดสื่อนำเสนอกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร ร้อยละ 28.57 เพื่อจัดทำรายการวิทยุ / โทรทัศน์ ร้อยละ 7.94 และเพื่อฝึกอบรมบุคลากรด้านการผลิตและการใช้สื่อ ร้อยละ 3.17 ตามลำดับ

รัฐ / รัฐวิสาหกิจ มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสื่อมวลชนเสียงสันติ เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กร และเพื่อผลิตเป็นสื่อสารคดีความรู้ต่างๆ มีจำนวนเท่ากัน มากที่สุด ร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ เพื่อสำเนาเพิ่มเติมสื่อต่างๆ ที่ได้จัดทำไปแล้ว ขององค์กร ร้อยละ 45.00 เพื่อจัดสื่อนำเสนอกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร ร้อยละ 40.00 เพื่อฝึกอบรมบุคลากรด้านการผลิตและการใช้สื่อ ร้อยละ 15.00 และเพื่อจัดทำรายการวิทยุ / โทรทัศน์ ร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

มูลนิธิไม่แสวงหากำไร มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสื่อมวลชนเสียงสันติ เพื่อผลิตเป็นสื่อสารคดีความรู้ต่างๆ มากที่สุด ร้อยละ 59.17 รองลงมาคือ เพื่อสำเนาเพิ่มเติมสื่อต่างๆ ที่ได้จัดทำไปแล้ว ขององค์กร ร้อยละ 49.17 เพื่อจัดสื่อนำเสนอกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร ร้อยละ 46.67 เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กร ร้อยละ 34.17 เพื่อจัดทำรายการวิทยุ / โทรทัศน์ ร้อยละ 18.33 และเพื่อฝึกอบรมบุคลากรด้านการผลิตและการใช้สื่อ ร้อยละ 6.67 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติจังหวัดเชียงใหม่
ตารางที่ 34 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ (S.D.)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
สื่อที่ผลิตมีคุณภาพดี	59	148	47	4	2	3.99	1
	22.69	56.92	18.08	1.54	0.77	มาก	0.74
เครื่องมือ/อุปกรณ์ทันสมัย มั่นใจเมื่อมาใช้บริการ	40	153	63	4	0	3.88	5
	15.38	58.85	24.23	1.54	0.00	มาก	0.67
ความมีชื่อเสียงของ สื่อมวลชนเสียงสันติ เชียงใหม่	52	152	54	2	0	3.98	2
	20.00	58.46	20.77	0.77	0.00	มาก	0.66
มีการใช้เทคโนโลยีทันสมัย เพื่อบริการแก่ลูกค้าได้ สะดวกรวดเร็ว เช่นการถ่าย ทำและตัดต่อด้วยระบบ ดิจิทัล	49	149	60	2	0	3.94	3
	18.85	57.31	23.08	0.77	0.00	มาก	0.67
มีร้านจำหน่ายหนังสือ เทป ซีดี ดีวีดี และของที่ระลึก บริการลูกค้า	41	141	71	7	0	3.83	8
	15.77	54.23	27.31	2.69	0.00	มาก	0.72
การให้บริการบันทึกเสียง (Spot รายการวิทยุ สารคดี)	40	147	67	6	0	3.85	7
	15.38	56.54	25.77	2.31	0.00	มาก	0.70
การให้บริการบันทึกเทปวีดี ทัศน์	48	135	69	7	1	3.85	7
	18.46	51.92	26.54	2.69	0.38	มาก	0.76
การให้บริการตัดต่อเสียง (Spot รายการวิทยุ สารคดี)	48	138	67	7	0	3.87	6
	18.46	53.08	25.77	2.69	0.00	มาก	0.73
การให้บริการตัดต่อเทปวีดี ทัศน์	42	147	61	10	0	3.85	7
	16.15	56.54	23.46	3.85	0.00	มาก	0.73

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ (S.D.)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
การให้บริการผลิตเพลงและดนตรี	38	139	76	7	0	3.80	9
	14.62	53.46	29.23	2.69	0.00	มาก	0.71
การให้บริการสำเนา เทป ซีดี ดีวีดี	49	150	52	9	0	3.92	4
	18.85	57.69	20.00	3.46	0.00	มาก	0.72
บริการฝึกอบรมให้ความรู้ด้านการผลิตสื่อ	39	135	72	9	5	3.75	10
	15.00	51.92	27.69	3.46	1.92	มาก	0.82
บริการห้องประชุม/สัมมนา	51	138	61	8	2	3.88	5
	19.62	53.08	23.46	3.08	0.77	มาก	0.78
ค่าเฉลี่ยรวม						3.87 มาก	

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ สื่อที่ผลิตมีคุณภาพดี (ค่าเฉลี่ย 3.99) ความมีชื่อเสียงของสื่อมวลชนเสียงสันติ เชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.98) มีการใช้เทคโนโลยีทันสมัยเพื่อบริการแก่ลูกค้าได้สะดวกรวดเร็ว เช่นการถ่ายทำและตัดต่อด้วยระบบดิจิทัล (ค่าเฉลี่ย 3.94) การให้บริการสำเนา เทป ซีดี ดีวีดี (ค่าเฉลี่ย 3.92) เครื่องมือ/อุปกรณ์ทันสมัย มั่นใจเมื่อมาใช้บริการ และบริการห้องประชุม/สัมมนา มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.88) การให้บริการตัดต่อเสียง (Spot รายการวิทยุ สารคดี) (ค่าเฉลี่ย 3.87) การให้บริการบันทึกเสียง (Spot รายการวิทยุ สารคดี) การให้บริการบันทึกเทปวีดีทัศน์ และการให้บริการตัดต่อเทปวีดีทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีร้านจำหน่ายหนังสือ เทป ซีดี ดีวีดีและของที่ระลึกบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.83) และการให้บริการผลิตเพลงและดนตรี (ค่าเฉลี่ย 3.80) ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ (S.D.)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ระดับราคาในการให้บริการ มีความเหมาะสมเมื่อ เปรียบเทียบกับคุณภาพ	44	116	93	6	1	3.75	2
	16.92	44.62	35.77	2.31	0.38	มาก	0.77
ระดับราคาในการให้บริการ มีความเหมาะสมเมื่อ เปรียบเทียบกับคู่แข่ง จากบริษัทอื่นๆ	36	120	94	10	0	3.70	3
	13.85	46.15	36.15	3.85	0.00	มาก	0.75
มีอัตราค่าใช้บริการคิด แสดงไว้ชัดเจน	50	124	77	7	2	3.82	1
	19.23	47.69	29.62	2.69	0.77	มาก	0.80
การต่อรองราคาได้	33	110	77	16	24	3.43	6
	12.69	42.31	29.62	6.15	9.23	ปานกลาง	1.09
การให้บริการมีหลายระดับ ราคาให้เลือก	29	120	87	9	15	3.53	5
	11.15	46.15	33.46	3.46	5.77	มาก	0.94
เงื่อนไขการชำระเงิน	36	121	75	9	19	3.56	4
	13.85	46.54	28.85	3.46	7.31	มาก	1.02
ระยะเวลาการให้สินเชื่อ	24	115	89	8	24	3.41	7
	9.23	44.23	34.23	3.08	9.23	ปานกลาง	1.02
ค่าเฉลี่ยรวม						3.60 มาก	

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีอัตราค่าใช้บริการคิดแสดงไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.82) ระดับราคาในการให้บริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ระดับราคาในการ

ให้บริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งจากบริษัทอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.70) เงื่อนไขการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.56) และการให้บริการมีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.43) และระยะเวลาการให้สินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.41) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ (S.D.)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ทำเลที่ตั้งติดต่อสะดวก	73	102	76	9	0	3.92	1
	28.08	39.23	29.23	3.46	0.00	มาก	0.84
ความสะดวกในการเดินทางเข้ามาสู่มวลชนเสียงสันติ	64	102	81	13	0	3.83	2
	24.62	39.23	31.15	5.00	0.00	มาก	0.86
การขอพบเพื่อให้รายละเอียดที่หน่วยงานของลูกค้า	44	133	68	11	4	3.78	3
	16.92	51.15	26.15	4.23	1.54	มาก	0.83
จัดส่งสินค้าและส่งมอบบริการได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ	35	133	81	7	4	3.72	4
	13.46	51.15	31.15	2.69	1.54	มาก	0.79
สายโทรศัพท์ท่างเมื่อต้องการติดต่อ	34	119	88	7	12	3.60	6
	13.08	45.77	33.85	2.69	4.62	มาก	0.91
การติดต่อทางเว็บไซต์ สู่มวลชนเสียงสันติ สะดวกและมีการตอบสนองรวดเร็ว	45	112	78	21	4	3.67	5
	17.31	43.08	30.00	8.08	1.54	มาก	0.91
ค่าเฉลี่ยรวม						3.75 มาก	

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ความสะดวกในการเดินทางเข้ามาสู่มวลชนเสียงสันติ (ค่าเฉลี่ย 3.83) การขอพบเพื่อให้รายละเอียดที่หน่วยงาน

ของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.78) จัดส่งสินค้าและส่งมอบบริการได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.72)
การติดต่อทางเว็บไซต์สื่อมวลชนเสียงสันติสะดวกและมีการตอบ สนองรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.67)
และสายโทรศัพท์ว่างเมื่อต้องการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 37 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ (S.D.)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ		
มีส่วนลดราคาพิเศษในช่วงเทศกาล	50	107	75	6	22	3.60	4
	19.23	41.15	28.85	2.31	8.46	มาก	1.09
มีการประชาสัมพันธ์สื่อวิทยุโทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ให้เป็นที่รู้จัก	34	121	78	12	15	3.57	5
	13.08	46.54	30.00	4.62	5.77	มาก	0.97
มีการโฆษณาทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ให้เป็นที่รู้จัก	41	117	76	16	10	3.63	2
	15.77	45.00	29.23	6.15	3.85	มาก	0.95
พนักงานประชาสัมพันธ์มีความชำนาญและความรู้สามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ของใช้บริการได้ดี	43	105	90	12	10	3.61	3
	16.54	40.38	34.62	4.62	3.85	มาก	0.95
มีเอกสาร/แผ่นพับ/ข้อมูลต่างๆให้บริการอย่างเพียงพอ	38	118	90	12	2	3.68	1
	14.62	45.38	34.62	4.62	0.77	มาก	0.81
การให้บริการให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์	39	95	83	19	24	3.41	6
	15.00	36.54	31.92	7.31	9.23	ปานกลาง	1.12
ค่าเฉลี่ยรวม						3.58 มาก	

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีเอกสาร/แผ่นพับ/ข้อมูลต่างๆให้บริการอย่างเพียงพอ

(ค่าเฉลี่ย 3.68) มีการโฆษณาทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ให้เป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.63) พนักงานประชาสัมพันธ์มีความชำนาญและความรู้ สามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ของใช้ บริการได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.61) มีส่วนลดราคาพิเศษในช่วงเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.60) มีการประชาสัมพันธ์ สื่อวิทยุโทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ให้เป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.57) และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้บริการให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.41) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ (S.D.)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร	76	120	54	6	4	3.99	1
	29.23	46.15	20.77	2.31	1.54	มาก	0.86
ชี้แจงและให้คำแนะนำ เกี่ยวกับการให้บริการที่ ชัดเจน	42	119	88	5	6	3.72	5
	16.15	45.77	33.85	1.92	2.31	มาก	0.84
พนักงานมีบุคลิกภาพและ การแต่งการที่ดี น่าเชื่อถือ	54	127	70	7	2	3.86	3
	20.77	48.85	26.92	2.69	0.77	มาก	0.80
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี	71	115	65	5	4	3.94	2
	27.31	44.23	25.00	1.92	1.54	มาก	0.86
พนักงานมีจำนวนเพียงพอ ในการให้บริการ	34	105	103	10	8	3.57	6
	13.08	40.38	39.62	3.85	3.08	มาก	0.88
การติดตามลูกค้าเป็นประจำ สม่ำเสมอ	31	105	90	16	18	3.44	7
	11.92	40.38	34.62	6.15	6.92	ปานกลาง	1.01
ศักยภาพของพนักงานใน การผลิตสื่อ	38	131	80	6	5	3.73	4
	14.62	50.38	30.77	2.31	1.92	มาก	0.81
ค่าเฉลี่ยรวม						3.75 มาก	

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร (ค่าเฉลี่ย 3.99) พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี (ค่าเฉลี่ย 3.94) พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งการที่ดี น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.86) ศักยภาพของพนักงานในการผลิตสื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.73) ชี้แจงและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการให้บริการที่

ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.72) พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.57) และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การติดตามลูกค้าเป็นประจำสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.44) ตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ	ความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ (S.D.)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
มีกระบวนการและขั้นตอนเป็นระบบชัดเจน	43	128	72	14	3	3.75	1
	16.54	49.23	27.69	5.38	1.15	มาก	0.84
ระยะเวลาดำเนินการมีความเหมาะสม	39	108	101	9	3	3.66	4
	15.00	41.54	38.85	3.46	1.15	มาก	0.82
การแนะนำการให้บริการผลิตภัณฑ์	41	115	85	15	4	3.67	3
	15.77	44.23	32.69	5.77	1.54	มาก	0.86
ส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดให้กับลูกค้า	39	116	94	7	4	3.69	2
	15.00	44.62	36.15	2.69	1.54	มาก	0.81
การติดตามลูกค้าและแก้ไขงาน	43	105	79	15	18	3.54	5
	16.54	40.38	30.38	5.77	6.92	มาก	1.06
ค่าเฉลี่ยรวม						3.66 มาก	

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีกระบวนการและขั้นตอนเป็นระบบชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.75) ส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.69) การแนะนำการให้บริการผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ระยะเวลาดำเนินการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.66) และการติดตามลูกค้าและแก้ไขงาน (ค่าเฉลี่ย 3.54) ตามลำดับ

ตารางที่ 40 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ	ความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ (S.D.)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
สถานที่สะอาด/พื้นที่และบรรยากาศเอื้ออำนวยต่อผู้เข้ารับบริการ	96	112	50	2	0	4.16	1
	36.92	43.08	19.23	0.77	0.00	มาก	0.75
มีสถานที่จอดรถเพียงพอสำหรับลูกค้า	47	109	65	14	25	3.53	5
	18.08	41.92	25.00	5.38	9.62	มาก	1.14
คุณภาพของเครื่องมือ/อุปกรณ์	60	124	65	4	7	3.87	3
	23.08	47.69	25.00	1.54	2.69	มาก	0.88
การตกแต่ง / การจัดห้องรับรองแขก	42	102	78	21	17	3.50	6
	16.15	39.23	30.00	8.08	6.54	มาก	1.06
การตกแต่งห้องสตูดิโอ	96	97	47	17	3	3.81	4
	36.92	37.31	18.08	6.54	1.15	มาก	0.81
ป้ายชื่อองค์กรเห็นได้ชัดเจน	96	112	50	2	0	4.02	2
	36.92	43.08	19.23	0.77	0.00	มาก	0.96
ค่าเฉลี่ยรวม						3.82 มาก	

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ สถานที่สะอาด/พื้นที่และบรรยากาศเอื้ออำนวยต่อผู้เข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.16) ป้ายชื่อองค์กรเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.02) คุณภาพของเครื่องมือ/อุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.87) การตกแต่งห้องสตูดิโอ (ค่าเฉลี่ย 3.81) มีสถานที่จอดรถเพียงพอสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.53) และการตกแต่ง / การจัดห้องรับรองแขก (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.87 (มาก)
ด้านราคา	3.60 (มาก)
ด้านการจัดจำหน่าย	3.75 (มาก)
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.58 (มาก)
ด้านบุคลากร	3.75 (มาก)
ด้านกระบวนการในการให้บริการ	3.66 (มาก)
ด้านหลักฐานทางกายภาพ	3.82 (มาก)

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านหลักฐานทางกายภาพ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติจังหวัดเชียงใหม่
จำแนกตาม อาชีพ และ ประเภทกิจการ

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัด
เชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ			
	นักเรียน/ นักศึกษา (N=41)	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ (N=44)	เอกชน/ องค์กรฯ (N=140)	ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ (N=35)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
สื่อที่ผลิตมีคุณภาพดี	4.12	4.09	3.98	3.85
	มาก	มาก	มาก	มาก
เครื่องมือ/อุปกรณ์ทันสมัย มั่นใจเมื่อ มาใช้บริการ	3.98	3.84	3.89	3.83
	มาก	มาก	มาก	มาก
ความมีชื่อเสียงของสื่อมวลชนเสียง สันติ เชียงใหม่	4.00	3.95	3.94	4.06
	มาก	มาก	มาก	มาก
มีการใช้เทคโนโลยีทันสมัยเพื่อบริการ แก่ลูกค้าได้สะดวกรวดเร็ว เช่นการ ถ่ายทำและตัดต่อด้วยระบบดิจิทัล	4.05	3.93	3.95	3.85
	มาก	มาก	มาก	มาก
มีร้านจำหน่ายหนังสือ เทป ซีดี ดีวีดี และของที่ระลึกบริการลูกค้า	4.02	3.68	3.78	3.92
	มาก	มาก	มาก	มาก
การให้บริการบันทึกเสียง (Spot ราย การวิทยุ สารคดี)	3.88	3.80	3.85	3.87
	มาก	มาก	มาก	มาก
การให้บริการบันทึกเทปวีดีทัศน์	3.80	3.80	3.90	3.83
	มาก	มาก	มาก	มาก
การให้บริการตัดต่อเสียง (Spot รายการวิทยุ สารคดี)	3.85	3.93	3.89	3.81
	มาก	มาก	มาก	มาก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ			
	นักเรียน/ นักศึกษา (N=41)	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ (N=44)	เอกชน/ องค์กรฯ (N=140)	ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ (N=35)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การให้บริการติดต่อเทปวีดิทัศน์	3.95 มาก	3.98 มาก	3.82 มาก	3.74 มาก
การให้บริการผลิตเพลงและดนตรี	3.90 มาก	3.82 มาก	3.78 มาก	3.75 มาก
การให้บริการสำเนา เทป ซีดี ดีวีดี	4.07 มาก	3.93 มาก	3.91 มาก	3.81 มาก
บริการฝึกอบรมให้ความรู้ด้านการ ผลิตสื่อ	3.88 มาก	3.77 มาก	3.82 มาก	3.45 ปานกลาง
บริการห้องประชุม/ สัมมนา	3.93 มาก	4.00 มาก	3.93 มาก	3.62 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.96	3.89	3.88	3.80
แปลผล	มาก	มาก	มาก	มาก

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ มีความพึงพอใจต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ นักเรียน/นักศึกษา (3.69) ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ (3.89) พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร (3.88) และธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ (3.80)

โดยนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อยังปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สื่อที่ผลิตมีคุณภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.12) การให้บริการสำเนา เทป ซีดี ดีวีดี (ค่าเฉลี่ย 4.07) และมีการใช้เทคโนโลยีทันสมัยเพื่อบริการแก่ลูกค้าได้สะดวกรวดเร็ว เช่นการถ่ายทำและตัดต่อด้วยระบบดิจิทัล (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สื่อที่ผลิตมีคุณภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.09) บริการห้องประชุม/สัมมนา (ค่าเฉลี่ย 4.00) และการให้บริการตัดต่อเทปวีดิทัศน์(ค่าเฉลี่ย 3.98)

พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สื่อที่ผลิตมีคุณภาพดี (ค่าเฉลี่ย 3.98) มีการใช้เทคโนโลยีทันสมัยเพื่อบริการแก่ลูกค้าได้สะดวกรวดเร็ว เช่นการถ่ายทำและตัดต่อด้วยระบบดิจิทัล (ค่าเฉลี่ย 3.95) และความมีชื่อเสียงของสื่อมวลชนเสียงสันติ เชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความมีชื่อเสียงของสื่อมวลชนเสียงสันติ เชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.06) มีร้านจำหน่ายหนังสือ เทป ซีดี ดีวีดีและของที่ระลึกบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.92) และการให้บริการบันทึกเสียง (Spot รายการวิทยุ สารคดี) (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัด
เชียงใหม่ ด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ			
	นักเรียน/ นักศึกษา (N=41)	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ (N=44)	เอกชน/ องค์กรฯ (N=140)	ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ (N=35)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ระดับราคาในการให้บริการมีความ เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ	4.05	3.98	3.67	3.53
	มาก	มาก	มาก	มาก
ระดับราคาในการให้บริการมีความ เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่น จากบริษัทอื่นๆ	4.00	3.75	3.66	3.51
	มาก	มาก	มาก	มาก
มีอัตราค่าใช้บริการคิดแสดงไว้ชัดเจน	4.02	4.00	3.74	3.70
	มาก	มาก	มาก	มาก
การต่อรองราคาได้	3.68	3.52	3.43	3.15
	มาก	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
การให้บริการมีหลายระดับราคาให้ เลือก	3.85	3.32	3.60	3.32
	มาก	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง
เงื่อนไขการชำระเงิน	3.93	3.48	3.57	3.32
	มาก	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง
ระยะเวลาการให้สินเชื่อ	3.68	3.32	3.43	3.23
	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล	3.89	3.62	3.59	3.39
	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ มีความพึงพอใจต่อสื่อมวลชน
เสียงสันติ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ นักเรียน/นักศึกษา (3.89)

ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ (3.62) พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร (3.59) และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือ ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ (3.39)

โดยนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ระดับราคาในการให้บริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีอัตราค่าใช้บริการติดตั้งไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.02) และระดับราคาในการให้บริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งจากรายอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีอัตราค่าใช้บริการติดตั้งไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ระดับราคาในการให้บริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.98) และระดับราคาในการให้บริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งจากรายอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.75)

พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีอัตราค่าใช้บริการติดตั้งไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.74) ระดับราคาในการให้บริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.67) และระดับราคาในการให้บริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งจากรายอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีอัตราค่าใช้บริการติดตั้งไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.70) ระดับราคาในการให้บริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.53) และระดับราคาในการให้บริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งจากรายอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัด
เชียงใหม่ ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	อาชีพ			
	นักเรียน/ นักศึกษา (N=41)	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ (N=44)	เอกชน/ องค์กรฯ (N=140)	ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ (N=35)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ทำเลที่ตั้งติดต่อสะดวก	4.07	4.14	3.81	3.87
	มาก	มาก	มาก	มาก
ความสะดวกในการเดินทางเข้ามา สื่อมวลชนเสียงสันติ	3.98	3.80	3.83	3.77
	มาก	มาก	มาก	มาก
การขอพบเพื่อให้รายละเอียดที่ หน่วยงานของลูกค้า	4.07	3.75	3.75	3.62
	มาก	มาก	มาก	มาก
จัดส่งสินค้าและส่งมอบบริการได้ตรง ตามเวลาที่ต้องการ	3.98	3.68	3.69	3.64
	มาก	มาก	มาก	มาก
สายโทรศัพท์ว่างเมื่อต้องการติดต่อ	3.93	3.45	3.54	3.60
	มาก	ปานกลาง	มาก	มาก
การติดต่อทางเว็บไซต์สื่อมวลชนเสียง สันติสะดวกและมีการตอบสนอง รวดเร็ว	3.90	3.73	3.64	3.49
	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล	3.99	3.76	3.71	3.67
	มาก	มาก	มาก	มาก

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ มีความพึงพอใจต่อสื่อมวลชน
เสียงสันติ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ นักเรียน/นักศึกษา
(3.99) ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ (3.76) พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร (3.71) และธุรกิจ
ส่วนตัว / อื่นๆ (3.67)

โดยนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งติดต่อสะดวก และการขอพบเพื่อให้รายละเอียดที่หน่วยงานของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.07) ความสะดวกในการเดินทางเข้ามาสู่มวลชนเสียงสันติ และการขอพบเพื่อให้รายละเอียดที่หน่วยงานของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.07) และสายโทรศัพท์ว่างเมื่อต้องการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.14) ความสะดวกในการเดินทางเข้ามาสู่มวลชนเสียงสันติ (ค่าเฉลี่ย 3.80) และการขอพบเพื่อให้รายละเอียดที่หน่วยงานของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.75)

พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางเข้ามาสู่มวลชนเสียงสันติ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ทำเลที่ตั้งติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.81) และการขอพบเพื่อให้รายละเอียดที่หน่วยงานของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.87) ความสะดวกในการเดินทางเข้ามาสู่มวลชนเสียงสันติ (ค่าเฉลี่ย 3.77) และจัดส่งสินค้าและส่งมอบบริการได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัด
เชียงใหม่ ด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	อาชีพ			
	นักเรียน/ นักศึกษา (N=41)	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ (N=44)	เอกชน/ องค์กรฯ (N=140)	ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ (N=35)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
มีส่วนลดราคาพิเศษในช่วงเทศกาล	3.85	3.48	3.59	3.55
	มาก	ปานกลาง	มาก	มาก
มีการประชาสัมพันธ์สื่อวิทยุโทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ให้เป็นที่รู้จัก	4.12	3.59	3.53	3.19
	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง
มีการโฆษณาทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ให้เป็นที่รู้จัก	3.90	3.64	3.58	3.51
	มาก	มาก	มาก	มาก
พนักงานประชาสัมพันธ์มีความ ชำนาญและความรู้ สามารถอธิบายถึง คุณภาพและประโยชน์ของใช้บริการ ได้ดี	3.98	3.43	3.65	3.40
	มาก	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง
มีเอกสาร/แผ่นพับ/ข้อมูลต่างๆ ให้บริการอย่างเพียงพอ	3.93	3.68	3.64	3.60
	มาก	มาก	มาก	มาก
การให้บริการให้คำปรึกษาทาง โทรศัพท์	3.63	3.20	3.46	3.28
	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล	3.90	3.50	3.58	3.42
	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ มีความพึงพอใจต่อสื่อมวลชน
เสียงสันติ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ นักเรียน/นักศึกษา
(3.90) ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ (3.50) พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร (3.58) และมี
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือ ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ (3.42)

โดยนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์สื่อวิทยุโทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ให้เป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.12) พนักงานประชาสัมพันธ์มีความชำนาญและความรู้ สามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ของใช้บริการได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.98) และมีเอกสาร/แผ่นพับ/ข้อมูลต่างๆ ให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีเอกสาร/แผ่นพับ/ข้อมูลต่างๆ ให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.68) มีการโฆษณาทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ให้เป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.64) และมีการประชาสัมพันธ์สื่อวิทยุโทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ให้เป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.59)

พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานประชาสัมพันธ์มีความชำนาญและความรู้ สามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ของใช้บริการได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.65) มีเอกสาร/แผ่นพับ/ข้อมูลต่างๆ ให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.64) และมีส่วนลดราคาพิเศษในช่วงเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.59)

ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีเอกสาร/แผ่นพับ/ข้อมูลต่างๆ ให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.60) มีส่วนลดราคาพิเศษในช่วงเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.55) และมีการโฆษณาทางสื่อวิทยุโทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ให้เป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัด
เชียงใหม่ ด้านบุคลากร จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านบุคลากร	อาชีพ			
	นักเรียน/ นักศึกษา (N=41)	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ (N=44)	เอกชน/ องค์กรฯ (N=140)	ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ (N=35)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร	4.10	3.91	3.96	4.06
	มาก	มาก	มาก	มาก
ชี้แจงและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการ ให้บริการที่ชัดเจน	4.12	3.52	3.68	3.64
	มาก	มาก	มาก	มาก
พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งการ ที่ดี น่าเชื่อถือ	4.20	3.70	3.84	3.79
	มาก	มาก	มาก	มาก
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี	4.15	3.91	3.89	3.91
	มาก	มาก	มาก	มาก
พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการ ให้บริการ	3.95	3.36	3.57	3.43
	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง
การติดตามลูกค้าเป็นประจำ สม่ำเสมอ	3.63	3.32	3.41	3.47
	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ศักยภาพของพนักงานในการผลิตสื่อ	3.85	3.86	3.74	3.53
	มาก	มาก	มาก	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล	4.00	3.65	3.73	3.69
	มาก	มาก	มาก	มาก

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ มีความพึงพอใจต่อสื่อมวลชน
เสียงสันติ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ นักเรียน/นักศึกษา (4.00)
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ (3.65) พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร (3.73) และธุรกิจส่วนตัว
/ อื่นๆ (3.69)

โดยนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งการที่ดี น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.20) พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.15) และมีชี้แจงและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการให้บริการที่ชัดเจน(ค่าเฉลี่ย 4.12)

ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ให้บริการด้วยความสุภาพเป็นมิตร และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 3.91) พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งการที่ดี น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.70) และชี้แจงและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการให้บริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.52)

พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร (ค่าเฉลี่ย 3.96) พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 3.89) และพนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งการที่ดี น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร (ค่าเฉลี่ย 4.06) พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 3.91) และพนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งการที่ดี น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัด
เชียงใหม่ ด้านกระบวนการในการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านกระบวนการในการ ให้บริการ	อาชีพ			
	นักเรียน/ นักศึกษา (N=41)	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ (N=44)	เอกชน/ องค์กรฯ (N=140)	ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ (N=35)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
มีกระบวนการและขั้นตอนเป็นระบบ ชัดเจน	3.93	3.77	3.70	3.68
	มาก	มาก	มาก	มาก
ระยะเวลาดำเนินการมีความเหมาะสม	4.00	3.48	3.66	3.53
	มาก	ปานกลาง	มาก	มาก
การแนะนำการให้บริการผลิตสื่อ	3.88	3.66	3.63	3.60
	มาก	มาก	มาก	มาก
ส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดให้กับ ลูกค้า	4.05	3.48	3.68	3.60
	มาก	ปานกลาง	มาก	มาก
การติดตามลูกค้าและแก้ไขงาน	3.85	3.32	3.55	3.45
	มาก	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล	3.94	3.54	3.64	3.57
	มาก	มาก	มาก	มาก

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ มีความพึงพอใจต่อสื่อมวลชน
เสียงสันติ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ นักเรียน/
นักศึกษา (3.94) ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ (3.54) พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร (3.64)
และธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ (3.57)

โดยนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อบริการน้อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด
เรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.05) ระยะเวลา
ดำเนินการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.00) และมีกระบวนการและขั้นตอนเป็นระบบชัดเจน
(ค่าเฉลี่ย 3.93)

ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมากได้แก่ มีกระบวนการและขั้นตอนเป็นระบบชัดเจน(ค่าเฉลี่ย 4.02) การแนะนำการให้บริการผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.66) และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับปานกลางได้แก่ ระยะเวลาดำเนินการมีความเหมาะสม และส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.48)

พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีกระบวนการและขั้นตอนเป็นระบบชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.70) ส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.68) และระยะเวลาดำเนินการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีกระบวนการและขั้นตอนเป็นระบบชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.68) การแนะนำการให้บริการผลิตภัณฑ์ และการแนะนำการให้บริการผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.60) และระยะเวลาดำเนินการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัด
เชียงใหม่ ด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ	อาชีพ			
	นักเรียน/ นักศึกษา (N=41)	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ (N=44)	เอกชน/ องค์กรฯ (N=140)	ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ (N=35)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
สถานที่สะอาด/พื้นที่และบรรยากาศ เอื้ออำนวยต่อผู้เข้ารับบริการ	4.29 มาก	4.23 มาก	4.09 มาก	4.17 มาก
มีสถานที่จอดรถเพียงพอสำหรับลูกค้า	4.05 มาก	3.20 มาก	3.56 มาก	3.36 ปานกลาง
คุณภาพของเครื่องมือ/ อุปกรณ์	4.20 มาก	3.86 มาก	3.84 มาก	3.68 มาก
การตกแต่ง / การจัดห้องรับ รongแขก	3.90 มาก	3.16 ปานกลาง	3.52 มาก	3.43 ปานกลาง
การตกแต่งห้องสตูดิโอ	3.88 มาก	3.75 มาก	3.84 มาก	3.75 มาก
ป้ายชื่อองค์กรเห็นได้ชัดเจน	4.07 มาก	4.07 มาก	4.01 มาก	3.98 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล	4.07 มาก	3.71 มาก	3.81 มาก	3.73 มาก

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ มีความพึงพอใจต่อสื่อมวลชน
เสียงสันติ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านหลักฐานทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ นักเรียน/
นักศึกษา(4.07) ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ (3.71) พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร (3.81)
และธุรกิจส่วนตัว/ อื่นๆ (3.73)

โดยนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อบริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด
เรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่สะอาด/พื้นที่และบรรยากาศเอื้ออำนวยต่อผู้เข้ารับบริการ

(ค่าเฉลี่ย 4.29) คุณภาพของเครื่องมือ/ อุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.20) และป้ายชื่อองค์กรเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่สะอาด/พื้นที่และบรรยากาศเอื้ออำนวยต่อผู้เข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.23) ป้ายชื่อองค์กรเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.07) และคุณภาพของเครื่องมือ/ อุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.86)

พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่สะอาด/พื้นที่และบรรยากาศเอื้ออำนวยต่อผู้เข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.09) ป้ายชื่อองค์กรเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.01) คุณภาพของเครื่องมือ/ อุปกรณ์ และการตกแต่งห้องสตูดิโอ (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่สะอาด/พื้นที่และบรรยากาศเอื้ออำนวยต่อผู้เข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ป้ายชื่อองค์กรเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.98) และการตกแต่งห้องสตูดิโอ (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัด
เชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทกิจการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทกิจการ			
	องค์กรธุรกิจ (N=57)	โรงเรียน / มหาวิทยาลัย (N=63)	รัฐ / รัฐวิสาหกิจ (N=20)	มูลนิธิไม่ แสวงหากำไร (N=120)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
สื่อที่ผลิตมีคุณภาพดี	4.04	4.24	4.15	3.79
	มาก	มาก	มาก	มาก
เครื่องมือ/อุปกรณ์ทันสมัย มั่นใจเมื่อ มาใช้บริการ	3.87	4.03	3.80	3.81
	มาก	มาก	มาก	มาก
ความมีชื่อเสียงของสื่อมวลชนเสียง สันติ เชียงใหม่	3.96	4.00	4.15	3.94
	มาก	มาก	มาก	มาก
มีการใช้เทคโนโลยีทันสมัยเพื่อบริการ แก่ลูกค้าได้สะดวกรวดเร็ว เช่นการ ถ่ายทำและตัดต่อด้วยระบบดิจิทัล	3.96	4.17	3.90	3.80
	มาก	มาก	มาก	มาก
มีร้านจำหน่ายหนังสือ เทป ซีดี ดีวีดี และของที่ระลึกบริการลูกค้า	3.79	3.94	3.80	3.80
	มาก	มาก	มาก	มาก
การให้บริการบันทึกเสียง (Spot ราย การวิทยุ สารคดี)	3.91	3.98	3.65	3.77
	มาก	มาก	มาก	มาก
การให้บริการบันทึกเทปวีดิทัศน์	3.81	3.97	3.95	3.79
	มาก	มาก	มาก	มาก
การให้บริการตัดต่อเสียง (Spot รายการวิทยุ สารคดี)	3.81	4.10	3.85	3.79
	มาก	มาก	มาก	มาก
การให้บริการตัดต่อเทปวีดิทัศน์	3.77	4.16	3.90	3.71
	มาก	มาก	มาก	มาก
การให้บริการผลิตเพลงและดนตรี	3.79	4.10	3.70	3.65
	มาก	มาก	มาก	มาก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทกิจการ			
	องค์กรธุรกิจ (N=57)	โรงเรียน / มหาวิทยาลัย (N=63)	รัฐ / รัฐวิสาหกิจ (N=20)	มูลนิธิไม่ แสวงหากำไร (N=120)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การให้บริการสำเนา เทป ซีดี ดีวีดี	4.01	4.19	3.90	3.70
	มาก	มาก	มาก	มาก
บริการฝึกอบรมให้ความรู้ด้านการ ผลิตสื่อ	3.63	4.06	3.70	3.64
	มาก	มาก	มาก	มาก
บริการห้องประชุม/ สัมมนา	3.87	4.06	4.15	3.72
	มาก	มาก	มาก	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.86	4.08	3.89	3.76
แปลผล	มาก	มาก	มาก	มาก

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทกิจการ มีความพึงพอใจต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ องค์กรธุรกิจ (3.86) โรงเรียน /มหาวิทยาลัย (4.08) รัฐ / รัฐวิสาหกิจ (3.89) และมูลนิธิไม่แสวงหากำไร(3.76)

โดยองค์กรธุรกิจ มีความพึงพอใจต่ปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สื่อที่ผลิตมีคุณภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.04) การให้บริการสำเนา เทป ซีดี ดีวีดี (ค่าเฉลี่ย 4.01) ความมีชื่อเสียงของสื่อมวลชนเสียงสันติ เชียงใหม่ และมีการใช้เทคโนโลยีทันสมัยเพื่อบริการแก่ลูกค้าได้สะดวกรวดเร็ว เช่นการถ่ายทำและตัดต่อด้วยระบบดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.96)

โรงเรียน /มหาวิทยาลัย มีความพึงพอใจต่ปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สื่อที่ผลิตมีคุณภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.24) การให้บริการสำเนา เทป ซีดี ดีวีดี (ค่าเฉลี่ย 4.19) และมีการใช้เทคโนโลยีทันสมัยเพื่อบริการแก่ลูกค้าได้สะดวกรวดเร็ว เช่นการถ่ายทำและตัดต่อด้วยระบบดิจิทัล (ค่าเฉลี่ย 4.17)

รัฐ / รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่ปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สื่อที่ผลิตมีคุณภาพดี ความมีชื่อเสียงของสื่อมวลชนเสียงสันติ เชียงใหม่ และบริการห้องประชุม/ สัมมนา มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.15) การให้บริการบันทึกเทปวีดิทัศน์

(ค่าเฉลี่ย 3.95) มีการใช้เทคโนโลยีทันสมัยเพื่อบริการแก่ลูกค้าได้สะดวกรวดเร็ว เช่นการถ่ายทำและตัดต่อด้วยระบบดิจิทัล การให้บริการตัดต่อเทปวีดีทัศน์ และการให้บริการสำเนา เทป ซีดี ดีวีดี (ค่าเฉลี่ย 3.90)

มูลนิธิไม่แสวงหากำไร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความมีชื่อเสียงของสื่อมวลชนเสียงสันติ เชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.94) เครื่องมือ/อุปกรณ์ทันสมัย มั่นใจเมื่อมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.81) มีการใช้เทคโนโลยีทันสมัยเพื่อบริการแก่ลูกค้าได้สะดวกรวดเร็ว เช่นการถ่ายทำและตัดต่อด้วยระบบดิจิทัล และมีร้านจำหน่ายหนังสือ เทป ซีดี ดีวีดีและของที่ระลึกบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัด
เชียงใหม่ ด้านราคา จำแนกตามประเภทกิจการ

ปัจจัยด้านราคา	ประเภทกิจการ			
	องค์กรธุรกิจ (N=57)	โรงเรียน / มหาวิทยาลัย (N=63)	รัฐ / รัฐวิสาหกิจ (N=20)	มูลนิธิไม่ แสวงหากำไร (N=120)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ระดับราคาในการให้บริการมีความ เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ	3.70	4.14	3.90	3.53
	มาก	มาก	มาก	มาก
ระดับราคาในการให้บริการมีความ เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่น จากบริษัทอื่นๆ	3.71	3.97	3.55	3.56
	มาก	มาก	มาก	มาก
มีอัตราค่าใช้บริการติดแสดงไว้ชัดเจน	3.83	4.05	3.90	3.66
	มาก	มาก	มาก	มาก
การต่อรองราคาได้	3.46	3.78	3.35	3.22
	มาก	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
การให้บริการมีหลายระดับราคาให้ เลือก	3.49	3.90	3.45	3.36
	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
เงื่อนไขการชำระเงิน	3.57	3.86	3.20	3.45
	มาก	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
ระยะเวลาการให้สินเชื่อ	3.30	3.78	2.80	3.38
	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล	3.58	3.93	3.45	3.45
	มาก	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทกิจการ มีความพึงพอใจต่อ
สื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ องค์กรธุรกิจ(3.58)
โรงเรียน /มหาวิทยาลัย (3.93) และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ รัฐ / รัฐวิสาหกิจ (3.45) และ
มูลนิธิไม่แสวงหากำไร(3.45)

โดยองค์กรธุรกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีอัตราค่าใช้จ่ายบริการติดตั้งไวซ์ดเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.83) ระดับราคาในการให้บริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งจากรัฐอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และระดับราคาในการให้บริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.70)

โรงเรียน /มหาวิทยาลัย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ระดับราคาในการให้บริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีอัตราค่าใช้จ่ายบริการติดตั้งไวซ์ดเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.05) และระดับราคาในการให้บริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งจากรัฐอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.97)

รัฐ / รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ระดับราคาในการให้บริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ และมีอัตราค่าใช้จ่ายบริการติดตั้งไวซ์ดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.90) ระดับราคาในการให้บริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งจากรัฐอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.55) และการให้บริการมีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.45)

มูลนิธิไม่แสวงหากำไร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีอัตราค่าใช้จ่ายบริการติดตั้งไวซ์ดเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.66) ระดับราคาในการให้บริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งจากรัฐอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.56) และระดับราคาในการให้บริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัด เชียงใหม่ ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทกิจการ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ประเภทกิจการ			
	องค์กรธุรกิจ (N=57)	โรงเรียน / มหาวิทยาลัย (N=63)	รัฐ / รัฐวิสาหกิจ (N=20)	มูลนิธิไม่ แสวงหากำไร (N=120)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ทำเลที่ตั้งติดต่อสะดวก	4.11	4.05	4.20	3.66
	มาก	มาก	มาก	มาก
ความสะดวกในการเดินทางเข้ามา สื่อมวลชนเสียงสันติ	3.93	4.03	3.60	3.70
	มาก	มาก	มาก	มาก
การขอพบเพื่อให้รายละเอียดที่ หน่วยงานของลูกค้า	3.89	3.98	3.85	3.57
	มาก	มาก	มาก	มาก
จัดส่งสินค้าและส่งมอบบริการได้ตรง ตามเวลาที่ต้องการ	3.73	3.92	3.80	3.59
	มาก	มาก	มาก	มาก
สายโทรศัพท์ว่างเมื่อต้องการติดต่อ	3.49	3.81	3.40	3.59
	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง	มาก
การติดต่อทางเว็บไซต์สื่อมวลชนเสียง สันติสะดวกและมีการตอบสนอง รวดเร็ว	3.71	3.94	3.50	3.50
	มาก	มาก	มาก	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล	3.81	3.96	3.73	3.60
	มาก	มาก	มาก	มาก

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทกิจการ มีความพึงพอใจต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ องค์กรธุรกิจ(3.81) โรงเรียน /มหาวิทยาลัย (3.96) รัฐ / รัฐวิสาหกิจ (3.73) และมูลนิธิไม่แสวงหากำไร (3.60)

โดยองค์กรธุรกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.11) ความสะดวกในการเดินทางเข้ามา

สื่อมวลชนเสียงสันติ (ค่าเฉลี่ย 3.93) และการขอพบเพื่อให้รายละเอียดที่หน่วยงานของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.89)

โรงเรียน /มหาวิทยาลัย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ความสะดวกในการเดินทางเข้ามาสื่อมวลชนเสียงสันติ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และการขอพบเพื่อให้รายละเอียดที่หน่วยงานของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.98)

รัฐ / รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.20) การขอพบเพื่อให้รายละเอียดที่หน่วยงานของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.85) และจัดส่งสินค้าและส่งมอบบริการได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.80)

มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางเข้ามาสื่อมวลชนเสียงสันติ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ทำเลที่ตั้งติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.66) จัดส่งสินค้าและส่งมอบบริการได้ตรงตามเวลาที่ต้องการและสายโทรศัพท์ว่างเมื่อต้องการติดต่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.59)

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัด เชียงใหม่ ด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทกิจการ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ประเภทกิจการ			
	องค์กรธุรกิจ (N=57)	โรงเรียน / มหาวิทยาลัย (N=63)	รัฐ / รัฐวิสาหกิจ (N=20)	มูลนิธิไม่ แสวงหากำไร (N=120)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
มีส่วนลดราคาพิเศษในช่วงเทศกาล	3.57	3.92	3.70	3.42
	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง
มีการประชาสัมพันธ์สื่อวิทยุโทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ให้เป็นที่รู้จัก	3.49	4.03	3.30	3.39
	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
มีการโฆษณาทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ให้เป็นที่รู้จัก	3.67	3.90	3.45	3.47
	มาก	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
พนักงานประชาสัมพันธ์มีความ ชำนาญและความรู้ สามารถอธิบายถึง คุณภาพและประโยชน์ของใช้บริการ ได้ดี	3.57	3.92	3.20	3.53
	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก
มีเอกสาร/แผ่นพับ/ข้อมูลต่างๆ ให้บริการอย่างเพียงพอ	3.80	3.92	3.65	3.48
	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง
การให้บริการให้คำปรึกษาทาง โทรศัพท์	3.33	3.76	3.20	3.29
	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล	3.57	3.91	3.42	3.43
	มาก	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทกิจการ มีความพึงพอใจต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ องค์กรธุรกิจ (3.57) โรงเรียน /มหาวิทยาลัย (3.91) และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ รัฐ /รัฐวิสาหกิจ (3.42) และมูลนิธิไม่แสวงหากำไร(3.43)

โดยองค์กรธุรกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีเอกสาร/แผ่นพับ/ข้อมูลต่างๆ ให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.80) มีการโฆษณาทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ให้เป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.67) มีส่วนลดราคาพิเศษในช่วงเทศกาล และพนักงานประชาสัมพันธ์มีความชำนาญและความรู้ สามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ของใช้บริการได้ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.57)

โรงเรียน /มหาวิทยาลัย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์สื่อวิทยุโทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ให้เป็นที่รู้จักมีส่วนลดราคาพิเศษในช่วงเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีส่วนลดราคาพิเศษในช่วงเทศกาล พนักงานประชาสัมพันธ์มีความชำนาญและความรู้ สามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ของใช้บริการได้ดี และมีเอกสาร/แผ่นพับ/ข้อมูลต่างๆ ให้บริการอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.92) และมีการโฆษณาทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ให้เป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.90)

รัฐ / รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีส่วนลดราคาพิเศษในช่วงเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.70) มีเอกสาร/แผ่นพับ/ข้อมูลต่างๆ ให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.65) และมีการโฆษณาทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ให้เป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.45)

มูลนิธิไม่แสวงหากำไร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานประชาสัมพันธ์มีความชำนาญและความรู้ สามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ของใช้บริการได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.48) มีเอกสาร/แผ่นพับ/ข้อมูลต่างๆ ให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.47) และมีส่วนลดราคาพิเศษในช่วงเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัด
เชียงใหม่ ด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทกิจการ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ประเภทกิจการ			
	องค์กรธุรกิจ (N=57)	โรงเรียน / มหาวิทยาลัย (N=63)	รัฐ / รัฐวิสาหกิจ (N=20)	มูลนิธิไม่ แสวงหากำไร (N=120)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร	4.00	4.13	3.65	3.97
	มาก	มาก	มาก	มาก
ชี้แจงและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการ ให้บริการที่ชัดเจน	3.71	3.87	3.25	3.71
	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก
พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งการ ที่ดี น่าเชื่อถือ	3.89	4.06	3.45	3.80
	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี	3.96	4.13	3.70	3.86
	มาก	มาก	มาก	มาก
พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการ ให้บริการ	3.57	3.90	3.05	3.46
	มาก	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
การติดตามลูกค้าเป็นประจำ สม่ำเสมอ	3.51	3.78	3.30	3.22
	มาก	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
ศักยภาพของพนักงานในการผลิตสื่อ	3.71	3.95	3.70	3.63
	มาก	มาก	มาก	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล	3.76	3.97	3.44	3.66
	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทกิจการ มีความพึงพอใจต่อ
สื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ องค์กรธุรกิจ
(3.76) โรงเรียน /มหาวิทยาลัย (3.97) และมูลนิธิไม่แสวงหากำไร(3.66) และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ
ปานกลาง คือ รัฐ / รัฐวิสาหกิจ (3.44)

โดยองค์กรธุรกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร (ค่าเฉลี่ย 4.00) พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี (ค่าเฉลี่ย 3.96) และพนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งการที่ดี น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.89)

โรงเรียน /มหาวิทยาลัย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.13) พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งการที่ดี น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.06) และศักยภาพของพนักงานในการผลิตสื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.95)

รัฐ / รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี และศักยภาพของพนักงานในการผลิตสื่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.70) ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร (ค่าเฉลี่ย 3.65) และพนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งการที่ดี น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.45)

มูลนิธิไม่แสวงหากำไร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร (ค่าเฉลี่ย 3.97) พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี (ค่าเฉลี่ย 3.86) และพนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งการที่ดี น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัด
เชียงใหม่ ด้านกระบวนการในการให้บริการ จำแนกตามประเภทกิจการ

ปัจจัยด้านกระบวนการในการ ให้บริการ	ประเภทกิจการ			
	องค์กรธุรกิจ (N=57)	โรงเรียน / มหาวิทยาลัย (N=63)	รัฐ / รัฐวิสาหกิจ (N=20)	มูลนิธิไม่ แสวงหากำไร (N=120)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
มีกระบวนการและขั้นตอนเป็นระบบ ชัดเจน	3.73	3.89	3.60	3.70
	มาก	มาก	มาก	มาก
ระยะเวลาดำเนินการมีความเหมาะสม	3.60	3.86	3.45	3.62
	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก
การแนะนำการให้บริการผลิตสื่อ	3.59	3.94	3.70	3.56
	มาก	มาก	มาก	มาก
ส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดให้กับ ลูกค้า	3.67	3.89	3.35	3.64
	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก
การติดตามลูกค้าและแก้ไขงาน	3.54	3.68	3.35	3.49
	มาก	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล	3.63	3.85	3.49	3.60
	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทกิจการ มีความพึงพอใจต่อ
สื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ
องค์กรธุรกิจ (3.63) โรงเรียน /มหาวิทยาลัย (3.85) และมูลนิธิไม่แสวงหากำไร(3.60) และมีค่าเฉลี่ย
อยู่ในระดับปานกลาง คือ รัฐ / รัฐวิสาหกิจ (3.49)

โดยองค์กรธุรกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียง
ตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีกระบวนการและขั้นตอนเป็นระบบชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.73) ส่งมอบงาน
ตามเวลาที่กำหนดให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.67) และระยะเวลาดำเนินการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย
3.60)

โรงเรียน /มหาวิทยาลัย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การแนะนำการให้บริการผลิตสื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีกระบวนการและขั้นตอนเป็นระบบชัดเจน และส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดให้กับลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.89) และระยะเวลาดำเนินการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.86)

รัฐ / รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การแนะนำการให้บริการผลิตสื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.70) มีกระบวนการและขั้นตอนเป็นระบบชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.60) และระยะเวลาดำเนินการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.45)

มูลนิธิไม่แสวงหากำไร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีกระบวนการและขั้นตอนเป็นระบบชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.70) ส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.64) และระยะเวลาดำเนินการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัด
เชียงใหม่ ด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามประเภทกิจการ

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ	ประเภทกิจการ			
	องค์กรธุรกิจ (N=57)	โรงเรียน / มหาวิทยาลัย (N=63)	รัฐ / รัฐวิสาหกิจ (N=20)	มูลนิธิไม่ แสวงหากำไร (N=120)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
สถานที่สะอาด/พื้นที่และบรรยากาศ เอื้ออำนวยต่อผู้เข้ารับบริการ	4.26	4.35	4.20	3.98
	มาก	มาก	มาก	มาก
มีสถานที่จอดรถเพียงพอสำหรับลูกค้า	3.56	3.86	3.10	3.41
	มาก	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
คุณภาพของเครื่องมือ/ อุปกรณ์	3.77	4.16	3.85	3.77
	มาก	มาก	มาก	มาก
การตกแต่ง / การจัดห้องรับ รองแขก	3.53	3.78	3.05	3.41
	มาก	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
การตกแต่งห้องสตูดิโอ	3.81	4.13	3.65	3.65
	มาก	มาก	มาก	มาก
ป้ายชื่อองค์กรเห็นได้ชัดเจน	4.04	4.14	4.20	3.91
	มาก	มาก	มาก	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล	3.83	4.07	3.68	3.69
	มาก	มาก	มาก	มาก

จากตารางที่ 55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทกิจการ มีความพึงพอใจต่อ
สื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านหลักฐานทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ
องค์กรธุรกิจ (3.83) โรงเรียน /มหาวิทยาลัย (4.07) รัฐ / รัฐวิสาหกิจ (3.68) และมูลนิธิไม่แสวงหา
กำไร (3.69)

โดยองค์กรธุรกิจ มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตน้อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียง
ตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่สะอาด/พื้นที่และบรรยากาศเอื้ออำนวยต่อผู้เข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย
4.26) ป้ายชื่อองค์กรเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.04) และการตกแต่งห้องสตูดิโอ (ค่าเฉลี่ย 3.81)

โรงเรียน /มหาวิทยาลัย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่สะอาด/พื้นที่และบรรยากาศเอื้ออำนวยต่อผู้เข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.35) คุณภาพของเครื่องมือ/ อุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.16) และป้ายชื่อองค์กรเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.14)

รัฐ / รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่สะอาด/พื้นที่และบรรยากาศเอื้ออำนวยต่อผู้เข้ารับบริการ และป้ายชื่อองค์กรเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.20) คุณภาพของเครื่องมือ/ อุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.85) และการตกแต่งห้องสตูดิโอ (ค่าเฉลี่ย 3.65)

มูลนิธิไม่แสวงหากำไร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่สะอาด/พื้นที่และบรรยากาศเอื้ออำนวยต่อผู้เข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ป้ายชื่อองค์กรเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.91) และคุณภาพของเครื่องมือ/ อุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาการใช้บริการ
สื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหา	ปัจจัยด้าน	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกน้อย	ด้านผลิตภัณฑ์	85	32.69
การประชาสัมพันธ์น้อย ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์และการให้บริการ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	75	28.85
ไม่มีห้องพักรับรองลูกค้า	ด้านลักษณะทางกายภาพ	70	26.92
สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ	ด้านลักษณะทางกายภาพ	67	25.77
การส่งเสริมการขาย ไม่น่าสนใจ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	59	22.69
จำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า	ด้านบุคคล หรือ พนักงาน	56	21.54
ไม่มีผลิตภัณฑ์ตัวอย่างให้ลูกค้าดู	ด้านการส่งเสริมการตลาด	56	21.54
พนักงานให้บริการมีจำนวนน้อย	ด้านการจัดจำหน่าย	53	20.38
ผลิตภัณฑ์ไม่ครบตามความต้องการ	ด้านผลิตภัณฑ์	52	20.00
ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่รู้จัก	ด้านผลิตภัณฑ์	51	19.62
ไม่มีการติดตามงานหลังการให้บริการ	ด้านกระบวนการ	50	19.23
ป้ายองค์กรไม่ชัดเจน	ด้านลักษณะทางกายภาพ	49	18.85
สถานที่ตั้งของบริษัทไม่สะดวก	ด้านการจัดจำหน่าย	49	18.85
พนักงานไม่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน	ด้านบุคคล หรือ พนักงาน	48	18.46

ปัญหา	ปัจจัยด้าน	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานไม่มีความคล่องแคล่วในการปฏิบัติงาน	ด้านบุคคล หรือ พนักงาน	43	16.54
ต่อราคาผลิตภัณฑ์ได้ไม่มาก	ด้านราคา	36	13.85
ไม่มีส่วนลดเงินสด	ด้านราคา	34	13.08
กระบวนการและขั้นตอนไม่เป็นระบบ	ด้านกระบวนการ	29	11.15
ราคาไม่คงที่	ด้านราคา	29	11.15
พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ไม่มีคุณภาพในการให้บริการ	ด้านบุคคล หรือ พนักงาน	25	9.62
ไม่มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์	ด้านการส่งเสริมการตลาด	25	9.62
การให้บริการไม่มีคุณภาพ	ด้านผลิตภัณฑ์	24	9.23
พนักงานไม่สามารถให้บริการและแก้ปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว	ด้านบุคคล หรือ พนักงาน	23	8.85
บรรจุภัณฑ์ล้าสมัย	ด้านผลิตภัณฑ์	17	6.54
ไม่มีการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านทาง Internet	ด้านการจัดจำหน่าย	17	6.54
ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จใช้เวลานาน กระบวนการให้บริการยุ่งยาก	ด้านกระบวนการ	16	6.15
การส่งของไม่ครบจำนวน	ด้านการจัดจำหน่าย	14	5.38
ไม่แจ้งราคาให้ชัดเจน	ด้านราคา	13	5
ผลิตภัณฑ์ชำรุดเสียหาย	ด้านผลิตภัณฑ์	12	4.62
ไม่มี Website	ด้านการจัดจำหน่าย	10	3.85
ราคาแพงกว่าที่อื่นๆ	ด้านราคา	10	3.85

ปัญหา	ปัจจัยด้าน	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องมืออุปกรณ์ไม่ได้มาตรฐาน	ด้านลักษณะทางกายภาพ	8	3.08
พนักงานมีบุคลิกภาพ การแต่งการที่ไม่เหมาะสม	ด้านบุคคล หรือ พนักงาน	8	3.08
ระยะเวลาให้สินเชื่อนานไป	ด้านราคา	8	3.08
การส่งของล่าช้า	ด้านการจัดจำหน่าย	7	2.69
พนักงานไม่มีความน่าเชื่อถือและความซื่อสัตย์	ด้านบุคคล หรือ พนักงาน	7	2.69
บรรจุภัณฑ์ไม่สะอาด	ด้านผลิตภัณฑ์	5	1.92
การชำระเงินยุ่งยาก	ด้านราคา	4	1.54
ระยะเวลาให้สินเชื่อยาวไป	ด้านราคา	2	0.77

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาในการใช้บริการสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัดเชียงใหม่ เรียงตามลำดับปัญหา ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกน้อย ร้อยละ 32.69 การประชาสัมพันธ์น้อย ลูกค้านำทราบรายละเอียดเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ร้อยละ 28.85 ไม่มีห้องพักรับรองลูกค้า ร้อยละ 26.92 สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ ร้อยละ 25.77 การส่งเสริมการขาย ไม่น่าสนใจ ร้อยละ 22.69 จำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ร้อยละ 21.54 ไม่มีผลิตภัณฑ์ตัวอย่างให้ลูกค้าดู ร้อยละ 21.54 พนักงานให้บริการมีจำนวนน้อย ร้อยละ 20.38 ผลิตภัณฑ์ไม่ครบตามความต้องการ ร้อยละ 20.00 ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่รู้จัก ร้อยละ 19.62 ไม่มีการติดตามงานหลังการให้บริการ ร้อยละ 19.23 ป้ายองค์กรไม่ชัดเจน ร้อยละ 18.85 สถานที่ตั้งของบริษัทไม่สะดวก ร้อยละ 18.85 พนักงานไม่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน ร้อยละ 18.46 พนักงานไม่มีความคล่องแคล่วในการปฏิบัติงาน ร้อยละ 16.54 ต่อรองราคาผลิตภัณฑ์ได้ไม่มาก ร้อยละ 13.85 ไม่มีส่วนลดเงินสด ร้อยละ 13.08 กระบวนการและขั้นตอนไม่เป็นระบบ ร้อยละ 11.15 ราคาไม่คงที่ ร้อยละ 11.15 พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ไม่มีความสุภาพในการให้บริการ ร้อยละ 9.62 ไม่มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ ร้อยละ 9.62 การให้บริการไม่มีคุณภาพ ร้อยละ 9.23 พนักงานไม่สามารถให้บริการและแก้ปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว ร้อยละ 8.85 บรรจุภัณฑ์ล้าสมัย ร้อยละ 6.54 ไม่มีการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านทาง Internet ร้อยละ 6.54 ระยะเวลาในการ

ปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จใช้เวลานาน กระบวนการให้บริการยุ่งยาก ร้อยละ 6.15 การส่งของไม่ครบ จำนวน ร้อยละ 5.38 ไม่แจ้งราคาให้ชัดเจน ร้อยละ 5.00 ผลิตภัณฑ์ชำรุดเสียหาย ร้อยละ 4.62 ไม่มี Website ร้อยละ 3.85 ราคาแพงกว่าที่อื่นๆ ร้อยละ 3.85 เครื่องมืออุปกรณ์ไม่ได้มาตรฐาน ร้อยละ 3.08 พนักงานมีบุคลิกภาพ การแต่งการที่ไม่เหมาะสม ร้อยละ 3.08 ระยะเวลาให้สินเชื่อนานไป ร้อยละ 3.08 การส่งของล่าช้า ร้อยละ 2.69 พนักงานไม่มีความน่าเชื่อถือและความซื่อสัตย์ ร้อยละ 2.69 บรรจุภัณฑ์ไม่สะอาด ร้อยละ 1.92 การชำระเงินยุ่งยาก ร้อยละ 1.54 ระยะเวลาให้สินเชื่อยาวเกินไป ร้อยละ 0.77 ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะอื่นๆ ในการให้บริการ

ตารางที่ 57 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อเสนอแนะอื่นๆ ในการให้บริการ

ข้อเสนอแนะอื่นๆ ในการให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ควรมีห้องรับรองผู้มาติดต่อหรือผู้รับบริการ	9	32.14
เพิ่มช่องทางการสั่งซื้อสินค้าในอินเทอร์เน็ต	1	3.57
ควรมีการจัดทำป้ายบอกทางที่ชัดเจน	3	10.71
ควรขยายพื้นที่ให้กว้างขวาง	3	10.71
ควรจัดหาสินค้าให้เพิ่มมากขึ้น	2	7.14
เพิ่มจำนวนห้องน้ำให้เพียงพอต่อความต้องการ	1	3.57
ควรเพิ่มจำนวนพนักงาน	1	3.57
ควรมีการอบรมพัฒนาบุคลากร เพิ่มศักยภาพในแต่ละตำแหน่ง เพิ่มคุณภาพให้ดียิ่งขึ้น	3	10.71
ควรมีการประชาสัมพันธ์ช่องทางให้บริการให้บุคคลทั่วไปทราบ	3	10.71
ควรมีพนักงานรับบริการ รับ-ส่ง งานนอกสถานที่	1	3.57
ควรมีการให้บริการชุมชน	1	3.57

หมายเหตุ : มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 28 ราย จาก 260 ราย

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะอื่นๆ ในการให้บริการ ได้แก่ ควรมีห้องรับรองผู้มาติดต่อหรือผู้รับบริการ มากที่สุด ร้อยละ 32.14 รองลงมาคือ ควรมีการจัดทำป้ายบอกทางที่ชัดเจน ควรขยายพื้นที่ให้กว้างขวาง ควรมีการอบรมพัฒนาบุคลากร เพิ่มศักยภาพในแต่ละตำแหน่ง เพิ่มคุณภาพให้ดียิ่งขึ้น และควรมีการประชาสัมพันธ์ช่องทางกรให้บุคคลทั่วไปทราบ มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 10.71 ควรจัดหาสินค้าให้เพิ่มมากขึ้น ร้อยละ 7.14 และเพิ่มช่องทางการสั่งซื้อสินค้าในอินเทอร์เน็ต เพิ่มจำนวนห้องน้ำให้เพียงพอต่อความต้องการ ควรเพิ่มจำนวนพนักงาน ควรมีพนักงานรับบริการ รับ-ส่ง งานนอกสถานที่ ควรมีการให้บริการชุมชน มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 3.57 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved