

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อบริการของบริษัทคิดดี ทำดี แรงดี ออแกไนเซอร์ จำกัด สามารถแบ่งผลการศึกษออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งในองค์กร ประเภทของลูกค้าธุรกิจ งบประมาณในการส่งเสริมการตลาด เหตุผลที่เลือกใช้บริการบริษัทคิดดีทำดีแรงดี ออแกไนเซอร์ จำกัด การทราบแหล่งข้อมูลของบริษัทคิดดีทำดีแรงดี ออแกไนเซอร์ จำกัด บริการกิจกรรมทางการตลาดที่ลูกค้าธุรกิจใช้บริการจากบริษัท คิดดีทำดีแรงดี ออแกไนเซอร์ จำกัด (ตารางที่ 1-9)

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อการใช้บริการจัดกิจกรรมทางการตลาดของบริษัท คิดดี ทำดี แรงดี ออแกไนเซอร์ จำกัด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้าน การส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการให้บริการ (ตารางที่ 10-16)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อการใช้บริการจัดกิจกรรมทางการตลาดของบริษัท คิดดี ทำดี แรงดี ออแกไนเซอร์ จำกัด จำแนกตาม เพศ งบประมาณในการส่งเสริมการตลาด และประเภทบริการที่ใช้ (ตารางที่ 17-37)

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	16	53.3
หญิง	14	46.7
รวม	30	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 53.3 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 46.7

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-30 ปี	4	13.3
31-40 ปี	16	53.3
41-50 ปี	8	26.7
51-60 ปี	2	6.7
รวม	30	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 53.3 รองลงมา อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 26.7 อายุ 20-30 ปี ร้อยละ 13.3 และอายุ 51-60 ปี ร้อยละ 6.7

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	0	0.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	0	0.0
ปวส./อนุปริญญา	0	0.0
ปริญญาตรี	12	40.0
สูงกว่าปริญญาตรี	18	60.0
รวม	30	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 60.0 และปริญญาตรี ร้อยละ 40.0

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งในองค์กร

ตำแหน่งในองค์กร	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	4	13.3
กรรมการผู้จัดการ	2	6.7
ผู้จัดการทั่วไป	2	6.7
ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	15	50.0
ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์	1	3.3
ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	2	6.7
ผู้จัดการโครงการ	4	13.3
รวม	30	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตำแหน่งในองค์กร เป็นผู้จัดการฝ่ายการตลาด ร้อยละ 50.0 รองลงมา เจ้าของกิจการ และผู้จัดการโครงการ เท่ากัน ร้อยละ 13.3 กรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการทั่วไป และผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 6.7 ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 3.3

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของลูกจ้างธุรกิจ

ประเภทของลูกจ้างธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
สมาคม/ชมรม	2	6.7
สถาบันการศึกษา	1	3.3
ธนาคาร	2	6.7
ร้านอาหาร/สถานบันเทิง	2	6.7
ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์	1	3.3
ศูนย์สรรพสินค้า/ศูนย์จำหน่ายสินค้า/ร้านค้าปลีก	1	3.3
ศูนย์จำหน่ายสินค้าไอที/อิเล็กทรอนิกส์	2	6.7
ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์	3	10.0
อื่นๆ	16	53.3
รวม	30	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ กิจกรรมส่งเสริมธุรกิจโดยรัฐบาล (1 คน) - บริษัทผลิตเครื่องอุปโภคบริโภค (6 คน) บริษัทเครื่องคั้นที่มีแอลกอฮอล์ (3 คน) บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ (1 คน) บริษัทคมนาคมขนส่ง (1 คน) ห้างสรรพสินค้า (1 คน) สำนักงานบริหาร และพัฒนาองค์ความรู้ (1 คน) บริษัทผู้ผลิตกระเป๋าเดินทาง (1 คน) บริษัทธุรกิจเครือข่าย (1 คน)

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีประเภทของลูกจ้างธุรกิจคือ ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ ร้อยละ 10.0 รองลงมา สมาคม/ชมรม ร้านอาหาร/สถานบันเทิง ศูนย์จำหน่ายสินค้าไอที/อิเล็กทรอนิกส์ และธนาคาร ร้อยละ 6.7 และสถาบันการศึกษา ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ ศูนย์สรรพสินค้า/ศูนย์จำหน่ายสินค้า/ร้านค้าปลีก ร้อยละ 3.3

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามงบประมาณในการส่งเสริมการตลาด

งบประมาณในการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 50,000 บาท	4	13.3
50001-200,000 บาท	14	46.7
200,001-400,000 บาท	11	36.7
400,001-600,000 บาท	1	3.3
รวม	30	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดมีงบประมาณในการส่งเสริมการตลาด คือ 50001-200,000 บาท ร้อยละ 46.7 รองลงมา 200,001-400,000 บาท ร้อยละ 36.7 ต่ำกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 13.3 และ 400,001-600,000 บาท ร้อยละ 3.3

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการ บริษัท คิดดี ทำดี แรงดี ออแกไนเซอร์ จำกัด

เหตุผลที่เลือกใช้บริการ บริษัท คิดดี ทำดี แรงดี ออแกไนเซอร์ จำกัด	จำนวน	ร้อยละ
ผลงานที่ผ่านมา	26	86.7
ราคาของแต่ละงาน	25	83.3
ความสะดวกในการติดต่อ	23	76.7
สามารถให้บริการทั่วประเทศ	17	56.7
ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน	16	53.3
ชื่อเสียง	14	46.7
ความหลากหลายของประเภทบริการ	14	46.7

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 30 ราย

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลที่เลือกใช้บริการ บริษัท คิดดี ทำดี แรงค์ ออแกไนเซอร์ จำกัด ลำดับแรกคือ ผลงานที่ผ่านมา ร้อยละ 86.7 รองลงมา ราคาของแต่ละงาน ร้อยละ 83.3 ความสะดวกในการติดต่อ ร้อยละ 76.7 สามารถให้บริการทั่วประเทศ ร้อยละ 56.7 ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน ร้อยละ 53.3 ชื่อเสียงและความหลากหลายของประเภทบริการ เท่ากัน ร้อยละ 46.7

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการทราบแหล่งข้อมูลของ บริษัท คิดดี ทำดี แรงค์ ออแกไนเซอร์ จำกัด

การทราบแหล่งข้อมูลของ บริษัท คิดดี ทำดี แรงค์ ออแกไนเซอร์ จำกัด	จำนวน	ร้อยละ
การบอกต่อจากผู้เคยใช้บริการ	27	90.0
เว็บไซต์	26	86.7
พนักงานของบริษัท	10	33.3
นิตยสาร	2	6.7
ป้ายโฆษณา	1	3.3
หนังสือพิมพ์	0	0.0
ใบปลิว	0	0.0
วิทยุ	0	0.0
อื่นๆ	0	0.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 30 ราย

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทราบแหล่งข้อมูลของ บริษัท คิดดี ทำดี แรงค์ ออแกไนเซอร์ จำกัด จากการบอกต่อจากผู้เคยใช้บริการ ร้อยละ 90.0 รองลงมา เว็บไซต์ ร้อยละ 86.7 พนักงานของบริษัท ร้อยละ 33.3 นิตยสาร ร้อยละ 6.7 และป้ายโฆษณา ร้อยละ 3.3

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการกิจกรรมทางการตลาดที่
ใช้บริการจากบริษัท คิดดี ทำดี แรงดี ออแกไนเซอร์ จำกัด

บริการกิจกรรมทางการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
การตลาดเชิงกิจกรรม (Events Marketing)	18	60.0
การโฆษณาและ การประชาสัมพันธ์ (Advertising & PR)	14	46.7
กิจกรรมคัดเลือกจัดหา พิธีกร นักแสดง ผู้นำ เสนอสินค้า (Modeling)	8	26.7
การออกแบบกราฟฟิก (Graphic Design)	8	26.7
ระบบแสง สี เสียง (Light & Sound)	7	23.3
ความคิดสร้างสรรค์ผลงาน (Creativity)	4	13.3
การจัดกิจกรรมการตลาดต่อเนื่องในพื้นที่ ขาย (Road Show)	3	10.0
การวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning)	1	3.3
สื่อรวมของเสียง กราฟฟิกและ วิดีโอ (Multimedia)	1	3.3

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 30 ราย

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการกิจกรรมทางการตลาดที่ใช้บริการ
จากบริษัท คิดดี ทำดี แรงดี ออแกไนเซอร์ จำกัด คือ การตลาดเชิงกิจกรรม (Events Marketing)
ร้อยละ 60.0 รองลงมา การโฆษณาและ การประชาสัมพันธ์(Advertising & PR) ร้อยละ 46.7
กิจกรรมคัดเลือกจัดหา พิธีกร นักแสดง ผู้นำเสนอสินค้า (Modeling) และการออกแบบกราฟฟิก
(Graphic Design) เท่ากัน ร้อยละ 26.7 ระบบแสง สี เสียง (Light & Sound) ร้อยละ 23.3 ความคิด
สร้างสรรค์ผลงาน (Creativity) ร้อยละ 13.3 การจัดกิจกรรมการตลาดต่อเนื่องในพื้นที่ขาย (Road
Show) ร้อยละ 10.0 การวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning) และ สื่อรวมของเสียง กราฟฟิกและ
วิดีโอ (Multimedia) ร้อยละ 3.3

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อบริการของบริษัทที่ดี ทำดี แรงดี ออกเaignเซอร์
จำกัด

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การจัดหาพิธีกรดำเนินรายการ	11 (36.7)	14 (46.7)	5 (16.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.20 (มาก)	1
การจัดตกแต่งบูท/เวที/สถานที่ บริเวณการจัดงาน	10 (33.3)	16 (53.3)	4 (13.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.20 (มาก)	1
การจัดดำเนินรายการกิจกรรม ตลอดงาน	9 (30.0)	18 (60.0)	3 (10.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.20 (มาก)	1
การจัดเตรียมกิจกรรมต่าง ๆ ให้ผู้ร่วมงานได้ร่วมสนุก	9 (30.0)	15 (50.0)	6 (20.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.10 (มาก)	2
การจัดหาการแสดงโชว์ต่าง ๆ	8 (26.7)	16 (53.3)	6 (20.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.07	3
การจัดหาและจัดเตรียมสถานที่ ในการจัดงาน	7 (23.3)	18 (60.0)	5 (16.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.07 (มาก)	3
การสรุป/ตามเก็บข่าวสารเมื่อ เสร็จงาน	5 (16.7)	21 (70.0)	4 (13.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.03 (มาก)	4
จัดทำ Presentation ในการ เปิดตัว	8 (26.7)	17 (56.7)	4 (13.3)	1 (5.3)	0 (0.0)	4.03 (มาก)	4
ถ่ายบันทึกเทป/วิดีโอ/ บันทึกเสียง	4 (13.3)	22 (73.3)	4 (13.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.00 (มาก)	5

ตารางที่ 10 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การออกแบบจัดทำโครงสร้าง ติดตั้งบูท	7 (23.3)	17 (56.7)	5 (16.7)	1 (3.3)	0 (0.0)	3.97 (มาก)	6
การวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่าง ๆ อาทิ วิทยู โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์ คัทเอ้าท์ ฯลฯ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย มาร่วมงาน	3 (10.0)	21 (70.0)	6 (20.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.90 (มาก)	7
ใช้บริการด้านการจัดเอฟ เฟกต์ต่าง ๆ เช่น พลุ เลเซอร์ ลูกโป่ง บอลลูน	6 (20.0)	16 (53.3)	7 (23.3)	1 (3.3)	0 (0.0)	3.87 (มาก)	8
การประสานงานและเชิญ สื่อมวลชนเข้าร่วมทำข่าว	3 (10.0)	19 (63.3)	8 (26.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.83 (มาก)	9
การประสานงานและเชิญแขก/ ลูกค้าขององค์กรเข้าร่วมงาน	2 (6.7)	19 (63.3)	9 (30.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.77 (มาก)	10
การจัดการและจัดเตรียมของที่ ระลึกสำหรับผู้ร่วมงาน	1 (3.3)	20 (66.7)	9 (30.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.73 (มาก)	11
การประสานงานและเชิญ ดารา/นักร้อง/นักแสดง/ผู้มี ชื่อเสียงมาร่วมเปิดงาน	3 (10.0)	17 (56.7)	9 (30.0)	1 (3.3)	0 (0.0)	3.70 (มาก)	12
การออกแบบผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์ อาทิ สปอต วิทยู สื่อประชาสัมพันธ์ทาง โทรทัศน์	1 (3.3)	19 (63.4)	9 (30.0)	1 (3.03)	0 (0.0)	3.63 (มาก)	13
ค่าเฉลี่ยโดยรวม (แปลผล)						3.96 (มาก)	

จากตารางที่ 10 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ในปัจจัยย่อยพบว่ามีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับคือ การจัดหาพิธีกรดำเนินรายการ การจัดตกแต่งบูท/เวที/สถานที่บริเวณการจัดงาน และการจัดดำเนินรายการกิจกรรมตลอดงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.20) การจัดเตรียมกิจกรรมต่าง ๆ ให้ผู้ร่วมงานได้ร่วมสนุก (ค่าเฉลี่ย 4.10) การจัดหาการแสดงโชว์ต่าง ๆ การจัดหาและจัดเตรียมสถานที่ในการจัดงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.07) จัดทำ Presentation ในการเปิดตัว และการสรุป/ตามเก็บข่าวสารเมื่อเสร็จงาน (ค่าเฉลี่ย 4.03) ถ่ายบันทึกเทป/วิดีโอ/บันทึกเสียง(ค่าเฉลี่ย 4.00) การออกแบบจัดทำโครงสร้างติดตั้งบูท (ค่าเฉลี่ย 3.97) การวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อาทิ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ไปสเตอร์ คัทเอ๊าท์ ฯลฯ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมาร่วมงาน (ค่าเฉลี่ย 3.90) ใช้บริการด้านการจัดเอฟเฟคต่าง ๆ เช่น พลุ เลเซอร์ ลูกโป่ง บอลลูน (ค่าเฉลี่ย 3.87) การประสานงานและเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมทำข่าว (ค่าเฉลี่ย 3.83) การประสานงานและเชิญแขก/ลูกค้าขององค์กรเข้าร่วมงาน (ค่าเฉลี่ย 3.77) การจัดหาและจัดเตรียมของที่ระลึกสำหรับผู้ร่วมงาน (ค่าเฉลี่ย 3.73) การประสานงานและเชิญดารานักร้อง/นักแสดง/ผู้มีชื่อเสียงมาร่วมเปิดงาน (ค่าเฉลี่ย 3.70) การออกแบบผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ อาทิ สปอตวิทยุ สื่อประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการขององค์กร	9 (30.0)	18 (60.0)	3 (10.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.20 (มาก)	1
มีเงื่อนไขในการชำระเงินแบ่งตามงวดราคาแต่ละงาน	7 (23.3)	20 (66.7)	3 (10.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.13 (มาก)	2
งบประมาณการจัดงาน	3 (10.0)	24 (80.0)	3 (10.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.00 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยโดยรวม (แปลผล)						4.11 (มาก)	

จากตารางที่ 11 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) ในปัจจัยย่อยพบว่ามีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับคือ ราคาที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.20) มีเงื่อนไขในการชำระเงินแบ่งตามงวดราคาแต่ละงาน (ค่าเฉลี่ย 4.13) งบประมาณการจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สามารถติดต่อได้ทาง E-mail	10 (66.7)	10 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.67 (มากที่สุด)	1
มีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำ กิจการและบริการที่มีให้	18 (60.0)	9 (30.0)	3 (10.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.50 (มากที่สุด)	2
ความสะดวกในการติดต่อทาง โทรศัพท์	13 (43.3)	17 (56.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.43 (มาก)	3
มีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน เข้าถึงง่าย	1 (3.3)	28 (93.3)	1 (3.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.00 (มาก)	4
มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวก	3 (10.0)	4 (13.3)	14 (46.7)	8 (26.7)	1 (3.3)	3.00 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยโดยรวม (แปลผล)						4.12 (มาก)	

จากตารางที่ 12 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) ในปัจจัยย่อยพบว่ามีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สามารถติดต่อได้ทาง E-mail (ค่าเฉลี่ย 4.67) มีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มีให้ (ค่าเฉลี่ย 4.50) และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.43) มีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนเข้าถึงง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณภาพของสินค้า หรือบริการของบริษัทที่ได้มาตรฐานและน่าเชื่อถือ	6 (20.0)	16 (53.3)	6 (20.0)	2 (6.7)	0 (0.0)	3.87 (มาก)	1
มีการเผยแพร่ข่าวสารการจัดงานให้ลูกค้าอย่างทั่วถึง	3 (10.0)	18 (60.0)	9 (30.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.80 (มาก)	2
มีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ	3 (10.0)	18 (60.0)	8 (26.7)	1 (3.3)	0 (0.0)	3.77 (มาก)	3
ช่วยลูกค้าในการประชาสัมพันธ์ในสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ป้ายคัทเอาท์ เป็นต้น	2 (6.7)	20 (66.7)	7 (23.3)	1 (3.3)	0 (0.0)	3.77 (มาก)	3
มีส่วนลด	3 (10.0)	13 (43.3)	13 (43.3)	1 (3.3)	0 (0.0)	3.60 (มาก)	4
มีของแถม	1 (3.3)	10 (33.3)	16 (53.4)	3 (10.0)	0 (0.0)	3.30 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยโดยรวม (แปลผล)						3.68 (มาก)	

จากตารางที่ 13 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) ในปัจจัยย่อยพบว่ามีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ มีการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณภาพของสินค้า หรือบริการของบริษัทที่ได้มาตรฐานและน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.87) มีการเผยแพร่ข่าวสารการจัดงานให้ลูกค้าอย่างทั่วถึง (ค่าเฉลี่ย 3.80) มีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ และช่วยลูกค้าในการประชาสัมพันธ์ในสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ป้ายคัทเอาท์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.77) มีส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.60) และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือวางใจได้	15 (50.0)	14 (46.7)	1 (3.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.47 (มาก)	1
พนักงานให้คำปรึกษาอย่าง ถูกต้องใช้ภาษาที่สุภาพ และ เข้าใจง่าย	14 (46.7)	15 (50.0)	1 (3.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.43 (มาก)	2
พนักงานมีกิริยามารยาท สุภาพ และอัธยาศัยที่ดี	11 (36.7)	18 (60.0)	1 (3.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.33 (มาก)	3
พนักงานมีความกระตือรือร้น ในการให้บริการ	10 (33.3)	20 (66.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.33 (มาก)	3
พนักงานให้บริการลูกค้าอย่าง เท่าเทียม	10 (33.3)	20 (66.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.33 (มาก)	3
พนักงานมีความรู้ ความ สามารถ มีความชำนาญใน วิชาชีพ และมีความสามารถในการ ให้บริการ	5 (16.7)	23 (76.7)	2 (6.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.10 (มาก)	4
จำนวนพนักงานมีเพียงพอกับ การให้บริการ	5 (16.7)	21 (70.0)	4 (13.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.03 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยโดยรวม (แปลผล)						4.29 (มาก)	

จากตารางที่ 14 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) ในปัจจัยย่อยพบว่ามีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือวางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 4.47) พนักงานให้คำปรึกษาอย่างถูกต้องใช้ภาษาที่สุภาพ และเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.43) พนักงานมีกิริยามารยาทสุภาพ และอัธยาศัยที่ดี และ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.33) พนักงานมีความรู้ ความสามารถ มีความชำนาญในวิชาชีพ และมีความสามารถในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.10) จำนวนพนักงานมีเพียงพอกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.03)

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีความพร้อมในด้านต่างๆ เมื่อจัดงาน ทั้งอุปกรณ์ ทีมงาน ฯลฯ	6 (20.0)	22 (73.3)	2 (6.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.13 (มาก)	1
มีบริการหลายรูปแบบให้ลูกค้าได้เลือกตามความพอใจ และงบประมาณ	7 (23.3)	20 (66.7)	3 (10.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.13 (มาก)	1
มีการประเมินผลการจัดงาน และสรุปข่าวสารทั้งหมดให้แก่องค์กร เมื่อดำเนินการจัดงานเสร็จสิ้น	9 (30.0)	15 (50.0)	6 (20.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.10 (มาก)	2
ในกระบวนการทำงานได้ดำเนินงานต่างๆ ให้เป็นไปตามแผน ให้สำเร็จคล่องตรงตามที่เสนอแผนงานกับองค์กรไว้	6 (20.0)	19 (63.3)	5 (16.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.03 (มาก)	3
มีกระบวนการในการควบคุมคุณภาพการให้บริการของทีมงานที่ให้บริการในวันจัดงาน	3 (10.0)	22 (73.3)	5 (16.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.93 (มาก)	4
มีขั้นตอนการนำเสนอผลงานให้องค์กรอย่างเป็นระบบ มีมาตรฐาน	3 (10.0)	21 (70.0)	6 (20.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.90 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยโดยรวม (แปลผล)						4.04 (มาก)	

จากตารางที่ 15 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ในปัจจัยย่อยพบว่ามีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่มีความพร้อมในด้านต่างๆ เมื่อจัดงานทั้งอุปกรณ์ ทีมงาน ฯลฯ และมีบริการหลายรูปแบบให้ลูกค้าได้เลือกตามความพอใจ และงบประมาณเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีการประเมินผลการจัดงานและสรุปข่าวสารทั้งหมดให้แก่องค์กร เมื่อดำเนินการจัดงานเสร็จสิ้น (ค่าเฉลี่ย 4.10) ในกระบวนการทำงาน ได้ดำเนินงานต่างๆ ให้เป็นไปตามแผน ให้สำเร็จลุล่วงตรงตามที่เสนอแผนงานกับองค์กรไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีกระบวนการในการควบคุมคุณภาพการให้บริการของทีมงานที่ให้บริการในวันจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีขั้นตอนการนำเสนอผลงานให้องค์กรอย่างเป็นระบบ มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความแตกต่างแปลกใหม่ในการสร้างสรรค์งาน	9 (30.0)	17 (56.7)	4 (13.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.17 (มาก)	1
มาตรฐานและคุณภาพการจัดงาน	6 (20.0)	21 (70.0)	3 (10.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.10 (มาก)	2
รูปแบบเทคนิค การวางแผนในการจัดงาน	2 (6.7)	23 (76.7)	5 (16.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.90 (มาก)	3
การจัดตกแต่งสถานที่ภายในของธุรกิจออแกไนเซชั่น มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ เพิ่มความน่าเชื่อถือในการติดต่อใช้บริการ	2 (6.7)	22 (73.3)	6 (20.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.87 (มาก)	4
การแต่งกายของพนักงานเป็นเอกลักษณ์ และมีความน่าเชื่อถือ	2 (6.7)	20 (66.7)	8 (26.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.80 (มาก)	5
มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัยควววงจร อาทิ ห้องบันทึกเสียง สตูดิโอ สำหรับถ่ายทำและผลิตรายการ เป็นต้น	3 (10.0)	10 (33.3)	14 (46.7)	2 (6.7)	1 (3.3)	3.40 (ปานกลาง)	6
ค่าเฉลี่ยโดยรวม (แปลผล)						3.87 (มาก)	

จากตารางที่ 16 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) ในปัจจัยย่อยพบว่ามีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ ความแตกต่างแปลกใหม่ในการสร้างสรรค์งาน (ค่าเฉลี่ย 4.17) มาตรฐานและคุณภาพการจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.10) รูปแบบเทคนิค การวางแผนในการจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 3.90) การจัดตกแต่งสถานที่ภายในของธุรกิจออกแก็นเซอร์ มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ เพิ่มความน่าเชื่อถือในการติดต่อใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.87) การแต่งกายของพนักงานเป็นเอกลักษณ์และมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.80) และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัยครบวงจร อาทิ ห้องบันทึกเสียง สตูดิโอสำหรับถ่ายทำและผลิตรายการ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 17 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับที่
ปัจจัยด้านบุคลากร	4.29	มาก	1
ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย	4.12	มาก	2
ปัจจัยด้านราคา	4.11	มาก	3
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	4.04	มาก	4
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	3.96	มาก	5
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.87	มาก	6
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.68	มาก	7

จากตารางที่ 17 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับคือ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อบริการของบริษัทที่ดี ทำดี แรงดี ออกแฉในเซอร์
จำกัด จำแนกตาม เพศ งบประมาณในการส่งเสริมการตลาด และบริการที่ใช้

3.1 ความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อบริการของบริษัทที่ดี ทำดี แรงดี ออกแฉใน
เซอร์ จำกัด จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
/บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ อาทิ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ไปสเตอร์ คัทเอ๊าท์ ฯลฯ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมาร่วมงาน	3.88 (มาก)	3.93 (มาก)	3.90 (มาก)
การออกแบบผลิตภัณฑ์ประชาสัมพันธ์ อาทิ สปอควิทยุ สื่อประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์	3.75 (มาก)	3.50 (มาก)	3.63 (มาก)
การประสานงานและเชิญคารา/นักร้อง/นักแสดง/ผู้มี ชื่อเสียงมาร่วมเปิดงาน	3.94 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)
การประสานงานและเชิญแขก/ลูกค้าขององค์กรเข้า ร่วมงาน	3.81 (มาก)	3.71 (มาก)	3.77 (มาก)
การประสานงานและเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมทำข่าว	3.94 (มาก)	3.71 (มาก)	3.83 (มาก)
การสรุป/ตามเก็บข่าวสารเมื่อเสร็จงาน	4.13 (มาก)	3.93 (มาก)	4.03 (มาก)
การจัดการและจัดเตรียมสถานที่ในการจัดงาน	4.19 (มาก)	3.93 (มาก)	4.07 (มาก)
การจัดการและจัดเตรียมของที่ระลึกสำหรับผู้ร่วมงาน	3.75 (มาก)	3.71 (มาก)	3.73 (มาก)

ตารางที่ 18 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	เพศ		
	ชาย ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	หญิง ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	รวม ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การจัดเตรียมกิจกรรมต่างๆ ให้ผู้ร่วมงานได้ร่วมสนุก	4.25 (มาก)	3.93 (มาก)	4.10 (มาก)
การจัดการพิธีกรดำเนินรายการ	4.38 (มาก)	4.00 (มาก)	4.20 (มาก)
การจัดการการแสดงโชว์ต่างๆ	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)	4.07 (มาก)
ใช้บริการด้านการจัดเอฟเฟคต่างๆ เช่น พลุ เลเซอร์ ลูกโป่ง บอลลูน	4.06 (มาก)	3.64 (มาก)	3.87 (มาก)
การออกแบบจัดทำโครงสร้างติดตั้งบูท	4.13 (มาก)	3.79 (มาก)	3.97 (มาก)
การจัดตกแต่งบูท/เวที/สถานที่บริเวณการจัดงาน	4.31 (มาก)	4.07 (มาก)	4.20 (มาก)
ถ่ายบันทึกเทป/วิดีโอ/บันทึกเสียง	4.19 (มาก)	3.79 (มาก)	4.00 (มาก)
จัดทำ Presentation ในการเปิดตัว	4.25 (มาก)	3.79 (มาก)	4.03 (มาก)
การจัดดำเนินรายการกิจกรรมตลอดงาน	4.31 (มาก)	4.07 (มาก)	4.20 (มาก)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม (แปลผล)	4.08 (มาก)	3.82 (มาก)	3.96 (มาก)

จากตารางที่ 18 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ การจัดหาพิธีกรดำเนินรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมา การจัดตกแต่งบูท/เวที/สถานที่บริเวณการจัดงาน และ การจัดดำเนินรายการกิจกรรมตลอดงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.31) และการจัดเตรียมกิจกรรมต่างๆ ให้ผู้ร่วมงานได้ร่วมสนุก และ จัดทำ Presentation ในการเปิดตัว (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ส่วนเพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ การจัดดำเนินรายการกิจกรรมตลอดงาน และ การจัดตกแต่งบูท/เวที/สถานที่บริเวณการจัดงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา การจัดหาพิธีกรดำเนินรายการ และการจัดการแสดงโชว์ต่างๆ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) และการสรุป/ตามเก็บข่าวสารเมื่อเสร็จงาน และการจัดเตรียมกิจกรรมต่างๆ ให้ผู้ร่วมงานได้ร่วมสนุก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
งบประมาณการจัดงาน	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
ราคาที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการขององค์กร	4.31 (มาก)	4.07 (มาก)	4.20 (มาก)
มีเงื่อนไขในการชำระเงินแบ่งตามงวดราคาแต่ละงาน	4.19 (มาก)	4.07 (มาก)	4.13 (มาก)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม (แปลผล)	4.17 (มาก)	4.05 (มาก)	4.11 (มาก)

จากตารางที่ 19 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือราคาที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมา มีเงื่อนไขในการชำระเงินแบ่งตามงวดราคาแต่ละงาน (ค่าเฉลี่ย 4.19) และงบประมาณการจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ส่วนเพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือราคาที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการขององค์กร มีเงื่อนไขในการชำระเงินแบ่งตามงวดราคาแต่ละงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.07) และงบประมาณการจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนเข้าถึงง่าย	3.94 (มาก)	4.07 (มาก)	4.00 (มาก)
ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์	4.56 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)	4.43 (มาก)
สามารถติดต่อได้ทาง E-mail	4.81 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)
มีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มีให้	4.81 (มากที่สุด)	4.14 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวก	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม (แปลผล)	4.23 (มาก)	4.00 (มาก)	4.12 (มาก)

จากตารางที่ 20 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด คือ สามารถติดต่อได้ทาง E-mail และมีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มีให้ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.81) รองลงมา ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.56) และมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดคือ มีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนเข้าถึงง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ส่วนเพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุดคือ สามารถติดต่อได้ทาง E-mail (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมา มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดคือ ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.29) และมีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มีให้ (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการเผยแพร่ข่าวสารการจัดงานให้ลูกค้าอย่างทั่วถึง	3.94 (มาก)	3.64 (มาก)	3.80 (มาก)
มีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ	4.06 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)
ช่วยลูกค้าในการประชาสัมพันธ์ในสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ป้ายคัทเอาท์ เป็นต้น	3.88 (มาก)	3.63 (มาก)	3.77 (มาก)
มีการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณภาพของสินค้าหรือบริการของบริษัทที่ได้มาตรฐานและน่าเชื่อถือ	4.06 (มาก)	3.64 (มาก)	3.87 (มาก)
มีส่วนลด	3.63 (มาก)	3.57 (มาก)	3.60 (มาก)
มีของแถม	3.38 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม (แปลผล)	3.82 (มาก)	3.52 (มาก)	3.68 (มาก)

จากตารางที่ 21 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ มีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ และมีการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณภาพของสินค้าหรือบริการของบริษัทที่ได้มาตรฐานและน่าเชื่อถือเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา มีการเผยแพร่ข่าวสารการจัดงานให้ลูกค้าอย่างทั่วถึง (ค่าเฉลี่ย 3.94) และช่วยลูกค้าในการประชาสัมพันธ์ในสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ป้ายคัทเอาท์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ส่วนเพศหญิง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ มีการเผยแพร่ข่าวสารการจัดงานให้ลูกค้าอย่างทั่วถึง และมีการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณภาพของสินค้าหรือบริการของบริษัทที่ได้มาตรฐานและน่าเชื่อถือ เท่ากัน(ค่าเฉลี่ย 3.64) รองลงมา ช่วยลูกค้าในการประชาสัมพันธ์ในสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ป้ายคัทเอาท์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.63) และมีส่วนลด(ค่าเฉลี่ย 3.57)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคลากร	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานมีกิจกรรมรยาท สุภาพ และอัธยาศัยที่ดี	4.38 (มาก)	4.29 (มาก)	4.33 (มาก)
พนักงานให้คำปรึกษาอย่างถูกต้องใช้ภาษาที่สุภาพ และ เข้าใจง่าย	4.56 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)	4.43 (มาก)
พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือวางใจได้	4.50 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	4.47 (มาก)
พนักงานมีความรู้ความสามารถ มีความชำนาญในวิชาชีพ และมีความสามารถในการให้บริการ	4.25 (มาก)	3.93 (มาก)	4.10 (มาก)
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.38 (มาก)	4.29 (มาก)	4.33 (มาก)
พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียม	4.44 (มาก)	4.21 (มาก)	4.33 (มาก)
จำนวนพนักงานมีเพียงพอกับการให้บริการ	4.25 (มาก)	3.79 (มาก)	4.03 (มาก)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม (แปลผล)	4.39 (มาก)	4.17 (มาก)	4.29 (มาก)

จากตารางที่ 22 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก
ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานให้คำปรึกษาอย่างถูกต้องใช้ภาษาที่สุภาพ และเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมาพนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือวางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 4.50) และมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดคือ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียม (ค่าเฉลี่ย 4.44)

ส่วนเพศหญิง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือวางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมาพนักงานมีกิจกรรมรยาท

รูปภาพ และอักษาสัยที่ดี พนักงานให้คำปรึกษาอย่างถูกต้องใช้ภาษาที่สุภาพ และเข้าใจง่าย และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.29) และพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียม (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีขั้นตอนการนำเสนอผลงานให้องค์กรอย่างเป็นระบบมีมาตรฐาน	4.00 (มาก)	3.79 (มาก)	3.90 (มาก)
ในกระบวนการทำงานได้ดำเนินงานต่างๆ ให้เป็นไปตามแผน ให้สำเร็จลุล่วงตรงตามที่เสนอแผนงานกับองค์กรไว้	4.19 (มาก)	3.86 (มาก)	4.03 (มาก)
มีการประเมินผลการจัดงานและสรุปข่าวสารทั้งหมดให้แก่องค์กร เมื่อดำเนินการจัดงานเสร็จสิ้น	4.25 (มาก)	3.93 (มาก)	4.10 (มาก)
มีความพร้อมในด้านต่างๆ เมื่อจัดงานทั้งอุปกรณ์ทีมงาน ฯลฯ	4.31 (มาก)	3.93 (มาก)	4.13 (มาก)
มีบริการหลายรูปแบบให้ลูกค้าได้เลือกตามความพอใจ และงบประมาณ	4.13 (มาก)	4.14 (มาก)	4.13 (มาก)
มีกระบวนการในการควบคุมคุณภาพการให้บริการของทีมงานที่ให้บริการในวันจัดงาน	4.13 (มาก)	3.71 (มาก)	3.93 (มาก)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม (แปลผล)	4.17 (มาก)	3.89 (มาก)	4.04 (มาก)

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ มีความพร้อมในด้านต่างๆ เมื่อจัดงานทั้งอุปกรณ์ ทีมงาน ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมา มีการประเมินผลการจัดงานและสรุปข่าวสารทั้งหมดให้แก่องค์กร เมื่อดำเนินการจัดงานเสร็จสิ้น (ค่าเฉลี่ย 4.25) และในกระบวนการทำงานได้ดำเนินงานต่างๆ ให้เป็นไปตามแผน ให้สำเร็จลุล่วงตรงตามที่เสนอแผนงานกับองค์กรไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ส่วนเพศหญิง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ มีบริการหลายรูปแบบให้ลูกค้าได้เลือกตามความพอใจ และงบประมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมา มีการประเมินผลการจัดงานและสรุปข่าวสารทั้งหมดให้แก่องค์กร เมื่อดำเนินการจัดงานเสร็จสิ้น และมีความพร้อมในด้านต่างๆ เมื่อจัดงานทั้งอุปกรณ์ ทีมงาน ฯลฯ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.93) และในกระบวนการทำงานได้ดำเนินงานต่างๆ ให้เป็นไปตามแผน ให้สำเร็จลุล่วงตรงตามที่เสนอแผนงานกับองค์กรไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การจัดตกแต่งสถานที่ภายในของธุรกิจอแกไนเซอร์ มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ เพิ่มความน่าเชื่อถือในการติดต่อใช้บริการ	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	3.87 (มาก)
มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัยครบวงจร อาทิ ห้องบันทึกเสียง สตูดิโอสำหรับถ่ายทำ และผลิตรายการ เป็นต้น	3.69 (มาก)	3.07 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
การแต่งกายของพนักงานเป็นเอกลักษณ์และมีความน่าเชื่อถือ	3.88 (มาก)	3.71 (มาก)	3.80 (มาก)
รูปแบบเทคนิคการวางแผนในการจัดงาน	3.94 (มาก)	3.86 (มาก)	3.90 (มาก)
ความแตกต่างแปลกใหม่ในการสร้างสรรค์งาน	4.13 (มาก)	4.21 (มาก)	4.17 (มาก)
มาตรฐานและคุณภาพการจัดงาน	4.19 (มาก)	4.00 (มาก)	4.10 (มาก)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม (แปลผล)	3.93 (มาก)	3.81 (มาก)	3.87 (มาก)

จากตารางที่ 24 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือมาตรฐานและคุณภาพการจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมาความแตกต่างแปลกใหม่ในการสร้างสรรค์งาน (ค่าเฉลี่ย 4.13) และรูปแบบเทคนิคการวางแผนในการจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ส่วนเพศหญิง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือความแตกต่างแปลกใหม่ในการสร้างสรรค์งาน (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมา มาตรฐานและคุณภาพการจัดงาน และการจัดตกแต่งสถานที่ภายในของธุรกิจอแกไนเซอร์ มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ เพิ่มความน่าเชื่อถือในการติดต่อใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และรูปแบบเทคนิคการวางแผนในการจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 3.86)

3.2 ความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อบริการของบริษัทคดีดี ทำดี แรงดี ออกแกใน เซอร์ จำกัดจำแนกตามงบประมาณในการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ จำแนกตามงบประมาณในการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	งบประมาณในการส่งเสริมการตลาด		
	ต่ำกว่า 200,000 บาท	200,000 บาท ขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ อาทิ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์ คัทเอาท์ ฯลฯ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายร่วมงาน	3.78 (มาก)	4.08 (มาก)	3.90 (มาก)
การออกแบบผลิตภัณฑ์ประชาสัมพันธ์ อาทิ สปอตวิทยุ สื่อประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์	3.44 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)	3.63 (มาก)
การประสานงานและเชิญดารานักร้อง/นักแสดง/ผู้มีชื่อเสียงมาร่วมเปิดงาน	3.61 (มาก)	3.83 (มาก)	3.70 (มาก)
การประสานงานและเชิญแขก/ลูกค้าขององค์กรเข้าร่วมงาน	3.72 (มาก)	3.83 (มาก)	3.77 (มาก)
การประสานงานและเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมทำข่าว	3.72 (มาก)	4.00 (มาก)	3.83 (มาก)
การสรุป/ตามเก็บข่าวสารเมื่อเสร็จงาน	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)	4.03 (มาก)
การจัดการและจัดเตรียมสถานที่ในการจัดงาน	4.06 (มาก)	4.08 (มาก)	4.07 (มาก)
การจัดการและจัดเตรียมของที่ระลึกสำหรับผู้ร่วมงาน	3.67 (มาก)	3.83 (มาก)	3.73 (มาก)
การจัดเตรียมกิจกรรมต่างๆ ให้ผู้ร่วมงานได้ร่วมสนุก	4.06 (มาก)	4.17 (มาก)	4.10 (มาก)
การจัดการพิธีกรดำเนินรายการ	4.11 (มาก)	4.33 (มาก)	4.20 (มาก)

ตารางที่ 25 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ จำแนกตามงบประมาณในการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	งบประมาณในการส่งเสริมการตลาด		
	ต่ำกว่า 200,000 บาท	200,000 บาท ขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การจัดการการแสดงโชว์ต่างๆ	4.00 (มาก)	4.17 (มาก)	4.07 (มาก)
ใช้บริการด้านการจัดออฟเพคต่างๆ เช่น พลุ เลเซอร์ ลูกโป่ง บอลลูน	3.78 (มาก)	4.00 (มาก)	3.87 (มาก)
การออกแบบจัดทำโครงสร้างติดตั้งบูท	3.94 (มาก)	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)
การจัดตกแต่งบูท/เวที/สถานที่บริเวณการจัดงาน	4.33 (มาก)	4.00 (มาก)	4.20 (มาก)
ถ่ายบันทึกเทป/วีดีโอ/บันทึกเสียง	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
จัดทำ Presentation ในการเปิดตัว	4.00 (มาก)	4.08 (มาก)	4.03 (มาก)
การจัดดำเนินรายการกิจกรรมตลอดงาน	4.39 (มาก)	3.92 (มาก)	4.20 (มาก)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม (แปลผล)	3.92 (มาก)	4.01 (มาก)	3.96 (มาก)

จากตารางที่ 25 พบว่าปัจจัยผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกงบประมาณในการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่งบประมาณในการส่งเสริมการตลาด ต่ำกว่า 200,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือการจัดดำเนินรายการกิจกรรมตลอดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.39) รองลงมา การจัดตกแต่งบูท/เวที/สถานที่บริเวณการจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.33) และการจัดหาพิธีกรดำเนินรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่งบประมาณในการส่งเสริมการตลาด 200,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ การจัดหาพิธีกรดำเนินรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมา การจัดเตรียมกิจกรรมต่างๆ ให้ผู้ร่วมงานได้ร่วมสนุก การจัดหาการแสดงโชว์ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.17) และการวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ อาทิ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ไปสเตอร์ คัทเอาท์ ฯลฯ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมาร่วมงาน การจัดหาและจัดเตรียมสถานที่ในการจัดงาน และจัดทำ Presentation ในการเปิดตัว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา จำแนกตามงบประมาณในการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านราคา	งบประมาณในการส่งเสริมการตลาด		
	ต่ำกว่า 200,000 บาท	200,000 บาท ขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
งบประมาณการจัดงาน	4.11 (มาก)	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)
ราคาที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของ องค์กร	4.39 (มาก)	3.92 (มาก)	4.20 (มาก)
มีเงื่อนไขในการชำระเงินแบ่งตามงวดราคาแต่ละงาน	4.22 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม (แปลผล)	4.24 (มาก)	3.92 (มาก)	4.11 (มาก)

จากตารางที่ 26 พบว่าปัจจัยราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกงบประมาณในการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่งบประมาณในการส่งเสริมการตลาด ต่ำกว่า 200,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือราคาที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.39) รองลงมา มีเงื่อนไขในการชำระเงินแบ่งตามงวดราคาแต่ละงาน (ค่าเฉลี่ย 4.22) และงบประมาณการจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่งบประมาณในการส่งเสริมการตลาด 200,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือมีเงื่อนไขในการชำระเงินแบ่งตามงวดราคาแต่ละงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา ราคาที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 3.92) และงบประมาณการจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย จำแนกตามงบประมาณในการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย	งบประมาณในการส่งเสริมการตลาด		
	ต่ำกว่า 200,000 บาท	200,000 บาท ขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนเข้าถึงง่าย	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์	4.56 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.43 (มาก)
สามารถติดต่อได้ทาง E-mail	4.78 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)
มีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มีให้	4.67 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวก	2.94 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม (แปลผล)	4.19 (มาก)	4.02 (มาก)	4.12 (มาก)

จากตารางที่ 27 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกงบประมาณในการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่งบประมาณในการส่งเสริมการตลาด ต่ำกว่า 200,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ที่สุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมากคือ สามารถ

ติดต่อได้ทาง E-mail (ค่าเฉลี่ย 4.78) รองลงมา มีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มีให้ (ค่าเฉลี่ย 4.67) และ ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่งบประมาณในการส่งเสริมการตลาด 200,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด คือสามารถติดต่อได้ทาง E-mail (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมา มีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ และมีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มีให้ (ค่าเฉลี่ย 4.25) และมีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนเข้าถึงง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามงบประมาณในการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	งบประมาณในการส่งเสริมการตลาด		
	ต่ำกว่า 200,000 บาท	200,000 บาท ขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการเผยแพร่ข่าวสารการจัดงานให้ลูกค้าอย่างทั่วถึง	3.83 (มาก)	3.75 (มาก)	3.80 (มาก)
มีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ	3.78 (มาก)	3.75 (มาก)	3.77 (มาก)
ช่วยลูกค้าในการประชาสัมพันธ์ในสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ป้ายคัทเอาท์ เป็นต้น	3.61 (มาก)	4.00 (มาก)	3.77 (มาก)
มีการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณภาพของสินค้าหรือบริการของบริษัทที่ได้มาตรฐานและน่าเชื่อถือ	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)	3.87 (มาก)
มีส่วนลด	3.61 (มาก)	3.58 (มาก)	3.60 (มาก)
มีของแถม	3.39 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม (แปลผล)	3.70 (มาก)	3.65 (มาก)	3.68 (มาก)

จากตารางที่ 28 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกงบประมาณในการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่งบประมาณในการส่งเสริมการตลาด ต่ำกว่า 200,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ มีการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณภาพของสินค้าหรือบริการของบริษัทที่ได้มาตรฐานและน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาเป็นการเผยแพร่ข่าวสารการจัดงานให้ลูกค้าอย่างทั่วถึง (ค่าเฉลี่ย 3.83) และมีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่งบประมาณในการส่งเสริมการตลาด 200,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ ช่วยลูกค้าในการประชาสัมพันธ์

ในสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ป้ายคัทเอาท์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา มีการเผยแพร่ข่าวสารการจัดงานให้ลูกค้าอย่างทั่วถึง และ มีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.75) และมีการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณภาพของสินค้าหรือบริการของบริษัทที่ได้มาตรฐานและน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.67)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย
ด้านบุคลากร จำแนกตามงบประมาณในการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านบุคลากร	งบประมาณในการส่งเสริมการตลาด		
	ต่ำกว่า 200,000 บาท	200,000 บาท ขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานมีกิริยามารยาท สุภาพ และอัธยาศัยที่ดี	4.39 (มาก)	4.25 (มาก)	4.33 (มาก)
พนักงานให้คำปรึกษาอย่างถูกต้องใช้ภาษาที่สุภาพ และเข้าใจง่าย	4.50 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.43 (มาก)
พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือวางใจได้	4.50 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	4.47 (มาก)
พนักงานมีความรู้ความสามารถ มีความชำนาญในวิชาชีพ และมีความสามารถในการให้บริการ	4.06 (มาก)	4.17 (มาก)	4.10 (มาก)
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.39 (มาก)	4.25 (มาก)	4.33 (มาก)
พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียม	4.33 (มาก)	4.33 (มาก)	4.33 (มาก)
จำนวนพนักงานมีเพียงพอกับการให้บริการ	4.22 (มาก)	3.75 (มาก)	4.03 (มาก)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม (แปลผล)	4.34 (มาก)	4.21 (มาก)	4.29 (มาก)

จากตารางที่ 29 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกงบประมาณในการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่งบประมาณในการส่งเสริมการตลาด ต่ำกว่า 200,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด คือพนักงานให้คำปรึกษาอย่างถูกต้องใช้ภาษาที่สุภาพ และเข้าใจง่าย และพนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือวางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมา พนักงานมีกิริยามารยาท สุภาพ และอัธยาศัยที่ดี และพนักงานมีความ

กระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.39) และพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียม (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่งบประมาณในการส่งเสริมการตลาด 200,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือพนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือวางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 4.42) รองลงมา พนักงานให้คำปรึกษาอย่างถูกต้องใช้ภาษาที่สุภาพ และเข้าใจง่าย และพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียม (ค่าเฉลี่ย 4.33) และพนักงานมีกิจกรรมขาย สุภาพ และอภัยซึ้งที่ดี และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามงบประมาณในการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	งบประมาณในการส่งเสริมการตลาด		
	ต่ำกว่า 200,000 บาท	200,000 บาท ขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีขั้นตอนการนำเสนอผลงานในห้องค์กรอย่างเป็นระบบมีมาตรฐาน	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)	3.90 (มาก)
ในกระบวนการทำงานได้ดำเนินงานต่างๆ ให้เป็นไปตามแผน ให้สำเร็จลุล่วงตรงตามที่เสนอแผนงานกับองค์กรไว้	3.94 (มาก)	4.17 (มาก)	4.03 (มาก)
มีการประเมินผลการจัดงานและสรุปข่าวสารทั้งหมดให้แก่องค์กร เมื่อดำเนินการจัดงานเสร็จสิ้น	4.17 (มาก)	4.00 (มาก)	4.10 (มาก)
มีความพร้อมในด้านต่างๆ เมื่อจัดงานทั้งอุปกรณ์ ทีมงาน ฯลฯ	4.17 (มาก)	4.08 (มาก)	4.13 (มาก)
มีบริการหลายรูปแบบให้ลูกค้าได้เลือกตามความพอใจ และงบประมาณ	4.06 (มาก)	4.25 (มาก)	4.13 (มาก)
มีกระบวนการในการควบคุมคุณภาพการให้บริการของทีมงานที่ให้บริการในวันจัดงาน	3.89 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม (แปลผล)	4.01 (มาก)	4.08 (มาก)	4.04 (มาก)

จากตารางที่ 30 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุก
งบประมาณในการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่งบประมาณในการส่งเสริมการตลาด ต่ำกว่า
200,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือมีการประเมินผล
การจัดงานและสรุปข่าวสารทั้งหมดให้แก่องค์กร เมื่อดำเนินการจัดงานเสร็จสิ้น และมีความพร้อม
ในด้านต่างๆ เมื่อจัดงานทั้งอุปกรณ์ ทีมงาน ฯลฯ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา มีบริการหลาย
รูปแบบให้ลูกค้าได้เลือกตามความพอใจ และงบประมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.06) และในกระบวนการ
ทำงานได้ดำเนินงานต่างๆ ให้เป็นไปตามแผน ให้สำเร็จลุล่วงตรงตามที่เสนอแผนงานกับองค์กรไว้
(ค่าเฉลี่ย 3.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่งบประมาณในการส่งเสริมการตลาด 200,000 บาทขึ้นไป มี
ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ มีบริการหลายรูปแบบให้ลูกค้า
ได้เลือกตามความพอใจ และงบประมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมา ในกระบวนการทำงานได้
ดำเนินงานต่างๆ ให้เป็นไปตามแผน ให้สำเร็จลุล่วงตรงตามที่เสนอแผนงานกับองค์กรไว้ (ค่าเฉลี่ย
4.17) และมีความพร้อมในด้านต่างๆ เมื่อจัดงานทั้งอุปกรณ์ ทีมงาน ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามงบประมาณในการส่งเสริม
การตลาด

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	งบประมาณในการส่งเสริมการตลาด		
	ต่ำกว่า 200,000 บาท	200,000 บาท ขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การจัดตกแต่งสถานที่ภายในของธุรกิจอแกในเซอร์ มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ เพิ่มความน่าเชื่อถือในการติดต่อใช้บริการ	3.89 (มาก)	3.83 (มาก)	3.87 (มาก)
มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัยควววงจร อาทิ ห้องบันทึกเสียง สตูดิโอสำหรับถ่ายทำและผลิตรายการ เป็นต้น	3.44 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
การแต่งกายของพนักงานเป็นเอกลักษณ์และมีความน่าเชื่อถือ	3.78 (มาก)	3.83 (มาก)	3.80 (มาก)
รูปแบบเทคนิคการวางแผนในการจัดงาน	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)	3.90 (มาก)
ความแตกต่างแปลกใหม่ในการสร้างสรรค์งาน	4.00 (มาก)	4.42 (มาก)	4.17 (มาก)
มาตรฐานและคุณภาพการจัดงาน	4.06 (มาก)	4.17 (มาก)	4.10 (มาก)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม (แปลผล)	3.83 (มาก)	3.93 (มาก)	3.87 (มาก)

จากตารางที่ 31 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกงบประมาณในการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่งบประมาณในการส่งเสริมการตลาดต่ำกว่า 200,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ มาตรฐานและคุณภาพการจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา ความแตกต่างแปลกใหม่ในการสร้างสรรค์งาน

(ค่าเฉลี่ย 4.00) และ การจัดตกแต่งสถานที่ภายในของธุรกิจอแกไนเซอร์ มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ เพิ่มความน่าเชื่อถือในการติดต่อใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งบประมาณในการส่งเสริมการตลาด 200,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือความแตกต่างแปลกใหม่ในการสร้างสรรค์งาน (ค่าเฉลี่ย 4.42) รองลงมา มาตรฐานและคุณภาพการจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.17) และรูปแบบเทคนิคการวางแผนในการจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.3 ความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อบริการของบริษัทที่ดี ทำดี แรงดี ออกแฉไนเซอร์ จำกัด จำแนกตามบริการที่ใช้

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
/บริการ จำแนกตามบริการที่ใช้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	บริการที่ใช้				
	Events Marketing & Road Show	Modeling	Graphic Design & Creativity	Advertising &PR &Strategic Planning	Multimedia & Light & Sound
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่อต่างๆ อาทิ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์ คัทเอาท์ ฯลฯ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมาร่วมงาน	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
การออกแบบผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ อาทิ สปอควิทยุ สื่อประชาสัมพันธ์ ทางโทรทัศน์	3.67 (มาก)	3.63 (มาก)	3.82 (มาก)	3.67 (มาก)	3.50 (มาก)
การประสานงานและเชิญคารา/ นักร้อง/นักแสดง/ผู้มีชื่อเสียงมาร่วม เปิดงาน	3.76 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	3.60 (มาก)	3.63 (มาก)
การประสานงานและเชิญแขก/ลูกค้า ขององค์กรเข้าร่วมงาน	3.90 (มาก)	3.63 (มาก)	3.91 (มาก)	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)
การประสานงานและเชิญสื่อมวลชน เข้าร่วมทำข่าว	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	3.87 (มาก)	4.00 (มาก)
การสรุป/ตามเก็บข่าวสารเมื่อเสร็จ งาน	4.10 (มาก)	4.13 (มาก)	4.18 (มาก)	3.93 (มาก)	4.13 (มาก)
การจัดการและจัดเตรียมสถานที่ในการ จัดงาน	4.19 (มาก)	4.13 (มาก)	4.09 (มาก)	4.13 (มาก)	4.38 (มาก)
การจัดการและจัดเตรียมของที่ระลึก สำหรับผู้ร่วมงาน	3.81 (มาก)	3.75 (มาก)	3.82 (มาก)	3.80 (มาก)	3.75 (มาก)

ตารางที่ 32 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์/บริการ จำแนกตามบริการที่ใช้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	บริการที่ใช้				
	Events Marketing & Road Show	Modeling	Graphic Design & Creativity	Advertising &PR &Strategic Planning	Multimedia & Light & Sound
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การจัดเตรียมกิจกรรมต่างๆ ให้ ผู้ร่วมงานได้ร่วมสนุก	4.19 (มาก)	4.38 (มาก)	4.27 (มาก)	4.13 (มาก)	4.13 (มาก)
การจัดหาพิธีกรดำเนินรายการ	4.38 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.36 (มาก)	4.27 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)
การจัดหาการแสดงโชว์ต่างๆ	4.29 (มาก)	4.25 (มาก)	4.09 (มาก)	4.07 (มาก)	4.13 (มาก)
ใช้บริการด้านการจัดเอฟเฟคต่างๆ เช่น พลุ เลเซอร์ ลูกโป่ง บอลลูก	3.95 (มาก)	3.63 (มาก)	4.18 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)
การออกแบบจัดทำโครงสร้าง ติดตั้งบูท	4.14 (มาก)	4.38 (มาก)	4.27 (มาก)	3.80 (มาก)	3.63 (มาก)
การจัดตกแต่งบูท/เวที/สถานที่ บริเวณการจัดงาน	4.38 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.27 (มาก)	4.13 (มาก)	4.25 (มาก)
ถ่ายบันทึกเทป/วิดีโอ/บันทึกเสียง	4.10 (มาก)	4.25 (มาก)	4.18 (มาก)	3.93 (มาก)	4.25 (มาก)
จัดทำ Presentation ในการเปิดตัว	4.19 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.27 (มาก)	3.87 (มาก)	3.88 (มาก)
การจัดดำเนินรายการกิจกรรม ตลอดงาน	4.24 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.27 (มาก)	4.13 (มาก)	4.38 (มาก)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม (แปลผล)	4.08 (มาก)	4.12 (มาก)	4.12 (มาก)	3.95 (มาก)	4.04 (มาก)

จากตารางที่ 32 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกบริการที่ใช้มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ ด้านการตลาดเชิงกิจกรรม (Events Marketing) และการจัดกิจกรรมการตลาดต่อเนื่องในพื้นที่ขาย (Road Show) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ การจัดหาพิธีกรดำเนินรายการ และการจัดตกแต่งบูท/เวที/สถานที่บริเวณการจัดงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมาคือ การจัดหาการแสดงโชว์ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.29) และการจัดดำเนินรายการกิจกรรมตลอดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ กิจกรรมคัดเลือกจัดหา พิธีกร นักแสดง ผู้นำเสนอสินค้า (Modeling) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การจัดหาพิธีกรดำเนินรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.75) รองลงมาคือ จัดทำ Presentation ในการเปิดตัว (ค่าเฉลี่ย 4.63) และการจัดตกแต่งบูท/เวที/สถานที่บริเวณการจัดงาน การจัดดำเนินรายการกิจกรรมตลอดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ การออกแบบกราฟฟิก (Graphic Design) และความคิดสร้างสรรค์ผลงาน (Creativity) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ การจัดหาพิธีกรดำเนินรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาคือ การจัดเตรียมกิจกรรมต่างๆ ให้ผู้ร่วมงานได้ร่วมสนุก การออกแบบจัดทำโครงสร้างติดตั้งบูท การจัดตกแต่งบูท/เวที/สถานที่บริเวณการจัดงาน จัดทำ Presentation ในการเปิดตัว การจัดดำเนินรายการกิจกรรมตลอดงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.27) และการสรุป/ตามเก็บข่าวสารเมื่อเสร็จงาน ใช้บริการด้านการจัดเอฟเฟกต์ต่างๆ เช่น พลุ เลเซอร์ ลูกโป่ง บอลลูกน ถ่ายบันทึกเทป/วิดีโอ/บันทึกลีซิง (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ การโฆษณา (Advertising) และการประชาสัมพันธ์ (Public relation) และการวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ การจัดหาพิธีกรดำเนินรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมาคือ การจัดเตรียมกิจกรรมต่างๆ ให้ผู้ร่วมงานได้ร่วมสนุก การจัดเตรียมกิจกรรมต่างๆ ให้ผู้ร่วมงานได้ร่วมสนุก การจัดตกแต่งบูท/เวที/สถานที่บริเวณการจัดงาน การจัดดำเนินรายการกิจกรรมตลอดงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.13) และการจัดหาการแสดงโชว์ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ สื่อรวมของเสียง กราฟฟิกและ วิดีโอ (Multimedia) และ ระบบแสง สี เสียง (Light & Sound) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การจัดหาพิธีกรดำเนินรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.63) รองลงมา มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก คือ การจัดหาและจัดเตรียมสถานที่ในการจัดงาน การจัดหาและ

จัดเตรียมสถานที่ในการจัดงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.38) และการจัดตกแต่งบูท/เวที/สถานที่บริเวณ
การจัดงาน ถ่ายบันทึกเทป/วิดีโอ/บันทึกเสียง (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา
จำแนกตามบริการที่ใช้

ปัจจัยด้านราคา	บริการที่ใช้				
	Events Marketing & Road Show	Modeling	Graphic Design & Creativity	Advertising & PR & Strategic Planning	Multimedia & Light & Sound
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
งบประมาณการจัดงาน	4.05 (มาก)	4.13 (มาก)	3.82 (มาก)	3.87 (มาก)	3.88 (มาก)
ราคาที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตาม ความต้องการขององค์กร	4.24 (มาก)	4.25 (มาก)	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)	4.25 (มาก)
มีเงื่อนไขในการชำระเงินแบ่งตามงวด ราคาแต่ละงาน	4.29 (มาก)	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม (แปลผล)	4.19 (มาก)	4.21 (มาก)	3.97 (มาก)	3.93 (มาก)	4.04 (มาก)

จากตารางที่ 33 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกบริการที่ใช้มีความพึง
พอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ ด้านการตลาดเชิงกิจกรรม
(Events Marketing) และ การจัดกิจกรรมการตลาดต่อเนื่องในพื้นที่ขาย (Road Show) มีความพึง
พอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ มีเงื่อนไขในการชำระเงินแบ่งตามงวด
ราคาแต่ละงาน (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมาคือ ราคาที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการ
ขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.24) และงบประมาณการจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ กิจกรรมคัดเลือกจัดหา พิธีกร นักแสดง ผู้นำเสนอ
สินค้า (Modeling) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ ราคาที่

ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการขององค์กร ราคาที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการขององค์กร เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาคือ งบประมาณการจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ การออกแบบกราฟฟิก (Graphic Design) และความคิดสร้างสรรค์ผลงาน (Creativity) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ ราคาที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา มีเงื่อนไขในการชำระเงินแบ่งตามงวดราคาแต่ละงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) และงบประมาณการจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ การโฆษณา (Advertising) และการประชาสัมพันธ์ (Public relation) และ การวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ ราคาที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา มีเงื่อนไขในการชำระเงินแบ่งตามงวดราคาแต่ละงาน (ค่าเฉลี่ย 3.93) และ งบประมาณการจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ สื่อรวมของเสียง กราฟฟิกและ วิดีโอ (Multimedia) และระบบแสง สี เสียง (Light & Sound) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ ราคาที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาคือ มีเงื่อนไขในการชำระเงินแบ่งตามงวดราคาแต่ละงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) และงบประมาณการจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่
จัดจำหน่าย จำแนกตามบริการที่ใช้

ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย	บริการที่ใช้				
	Events Marketing & Road Show	Modeling	Graphic Design & Creativity	Advertising &PR &Strategic Planning	Multimedia & Light & Sound
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนเข้าถึง ง่าย	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
ความสะดวกในการติดต่อทาง โทรศัพท์	4.48 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)	4.40 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)
สามารถติดต่อได้ทาง E-mail	4.71 (มากที่สุด)	4.88 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)
มีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการ และบริการที่มีให้	4.67 (มากที่สุด)	4.88 (มากที่สุด)	4.27 (มาก)	4.40 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)
มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวก	3.10 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.38 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม (แปลผล)	4.19 (มาก)	4.15 (มาก)	4.15 (มาก)	4.09 (มาก)	4.08 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกบริการที่
ใช้มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ ด้านการตลาดเชิงกิจกรรม (Events
Marketing) และการจัดกิจกรรมการตลาดต่อเนื่องในพื้นที่ขาย (Road Show) มีความพึงพอใจมี
ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด คือ สามารถติดต่อได้ทาง E-mail (ค่าเฉลี่ย
4.71) รองลงมาคือ มีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มีให้ (ค่าเฉลี่ย 4.67) และมีความพึง
พอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก คือ ความสะดวกในการติดต่อทาง โทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.48)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ กิจกรรมคัดเลือกจัดหา พิธีกร นักแสดง ผู้นำเสนอ
สินค้า (Modeling) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด คือ
สามารถติดต่อได้ทาง E-mail มีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มีให้ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย

4.88) รองลงมาคือ ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.50) และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดคือ มีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนเข้าถึงง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ การออกแบบกราฟฟิก (Graphic Design) และความคิดสร้างสรรค์ผลงาน (Creativity) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุดคือ สามารถติดต่อได้ทาง E-mail (ค่าเฉลี่ย 4.64) รองลงมา มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดคือ ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.45) และมีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มีให้ (ค่าเฉลี่ย 4.27)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ การโฆษณา (Advertising) และการประชาสัมพันธ์ (Public relation) และการวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุดคือ สามารถติดต่อได้ทาง E-mail (ค่าเฉลี่ย 4.67) รองลงมา มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดคือ ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ มีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มีให้ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.40) และมีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนเข้าถึงง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ สื่อรวมของเสียง กราฟฟิกและ วีดีโอ (Multimedia) และระบบแสง สี เสียง (Light & Sound) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุดคือ สามารถติดต่อได้ทาง E-mail (ค่าเฉลี่ย 4.75) รองลงมาคือ ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ มีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มีให้ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.63) และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดคือ มีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนเข้าถึงง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามบริการที่ใช้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	บริการที่ใช้				
	Events Marketing & Road Show	Modeling	Graphic Design & Creativity	Advertising & PR & Strategic Planning	Multimedia & Light & Sound
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการเผยแพร่ข่าวสารการจัดงานให้ลูกค้าอย่างทั่วถึง	3.95 (มาก)	4.00 (มาก)	3.82 (มาก)	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)
มีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ	3.90 (มาก)	3.75 (มาก)	3.73 (มาก)	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)
ช่วยลูกค้าในการประชาสัมพันธ์ในสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ป้ายคัทเอ้าท์ เป็นต้น	3.86 (มาก)	3.63 (มาก)	3.82 (มาก)	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)
มีการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณภาพของสินค้าหรือบริการของบริษัทที่ได้มาตรฐานและน่าเชื่อถือ	3.90 (มาก)	3.75 (มาก)	3.55 (มาก)	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)
มีส่วนลด	3.57 (มาก)	3.63 (มาก)	3.55 (มาก)	3.60 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)
มีของแถม	3.24 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม (แปลผล)	3.74 (มาก)	3.67 (มาก)	3.59 (มาก)	3.69 (มาก)	3.65 (มาก)

จากตารางที่ 35 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกบริการที่ใช้มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ ด้านการตลาดเชิงกิจกรรม (Events Marketing) และ การจัดกิจกรรมการตลาดต่อเนื่องในพื้นที่ขาย (Road Show) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ มีการเผยแพร่ข่าวสารการจัดงานให้ลูกค้าอย่าง

ทั่วถึง (ค่าเฉลี่ย 3.95) รองลงมาคือมีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ และมีการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณภาพของสินค้าหรือบริการของบริษัทที่ได้มาตรฐานและน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.90) และช่วยลูกค้าในการประชาสัมพันธ์ในสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ป้ายคัทเอาท์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ กิจกรรมคัดเลือกจัดหา พิธีกร นักแสดง ผู้นำเสนอ สินค้า (Modeling) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือมีการเผยแพร่ข่าวสารการจัดงานให้ลูกค้าอย่างทั่วถึง (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือ มีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ และ มีการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณภาพของสินค้าหรือบริการของบริษัทที่ได้มาตรฐานและน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.75) และช่วยลูกค้าในการประชาสัมพันธ์ในสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ป้ายคัทเอาท์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ การออกแบบกราฟฟิก (Graphic Design) และ ความคิดสร้างสรรค์ผลงาน (Creativity) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ มีการเผยแพร่ข่าวสารการจัดงานให้ลูกค้าอย่างทั่วถึง และช่วยลูกค้าในการประชาสัมพันธ์ในสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ป้ายคัทเอาท์ เป็นต้น เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมา คือมีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.73) และมีการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณภาพของสินค้าหรือบริการของบริษัทที่ได้มาตรฐานและน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ การโฆษณา (Advertising) และการประชาสัมพันธ์ (Public relation) และ การวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือช่วยลูกค้าในการประชาสัมพันธ์ในสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ป้ายคัทเอาท์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.93) รองลงมาคือ ช่วยลูกค้าในการประชาสัมพันธ์ในสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ป้ายคัทเอาท์ เป็นต้น และมีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ และมีการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณภาพของสินค้าหรือบริการของบริษัทที่ได้มาตรฐานและน่าเชื่อถือ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.80) และมีส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ สื่อรวมของเสียง กราฟฟิกและ วิดีโอ (Multimedia) และระบบแสง สี เสียง (Light & Sound) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือช่วยลูกค้าในการประชาสัมพันธ์ในสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ป้ายคัทเอาท์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา มีการเผยแพร่ข่าวสารการจัดงานให้ลูกค้าอย่างทั่วถึง และมีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ และมีการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณภาพของสินค้าหรือบริการของบริษัทที่ได้มาตรฐานและน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร
จำแนกตามบริการที่ใช้

ปัจจัยด้านบุคลากร	บริการที่ใช้				
	Events Marketing & Road Show	Modeling	Graphic Design & Creativity	Advertising &PR &Strategic Planning	Multimedia & Light & Sound
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานมีกิจกรรมารยาท สุภาพและ อัธยาศัยที่ดี	4.33 (มาก)	4.38 (มาก)	4.27 (มาก)	4.20 (มาก)	4.13 (มาก)
พนักงานให้คำปรึกษาอย่างถูกต้องใช้ ภาษาที่สุภาพ และเข้าใจง่าย	4.38 (มาก)	4.38 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ วางใจได้	4.48 (มาก)	4.38 (มาก)	4.45 (มาก)	4.40 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
พนักงานมีความรู้ความสามารถ มี ความชำนาญในวิชาชีพ และม ีความสามารถในการให้บริการ	4.05 (มาก)	3.88 (มาก)	4.09 (มาก)	4.27 (มาก)	4.25 (มาก)
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการ ให้บริการ	4.38 (มาก)	4.38 (มาก)	4.27 (มาก)	4.27 (มาก)	4.25 (มาก)
พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่า เทียม	4.38 (มาก)	4.25 (มาก)	4.27 (มาก)	4.33 (มาก)	4.38 (มาก)
จำนวนพนักงานมีเพียงพอกับการ ให้บริการ	4.10 (มาก)	4.25 (มาก)	3.82 (มาก)	4.00 (มาก)	4.25 (มาก)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม (แปลผล)	4.30 (มาก)	4.27 (มาก)	4.25 (มาก)	4.28 (มาก)	4.32 (มาก)

จากตารางที่ 36 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกบริการที่ใช้มีความ
พึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ ด้านการตลาดเชิงกิจกรรม
(Events Marketing) และ การจัดกิจกรรมการตลาดต่อเนื่องในพื้นที่ขาย (Road Show) มีความพึง
พอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือวางใจ

ได้ (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาคือ พนักงานให้คำปรึกษาอย่างถูกต้องใช้ภาษาที่สุภาพ และเข้าใจง่าย พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.38) และพนักงานมีกิจกรรมขายภาพ และอรรถาธิบายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ กิจกรรมคัดเลือกจัดหา พิธีกร นักแสดง ผู้นำเสนอ สินค้า (Modeling) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานมีกิจกรรมขายภาพ สุภาพ และอรรถาธิบายที่ดี พนักงานให้คำปรึกษาอย่างถูกต้องใช้ภาษาที่สุภาพ และเข้าใจง่าย พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมาคือ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียม จำนวนพนักงานมีเพียงพอกับการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.25) และจำนวนพนักงานมีเพียงพอกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ การออกแบบกราฟฟิก (Graphic Design) และความคิดสร้างสรรค์ผลงาน (Creativity) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานให้คำปรึกษาอย่างถูกต้องใช้ภาษาที่สุภาพ และเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.55) รองลงมามีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก คือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือวางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 4.45) และพนักงานมีกิจกรรมขายภาพ สุภาพ และอรรถาธิบายที่ดี พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.27)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ การโฆษณา (Advertising) และการประชาสัมพันธ์ (Public relation) และ การวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานให้คำปรึกษาอย่างถูกต้องใช้ภาษาที่สุภาพ และเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.47) รองลงมาคือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือวางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 4.40) และพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียม (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ สื่อรวมของเสียง กราฟฟิกและ วีดีโอ (Multimedia) และระบบแสง สี เสียง (Light & Sound) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานให้คำปรึกษาอย่างถูกต้องใช้ภาษาที่สุภาพ และเข้าใจง่าย พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือวางใจได้ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมามีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก คือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือวางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 4.38) และพนักงานมีความรู้ความสามารถ มีความชำนาญในวิชาชีพ และมีความสามารถในการให้บริการ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ จำนวนพนักงานมีเพียงพอกับการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน
กระบวนการให้บริการ จำแนกตามบริการที่ใช้

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	บริการที่ใช้				
	Events Marketing & Road Show	Modeling	Graphic Design & Creativity	Advertising &PR &Strategic Planning	Multimedia & Light & Sound
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีขั้นตอนการนำเสนอผลงานให้องค์กรอย่างเป็นระบบมีมาตรฐาน	3.86 (มาก)	3.75 (มาก)	4.09 (มาก)	4.13 (มาก)	3.88 (มาก)
ในกระบวนการทำงานได้ดำเนินงานต่างๆ ให้เป็นไปตามแผน ให้สำเร็จ ลุล่วงตรงตามที่เสนอแผนงานกับองค์กรไว้	3.95 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	4.33 (มาก)	4.13 (มาก)
มีการประเมินผลการจัดงานและสรุปข่าวสารทั้งหมดให้แก่องค์กร เมื่อดำเนินการจัดงานเสร็จสิ้น	4.05 (มาก)	3.75 (มาก)	4.09 (มาก)	4.20 (มาก)	3.88 (มาก)
มีความพร้อมในด้านต่างๆ เมื่อจัดงาน ทั้งอุปกรณ์ ทีมงาน ฯลฯ	4.10 (มาก)	4.13 (มาก)	4.09 (มาก)	4.27 (มาก)	4.13 (มาก)
มีบริการหลายรูปแบบให้ลูกค้าได้เลือกตามความพอใจ และงบประมาณ	4.00 (มาก)	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)	4.27 (มาก)	4.00 (มาก)
มีกระบวนการในการควบคุมคุณภาพการให้บริการของทีมงานที่ให้บริการในวันจัดงาน	3.86 (มาก)	3.75 (มาก)	3.82 (มาก)	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม (แปลผล)	3.97 (มาก)	3.92 (มาก)	4.02 (มาก)	4.22 (มาก)	4.00 (มาก)

จากตารางที่ 37 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุก
บริการที่ใช้มีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ ด้านการตลาดเชิงกิจกรรม (Events Marketing) และการจัดกิจกรรมการตลาดต่อเนื่องในพื้นที่ขาย (Road Show) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ มีความพร้อมในด้านต่างๆ เมื่อจัดงานทั้งอุปกรณ์

ทีมงาน ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมาคือ มีการประเมินผลการจัดงานและสรุปข่าวสารทั้งหมดให้แก่
องค์กร เมื่อดำเนินการจัดงานเสร็จสิ้น (ค่าเฉลี่ย 4.05) และมีบริการหลายรูปแบบให้ลูกค้าได้เลือกตาม
ความพอใจ และงบประมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ กิจกรรมคัดเลือกจัดหา พิธีกร นักแสดง ผู้นำเสนอ
สินค้า (Modeling) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ มีบริการ
หลายรูปแบบให้ลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาคือ มีความพร้อมในด้านต่างๆ เมื่อจัดงานทั้ง
อุปกรณ์ ทีมงาน ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 4.13) และในกระบวนการทำงานได้ดำเนินงานต่างๆ ให้เป็นไปตาม
แผน ให้สำเร็จลุล่วงตรงตามที่เสนอแผนงานกับองค์กรไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ การออกแบบกราฟฟิก (Graphic Design) และ
ความคิดสร้างสรรค์ผลงาน (Creativity) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับ
มาก คือ มีขั้นตอนการนำเสนอผลงานให้องค์กรอย่างเป็นระบบมีมาตรฐาน มีการประเมินผลการจัด
งานและสรุปข่าวสารทั้งหมดให้แก่องค์กร เมื่อดำเนินการจัดงานเสร็จสิ้น มีความพร้อมในด้านต่างๆ
เมื่อจัดงานทั้งอุปกรณ์ ทีมงาน ฯลฯ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมาคือ ในกระบวนการทำงานได้
ดำเนินงานต่างๆ ให้เป็นไปตามแผน ให้สำเร็จลุล่วงตรงตามที่เสนอแผนงานกับองค์กรไว้ มีบริการ
หลายรูปแบบให้ลูกค้าได้เลือกตามความพอใจ และงบประมาณ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) และมี
กระบวนการในการควบคุมคุณภาพการให้บริการของทีมงานที่ให้บริการในวันจัดงาน (ค่าเฉลี่ย
3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ การโฆษณา (Advertising) และการประชาสัมพันธ์
(Public relation) และ การวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3
ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ ในกระบวนการทำงานได้ดำเนินงานต่างๆ ให้เป็นไปตามแผน ให้
สำเร็จลุล่วงตรงตามที่เสนอแผนงานกับองค์กรไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมาคือ มีความพร้อมในด้าน
ต่างๆ มีบริการหลายรูปแบบให้ลูกค้าได้เลือกตามความพอใจ และงบประมาณ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย
4.27) และมีการประเมินผลการจัดงานและสรุปข่าวสารทั้งหมดให้แก่องค์กร เมื่อดำเนินการจัดงาน
เสร็จสิ้น (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ สื่อรวมของเสียง กราฟฟิกและ วิดีโอ (Multimedia)
และระบบแสง สี เสียง (Light & Sound) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับ
มาก คือ ในกระบวนการทำงานได้ดำเนินงานต่างๆ ให้เป็นไปตามแผน ให้สำเร็จลุล่วงตรงตามที่
เสนอแผนงานกับองค์กรไว้ มีความพร้อมในด้านต่างๆ เมื่อจัดงานทั้งอุปกรณ์ ทีมงาน ฯลฯ เท่ากัน
(ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาคือ มีบริการหลายรูปแบบให้ลูกค้าได้เลือกตามความพอใจ และ
งบประมาณ มีกระบวนการในการควบคุมคุณภาพการให้บริการของทีมงานที่ให้บริการในวันจัด

งาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) และมีขั้นตอนการนำเสนอผลงานให้องค์กรอย่างเป็นระบบมีมาตรฐาน มีการประเมินผลการจัดงานและสรุปข่าวสารทั้งหมดให้แก่องค์กร เมื่อดำเนินการจัดงานเสร็จสิ้น เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามบริการที่ใช้

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	บริการที่ใช้				
	Events Marketing & Road Show	Modeling	Graphic Design & Creativity	Advertising &PR &Strategic Planning	Multimedia & Light & Sound
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การจัดตกแต่งสถานที่ภายในของ ธุรกิจอแกในเซอร์ มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ เพิ่มความน่าเชื่อถือใน การติดต่อใช้บริการ	3.81 (มาก)	3.88 (มาก)	3.91 (มาก)	3.87 (มาก)	3.75 (มาก)
มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการ ที่ทันสมัยครบวงจร อาทิ ห้อง บันทึกเสียง สตูดิโอสำหรับถ่ายทำ และผลิตรายการ เป็นต้น	3.52 (มาก)	3.50 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
การแต่งกายของพนักงานเป็น เอกลักษณ์และมีความน่าเชื่อถือ	3.86 (มาก)	3.88 (มาก)	3.82 (มาก)	3.73 (มาก)	3.63 (มาก)
รูปแบบเทคนิคการวางแผนในการจัด งาน	3.86 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	4.07 (มาก)	3.88 (มาก)
ความแตกต่างแปลกใหม่ในการ สร้างสรรค์งาน	4.19 (มาก)	4.38 (มาก)	4.09 (มาก)	4.33 (มาก)	4.13 (มาก)
มาตรฐานและคุณภาพการจัดงาน	4.05 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	4.20 (มาก)	4.13 (มาก)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม (แปลผล)	3.88 (มาก)	3.88 (มาก)	3.88 (มาก)	3.93 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 38 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกบริการที่ใช้มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ ด้านการตลาดเชิงกิจกรรม (Events Marketing) และ การจัดกิจกรรมการตลาดต่อเนื่องในพื้นที่ขาย (Road Show) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ ความแตกต่างแปลกใหม่ในการสร้างสรรค์งาน (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมาคือ มาตรฐานและคุณภาพการจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.05) และการแต่งกายของพนักงานเป็นเอกลักษณ์และมีความน่าเชื่อถือ รูปแบบเทคนิคการวางแผนในการจัดงาน เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ กิจกรรมคัดเลือกจัดหา พิธีกร นักแสดง ผู้นำเสนอสินค้า (Modeling) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ ความแตกต่างแปลกใหม่ในการสร้างสรรค์งาน (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมาคือ การจัดตกแต่งสถานที่ภายในของธุรกิจอเนกในเซอร์ มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ เพิ่มความน่าเชื่อถือในการติดต่อใช้บริการ การแต่งกายของพนักงานเป็นเอกลักษณ์และมีความน่าเชื่อถือ มาตรฐานและคุณภาพการจัดงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ การออกแบบกราฟฟิก (Graphic Design) และ ความคิดสร้างสรรค์ผลงาน (Creativity) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ ความแตกต่างแปลกใหม่ในการสร้างสรรค์งาน (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมาคือ รูปแบบเทคนิคการวางแผนในการจัดงาน มาตรฐานและคุณภาพการจัดงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) และการจัดตกแต่งสถานที่ภายในของธุรกิจอเนกในเซอร์ มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ เพิ่มความน่าเชื่อถือในการติดต่อใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ การโฆษณา (Advertising) และการประชาสัมพันธ์ (Public relation) และ การวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ ความแตกต่างแปลกใหม่ในการสร้างสรรค์งาน (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมาคือ มาตรฐานและคุณภาพการจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.20) และรูปแบบเทคนิคการวางแผนในการจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ สื่อรวมของเสียง กราฟฟิกและวิดีโอ (Multimedia) และระบบแสง สี เสียง (Light & Sound) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกซึ่งอยู่ในระดับมากคือ ความแตกต่างแปลกใหม่ในการสร้างสรรค์งาน มาตรฐานและคุณภาพการจัดงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาคือ รูปแบบเทคนิคการวางแผนในการจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 3.88) และการจัดตกแต่งสถานที่ภายในของธุรกิจอเนกในเซอร์ มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ เพิ่มความน่าเชื่อถือในการติดต่อใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

3.1 ปัญหาที่ลูกค้าธุรกิจพบ

- สถานที่จัดงานค่อนข้างแคบทำให้ผู้คนเข้าร่วมงานไม่สะดวกในการเยี่ยมชมบูทมีลูกค้ามาชมและชิมเครื่องดื่มมากทำให้บางครั้งมีการบริการลูกค้าอย่างไม่ทั่วถึง (1 คน) ด้านการตลาดเชิงกิจกรรม (Events Marketing), กิจกรรมคัดเลือกจัดหา พิธีกร นักแสดง ผู้นำเสนอสินค้า (Modeling) การออกแบบกราฟฟิก (Graphic Design) การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public relation) การจัดกิจกรรมการตลาดต่อเนื่องในพื้นที่ขาย (Road Show) ความคิดสร้างสรรค์ผลงาน (Creativity)
- การเดินทางไปสร้างโรงเรียนไม่ค่อยสะดวก การดำเนินการสร้างสภาพอากาศแปรปรวนทำให้งานดำเนินไปช้า แต่ชาวบ้านให้ความช่วยเหลือร่วมมือเป็นอย่างดี (1 คน) การออกแบบกราฟฟิก (Graphic Design) การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public relation), การจัดกิจกรรมการตลาดต่อเนื่องในพื้นที่ขาย (Road Show)
- อาจจะมีการผิดพลาดทางการสื่อสารของทีมงานบ้างแต่โดยรวมก็น่าพึงพอใจ (1 คน) ด้านการตลาดเชิงกิจกรรม (Events Marketing)
- อุปกรณ์การสื่อสารของพนักงานในวันงานมีไม่เพียงพอ (1 คน) ด้านการตลาดเชิงกิจกรรม (Events Marketing)
- ระบบเครื่องรูดการ์ด บัตรเครดิต มีปัญหาหลายร้าน (1 คน) การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public relation)
- พนักงานแคชเชียร์ขาดความสามารถในการให้บริการ (1 คน) การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public relation)
- เวลาเปิด – ปิด ไม่ตรงเวลา (1 คน) การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public relation)
- ร้านบางร้านอยู่ไกลจากตัวเมือง ทำให้เดินทางไม่สะดวก (1 คน) การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public relation)
- ความล่าช้าที่เกิดจากการประเมินผิดพลาดจากเทศบาล (1 คน) การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public relation)
- การส่งมอบ CD หลังจากเสร็จงานแล้วจัดส่งให้ช้ามาก (1 คน) การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public relation), กิจกรรมคัดเลือกจัดหา พิธีกร นักแสดง ผู้นำเสนอสินค้า (Modeling)

- ทีมงานขาดประสบการณ์ในการทำงานเกี่ยวกับ กิจกรรม การจัดกิจกรรมการตลาด ต่อเนื่องในพื้นที่ขาย (Road Show) ทำให้การทำงานในช่วงแรกไม่ราบรื่น (1 คน) การจัดกิจกรรมการตลาดต่อเนื่องในพื้นที่ขาย (Road Show)

- ไม่มีการแบ่งแยกหน้าที่กันอย่างชัดเจน ทำให้มีการก้าวท้าวหน้าที่และลืมนหน้าที่ (1 คน) การจัดกิจกรรมการตลาดต่อเนื่องในพื้นที่ขาย (Road Show)

- การออกแบบทางกราฟฟิค และการดำเนินการจริงมีความแตกต่างจากแบบที่ได้ตกลงไว้ (1 คน) Graphic Design, ด้านการตลาดเชิงกิจกรรม (Events Marketing)

- การดำเนินงานมีความล่าช้า (1 คน) การออกแบบกราฟฟิค (Graphic Design), ด้านการตลาดเชิงกิจกรรม (Events Marketing)

- การดำเนินงานในช่วงแรกค่อนข้างไม่ราบรื่นมากนัก (1 คน) การออกแบบกราฟฟิค (Graphic Design), ด้านการตลาดเชิงกิจกรรม (Events Marketing)

- เนื่องจากวันจัดกิจกรรมมีผู้เข้าร่วมงานจำนวนมาก พร้อมทั้งมีตารางโชว์ตัว ทำให้งานมีความวุ่นวาย ในเฉพาะช่วงทำกิจกรรมร่วมกับคารา (1 คน) (Events Marketing)

- การประสานงานกับเด็กที่ลงพื้นที่งานเพื่อเช็คเวลาเข้างานนั้นติดต่อยากและเมื่อเวลา มีเด็กลาหรือขาดในวันทำงานยังไม่มีเด็กสำรองทำงานแทนทำให้งานต้องขยายเวลาและล่าช้า (1 คน) การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public relation)

- ขาดการติดต่อกับซัพพลายเออร์ ฝ่ายผลิตอุปกรณ์อย่างสม่ำเสมอทำให้งานล่าช้า และ ติดตั้งอุปกรณ์ล่าช้าเกินเวลาที่กำหนดทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจ (1 คน) ด้านการตลาดเชิง กิจกรรม (Events Marketing), กิจกรรมคัดเลือกจัดหา พิธีกร นักแสดง ผู้นำเสนอสินค้า (Modeling), การออกแบบกราฟฟิค (Graphic Design), ความคิดสร้างสรรค์ผลงาน (Creativity)

- ซัพพลายเออร์ขาดประสบการณ์ และเครื่องมืออุปกรณ์ทำให้ชิ้นงานไม่เรียบร้อย ไม่ตรงตามแบบและล่าช้า (1 คน) (Events Marketing)

- การจัดกิจกรรมการตลาดต่อเนื่องในพื้นที่ขาย (Road Show)

3.2 ข้อเสนอแนะของลูกจ้างธุรกิจที่ต้องการให้ทางบริษัทฯ ปรับปรุง

- ควร มีพนักงานบริการลูกค้าเพิ่มเพื่อให้บริการลูกค้าได้อย่างสะดวกและทั่วถึง (1 คน)

- ทางบริษัทควรศึกษาเส้นทางเดินที่สะดวกสบายไม่ลำบากถ้าเป็นไปได้และควร เตรียมอุปกรณ์ให้เป็นที่ไปอย่างรวดเร็ว (1 คน)

- ควรจะมีการสื่อสารกันให้เป็นที่แน่นอนก่อนและให้ชัดเจนกว่านี้ (1 คน)

- งานมีความคิดสร้างสรรค์ดีเยี่ยม (1 คน)

- พนักงานบริการดี เป็นกันเอง (1 คน)
- ทีมงาน set งานดีตรงตามแบบที่ส่งให้ลูกค้า (1 คน)
- น่าจะมีการสื่อสารและติดต่อที่ชัดเจน (1 คน)
- ทางบริษัทมีการให้บริการที่ดี และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการและมีการแก้ไขได้คืออยู่แล้ว แต่ควรปรับปรุงเรื่องระยะเวลาการให้บริการให้เสร็จสิ้นตามกำหนด (1 คน)
- ควรมีการติดตามตรวจเช็คทางเทศบาลอยู่บ่อยครั้ง (1 คน)
- ควรมีการร่างสรุปแผนงานหลังจากเสร็จแล้ว เพื่อทางลูกค้าจะได้ทราบวันแน่ชัดจะได้รับ CD งาน (1 คน)
- ควรมีการศึกษารูปแบบงาน การดำเนินการก่อนการทำงานจริงให้ทราบถึงองค์ประกอบและวิธีการดำเนินงาน และควรมีการแบ่งหน้าที่ของบุคลากรทุกคนอย่างชัดเจน เพื่อให้ราบรื่น และสำเร็จลุล่วงด้วยดี (1 คน)
- ควรมีการออกแบบและการดำเนินงานให้ออกมาในรูปแบบเดียวกัน และใช้เวลาการดำเนินงานให้กระชับฉับไวกว่านี้ (1 คน)
- ควรหาสถาปนิกไปควบคุมผู้เข้าร่วมงานให้เพียงพอ เพื่อไม่ให้เกิดความวุ่นวาย และควบคุมไว้ได้ (1 คน)
- จัดเตรียมเด็กสำรองในการลงพื้นที่ทำงาน เพื่อสะดวกเวลาที่เด็กขาดงานและทำงานไม่ล่าช้า (1 คน)
- ควรมีการติดต่อ ติดตามงาน ความคืบหน้าจากซัพพลายเออร์ อย่างสม่ำเสมอและควรมีการดำเนินงานตรงตามเวลา และทำงานให้ตรงตามข้อตกลงทั้งเรื่อง อุปกรณ์ และเวลา (1 คน)