

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ บริษัท สีสันเอเจนซี่ จำกัด

Customer Satisfaction Towards Services Marketing Mix of

Season Agency Company Limited

มัสถุณ จิรัฐติพงษ์* และโรจนา ธรรมจินดา**

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ บริษัท สีสันเอเจนซี่ จำกัด

ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 30 – 39 ปี ตำแหน่งผู้จัดการหรือพนักงานฝ่ายการตลาด ประกอบธุรกิจในกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์ตกแต่ง รู้จักบริษัท สีสัน เอเจนซี่ จำกัด จากพนักงานของบริษัท สีสัน เอเจนซี่ จำกัด เข้ามาติดต่อ เคยใช้บริการงานป้ายขนาดเล็ก งบประมาณโดยเฉลี่ย 100,001 – 300,000 บาท ความถี่ในการใช้บริการต่อปี 2– 4 ครั้ง เคยใช้บริการบริษัทสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ รายอื่น เคยใช้บริการ จากบริษัท ดนตรีสีสัน จำกัด มากที่สุด รองลงมาคือ บริษัท Studio Indeed Creation จะใช้บริการจากบริษัท สีสัน เอเจนซี่ จำกัด ในการทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมทางการตลาด อย่างแน่นอน พร้อมจะแนะนำอย่างแน่นอน

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจสูงสุดในแต่ละด้าน ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความชำนาญของทีมงานในการดำเนินงาน ด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของงาน ด้านการจัดจำหน่าย คือ ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การลดราคา หรือการแถมป้ายขนาดเล็กเมื่อสั่งทำในปริมาณที่กำหนด ด้านบุคลากร คือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ คือ มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ครบวงจร อาทิ ห้องบันทึกเสียง สตูดิโอสำหรับถ่ายทำ และผลิตรายการ เป็นต้น ด้านกระบวนการให้บริการ คือ มีกระบวนการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ตรงประเด็น

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่ำสุดในแต่ละด้าน ด้านผลิตภัณฑ์ คือ มีบริการหลากหลายรูปแบบให้ลูกค้าเลือกตามความพอใจและงบประมาณ ด้านราคา คือ เงินมัดจำการดำเนินงานมีสัดส่วนที่เหมาะสม ด้านการจัดจำหน่าย คือ ความสะดวกในการติดต่อทางอีเมล ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการโฆษณาของผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น ด้านบุคลากร คือ พนักงานมีบุคลิกความน่าเชื่อถือ อ่อนน้อม ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ คือ มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัย และด้านกระบวนการให้บริการ คือ มีขั้นตอนการนำเสนอผลงานให้องค์กรอย่างเป็นระบบ มีมาตรฐาน

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร จังหวัดเชียงใหม่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** ดร. อาจารย์ภาคิณาการการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to study the customer satisfaction towards services marketing mix of Season Agency Company Limited.

The study revealed that most of the respondents were women, age between 30–39 years, and worked as marketing staff or manager in business regarding furniture and decorating equipment. The respondents knew Season Agency Company Limited from the office staff that used to make contact with. The service that the respondents used was small poster, which was approximately 100,001 – 300,000 Baht. The frequency for using the service was 2–4 times per year. The respondents used to use the service from other companies, but used the service from Season Agency Company Limited the most, followed by Studio Indeed Creation. Moreover, the respondents would definitely use service from Season Agency Company Limited, and suggest to other people.

Sub-factors that the respondents were satisfied the most

The product factor was the working proficiency of staff. The price factor was the price that was suitable to the quality. The distributing factor was the convenience in telephoning. The marketing factor was interesting marketing strategies such as discounting, or giving small poster for free when ordering in the assigned amount. The personal factor was the enthusiastic service. The physical presentation was the complete equipment such as recording room and studio for production. The service process factor was the solving–problem process for customers.

Sub-factors that the respondents were satisfied the least

The product factor was providing various patterns according to customer's needs. The price factor was the suitable portion of earnest money. The distributing factor was the convenience in sending e-mail. The marketing factor was providing advertisement through media such as radio, newspaper, and poster. The personal factor was the personality of staff that was reliable. The physical presentation factor was the modern equipment. The service process factor was the presenting procedures of the organization that were organized and standardized.

บทนำ

การส่งเสริมการตลาด ถือเป็นปัจจัยส่วนประสมตลาดสำคัญที่ขับเคลื่อนให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่น เนื่องจากการประกอบธุรกิจทุกประเภทล้วนมุ่งหวังที่จะขายสินค้าหรือบริการของธุรกิจให้ได้มากที่สุด เพื่อให้ได้ผลตอบแทนในรูปของกำไรสูงสุด และการที่จะดึงดูดให้ผู้บริโภคเข้ามาซื้อสินค้าหรือบริการได้นั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าและบริการของธุรกิจ เกิดความสนใจ เชื่อถือ และต้องการที่จะซื้อสินค้าและบริการนั้น ๆ ด้วยเหตุนี้เอง การโฆษณาจึงเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจเป็นอย่างมาก เนื่องจากการโฆษณาถือเป็นเครื่องมือชักจูงให้ผู้บริโภคได้มาสนใจและซื้อสินค้าและบริการนั้น ประกอบกับในปัจจุบันที่การแข่งขันทางธุรกิจมีความรุนแรงยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น อีกทั้งยังมีโอกาสรับสื่อต่างๆ ได้อย่างทั่วถึง ผู้ประกอบการจึงจำ

จึงหันมาใช้ธุรกิจโฆษณากันมากขึ้น เพื่อให้สินค้าและบริการของตนเป็นที่รู้จัก และยังคงอยู่ในกระแสความสนใจของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง (อิงค์ควิตต์, 2553: ออนไลน์)

ในอดีต การโฆษณามักถูกมองว่าเป็นการลงทุนที่สิ้นเปลือง ไม่เกิดประโยชน์หรือคุ้มค่าแก่การลงทุนในเม็ดเงินที่จ่ายลงทุนไป อีกทั้งทัศนคติในทางแง่ลบของผู้บริโภคที่มีต่อสื่อโฆษณาว່าลงกวาง และทำการโฆษณาในลักษณะที่ชวนเชื่อเกินไปจากความเป็นจริงที่ทางสินค้าหรือบริการมีอยู่มาก จึงทำให้เจ้าของธุรกิจหลายรายโดยเฉพาะเจ้าของธุรกิจหน้าใหม่ไม่ค่อยให้ความสนใจกับการทำโฆษณามากนัก ด้วยเหตุผลหลักที่ต้องใช้เม็ดเงินลงทุนมหาศาล อีกทั้งยังวัดผลสำเร็จที่เกิดจากการโฆษณาได้น้อยมาก ในขณะที่ธุรกิจของตนเองเพิ่งจะเกิดใหม่และยังทำกำไรได้น้อย จึงหาทางหลีกเลี่ยงกันหันไปใช้วิธีการส่งเสริมการตลาดอื่นๆ เช่น การใช้พนักงานขายโดยตรงกันเสียมากกว่า แต่ในปัจจุบันความก้าวหน้าทางด้านงานศึกษาวิจัยที่เพิ่มขึ้น ทัศนคติของสังคมที่เปลี่ยนไป ทำให้แ่งมุ่มที่มีต่อการโฆษณาดีขึ้นตามลำดับ บรรดาผู้ประกอบการธุรกิจต่างหันมาใช้การโฆษณาเป็นสื่อในการเพิ่มยอดขายที่สร้างความสำเร็จได้อย่างงดงาม ทำให้สื่อโฆษณากลายมาเป็นรากฐานสำคัญที่ผู้ประกอบการธุรกิจทั้งรายใหญ่และรายย่อยต้องเริ่มพิจารณาและจัดท่างงบประมาณเพื่อการลงทุน (อิงค์ควิตต์ คู่มีอู่ผู้ประกอบการ, 2553: ออนไลน์) โดยบริษัท นีลเส็น คอมปะนี จำกัด รายงานการใช้งบโฆษณาผ่านสื่อรวม 3 ไตรมาส (มกราคม – กันยายน 2553) เปรียบเทียบช่วงเดียวกันปี 2552 มีอัตราการเติบโตขึ้นถึงร้อยละ 12.37 หรือมีมูลค่า 73,097 ล้านบาท แบ่งเป็นการใช้งบผ่านสื่อโทรทัศน์ มีมูลค่า 44,454 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 16.23 หนังสือพิมพ์มีมูลค่า 10,660 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 6.64 นิตยสารมีมูลค่า 4,008 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 2.22 โรงภาพยนตร์มีมูลค่า 4,167 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 27.28 สื่อเคลื่อนที่ (Transit) มีมูลค่า 1,564 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 16.80 สื่อในร้านค้า (In store) มีมูลค่า 801 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 30.24 อินเทอร์เน็ตมีมูลค่า 206 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 22.62 ในขณะที่สื่อวิทยุ มีมูลค่า 4,393 ล้านบาท หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 2.05 และป้ายโฆษณานอกบ้าน (Outdoor) มีมูลค่า 2,844 ล้านบาท หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 5.36 นอกจากนี้ บริษัทที่ใช้งบโฆษณาสูงสุดในช่วง 7 เดือนแรก ของปี 2553 มีการใช้งบประมาณเพิ่มขึ้นทุกบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อน (สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย, 2553: ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นจังหวัดที่มีความเจริญทางเศรษฐกิจเป็นอันดับสองรองจากกรุงเทพมหานคร มีสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก ศูนย์ราชการ แหล่งท่องเที่ยว และสถานประกอบการธุรกิจจำนวนมาก อีกทั้งยังมีการเจริญเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีบทบาทเป็นตัวช่วยในการขับเคลื่อนกลไกทางเศรษฐกิจของจังหวัดและของประเทศ โดยส่วนมากเป็นธุรกิจเกษตร อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ธุรกิจค้าส่งค้าปลีก ธุรกิจการบริการ และธุรกิจเพื่อการท่องเที่ยวตามศักยภาพของพื้นที่ โดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้มีการส่งเสริมการตลาดผ่านการโฆษณามากขึ้น โดยหันมาใช้บริการของธุรกิจโฆษณาในท้องถิ่นเป็นหลักอีกด้วย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554: ออนไลน์) และจากการเติบโตของธุรกิจโฆษณาในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ส่งผลให้มีผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณารายใหม่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก จากเดิมที่เคยมีบริษัทรายใหญ่ประจำท้องถิ่นไม่กี่บริษัท เช่น บริษัท ศรีสมเพชร กรุ๊ป ซึ่งมีประสบการณ์เกี่ยวกับงานโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่มากกว่า 50 ปี (ศรีสมเพชร กรุ๊ป, 2556: ออนไลน์) หรือ บริษัท วิชชาพันธ์ มีเดีย จำกัด ที่เข้ามาบุกเบิกวงการธุรกิจโฆษณาระบบดิจิทัลในจังหวัดเชียงใหม่เมื่อปี 2545 (วิชชาพันธ์ มีเดีย คอร์ปอเรชั่น, 2556: ออนไลน์) แต่ปัจจุบันถือเป็นยุคที่สื่อโฆษณาไม่ได้จำกัดการผลิตสื่ออยู่แค่เพียงแบบดั้งเดิม อย่างสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อป้ายโฆษณานออาคาร/ข้างยานพาหนะ หรือแม้กระทั่งสื่อวิทยุอีกต่อไป เนื่องจากปัจจุบัน

เป็นยุคของสื่อดิจิทัล ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสื่อดิจิทัล หรือแม้แต่เข้ามาเป็นผู้ผลิตเองได้โดยง่าย และสื่อดังกล่าวยังมีปริมาณในการลงทุนค่อนข้างต่ำ และเน้นในเรื่องของเทคนิคและไอเดียในการผลิตสื่อมากกว่า เช่น การสร้างเว็บไซต์ ร้านค้าออนไลน์ แบนเนอร์โฆษณา และ สื่อเพื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) เช่น LINE, YouTube, Facebook, Twitter เป็นต้น ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นสื่อยุคใหม่ที่มีกระบวนการผลิตที่ไม่ซับซ้อน และกำลังได้รับความนิยมอย่างสูง เพื่อให้สามารถเข้าสู่กลุ่มลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2556: ออนไลน์) ยิ่งไปกว่านั้น จาก การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสื่อโฆษณารายหนึ่งในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่าปัญหาสำคัญที่ประสบอยู่ในปัจจุบันด้านการตลาดคือ การหาลูกค้าของธุรกิจเพื่อมาลงโฆษณาที่ทำได้ยากมากยิ่งขึ้นอันเนื่องมาด้วยจำนวนคู่แข่งที่มีจำนวนมากในปัจจุบัน โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (ปี 2552 – 2555) มีบริษัทที่ให้บริการด้านสื่อโฆษณาเพิ่มขึ้นมากกว่า 30-40 บริษัท หรือคิดเป็นร้อยละ 10 – 15 ต่อปี ซึ่งบางบริษัทได้เน้นผลิตสื่อโฆษณาเพียงชนิดเดียว แต่บางบริษัทก็ผลิตสื่อโฆษณาครบวงจร จึงทำให้เกิดภาวะการแข่งขันที่รุนแรงมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแข่งขันทางด้านราคา อีกทั้งลูกค้าส่วนใหญ่ของธุรกิจจะลงโฆษณาไม่เกิน 6 เดือนทำให้จำเป็นต้องหาลูกค้าใหม่อยู่เป็นประจำ (คุณกัญญกุลณัช ตรีภพพนัสลัก, 2556: สัมภาษณ์)

บริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด แยกตัวออกจาก บริษัทดนตรีสีสัน จำกัด ในปี 2550 เพื่อให้บริการงานด้านสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และออกแก๊สเซอร์โดยเฉพาะ โดยลูกค้าหลักของกิจการเป็นลูกค้าธุรกิจ หรือคิดเป็นร้อยละ 80 ของลูกค้าทั้งหมด โดยที่ผ่านมามีบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด ต้องเผชิญกับการแข่งขันระหว่างคู่แข่งรายใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ อาทิเช่น บริษัท ศรีสมเพชร กรุ๊ป บริษัท วิชาชน มีเดีย จำกัด ซึ่งมีประสบการณ์ในธุรกิจนี้มากกว่า 10 ปี โดยจะแข่งขันกันในการให้บริการ ความรวดเร็วของการผลิตสื่อโฆษณา ความหลากหลายของช่องทางการสื่อสารการตลาด และการมีส่วนร่วมในการออกแบบเนื้อหาทางงานโฆษณากับลูกค้า รวมถึงด้านราคาหรืออัตราค่าบริการในการผลิตสื่อโฆษณาอีกด้วย อีกทั้งยังมีคู่แข่งรายย่อยที่ขยายสายธุรกิจจากร้านรับทำป้ายอย่างเดียวนำมาเป็นผู้ผลิตสื่อโฆษณาด้านอื่นเพิ่มขึ้นด้วย อีกประมาณ 20 – 30 ร้าน จึงส่งผลให้จำนวนลูกค้าของกิจการลดลงอย่างต่อเนื่อง ทางผู้บริหารของบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด จึงต้องปรับกลยุทธ์ภายในองค์กรเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ เช่น มีการเพิ่มบริการ Online Marketing, E-Magazine การออกแบบเว็บไซต์ และมีการส่งเสริมคุณภาพการให้บริการของพนักงานมากยิ่งขึ้น เป็นต้น (กัญญกุลณัช ตรีภพพนัสลัก, 2556: สัมภาษณ์) และในช่วงระหว่างปี 2553 – 2555 จากสถิติจำนวนลูกค้าธุรกิจของบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด ในปี 2553 เท่ากับ 158 ราย ปี 2554 เท่ากับ 124 ราย และปี 2555 เท่ากับ 90 ราย หรือมีการลดลงคิดเป็นร้อยละ ต่อปี โดยเทียบกับปี 2553 ได้ดังนี้ ปี 2554 ลดลงร้อยละ 21.5 และปี 2555 ลดลงร้อยละ 43.0 (บริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด, 2556)

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะนำมาปรับปรุง พัฒนาและนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าของบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด อย่างสูงสุด อีกทั้งยังสามารถรักษาสวนครองตลาด และขยายฐานลูกค้า เพื่อที่จะสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่ธุรกิจ และสร้างความยั่งยืนให้กิจการต่อไป

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้แนวคิดการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า (Customer Satisfaction) (อุทัยพรรณ สุดใจ, 2545: 7) กล่าวถึง ความพึงพอใจว่าหมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาจจะเป็นไปในเชิงประเมินค่าว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ และ (จิตตินันท์ นันทโพบูลย์, 2551: 180-181) กล่าวว่า “ความพึงพอใจ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ซึ่งมีความหมายว่า “ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง” และตามความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก และ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ , 2552) ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ Philip Kotler ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และ สิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)

วิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าธุรกิจที่เคยใช้บริการของบริษัท สีสันเอเจนซี่ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2555 มีจำนวน 90 ราย โดยได้ทำการศึกษาประชากรทั้งหมด (บริษัท สีสันเอเจนซี่ จำกัด, 2556)

ผลการศึกษา

แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าของบริษัท

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.56 ส่วนใหญ่มีอายุ 30 – 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 68.89 ตำแหน่งผู้จัดการหรือพนักงานฝ่ายการตลาด คิดเป็นร้อยละ 45.56 ประกอบธุรกิจในกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์ตกแต่ง คิดเป็นร้อยละ 30.00 รู้จักบริษัท สีสัน เอเจนซี่ จำกัด จากพนักงานของบริษัท สีสัน เอเจนซี่ จำกัด เข้ามาติดต่อ คิดเป็น ร้อยละ 51.11 เคยใช้บริการงานป้ายขนาดเล็ก คิดเป็นร้อยละ 68.89 งบประมาณโดยเฉลี่ย 100,001 – 300,000 บาท ความถี่ในการใช้บริการต่อปี 2- 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 56.67 เคยใช้บริการบริษัทสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ รายอื่น คิดเป็นร้อยละ 70.00 เคยใช้บริการ จากบริษัท ดนตรีสีสัน จำกัด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.05 รองลงมาคือ บริษัท Studio Indeed Creation คิดเป็นร้อยละ 15.87 จะใช้บริการจากบริษัท สีสัน เอเจนซี่ จำกัด ในการทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมทางการตลาด อย่างแน่นอน คิดเป็น ร้อยละ 81.11 พร้อมจะแนะนำอย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 95.56

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ บริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยสามารถเรียงลำดับจากปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดได้ดังนี้

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีกระบวนการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ตรงประเด็น

ปัจจัยด้านบุคลากร โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความชำนาญของทีมงานในการดำเนินงาน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การลดราคา หรือการแถมป้ายขนาดเล็กเมื่อสั่งทำในปริมาณที่กำหนด

ปัจจัยด้านราคา โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของงาน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ครบวงจร อาทิ ห้องบันทึกเสียง สตูดิโอสำหรับถ่ายทำ และผลิตรายการเป็นต้น

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ บริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด

1. จำแนกตามงบประมาณต่อปี

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้าของบริษัทที่มีงบประมาณในการใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด ไม่เกิน 100,000 บาท และลูกค้าของบริษัทที่มีงบประมาณในการใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด 100,001 – 300,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยลูกค้าของบริษัทที่มีงบประมาณในการใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด ไม่เกิน 100,000 บาท ให้ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพของงานที่ได้รับตรงตามที่ต้องการ ส่วนลูกค้าของบริษัทที่มีงบประมาณในการใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด 100,001 – 300,000 บาท ให้ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความชำนาญของทีมงานในการดำเนินงาน

ปัจจัยด้านราคา ลูกค้าของบริษัทที่มีงบประมาณในการใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด ไม่เกิน 100,000 บาท และลูกค้าของบริษัทที่มีงบประมาณในการใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด 100,001 – 300,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยลูกค้าของบริษัทที่มีงบประมาณในการใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด ไม่เกิน 100,000 บาท ให้ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการแจ้ง หรือจัดทำใบเสนอราคาล่วงหน้าอย่างชัดเจน ส่วน

ลูกค้าของบริษัทที่มีงบประมาณในการใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด 100,001 – 300,000 บาท ให้ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของงาน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ลูกค้าของบริษัทที่มีงบประมาณในการใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด ไม่เกิน 100,000 บาท และลูกค้าของบริษัทที่มีงบประมาณในการใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด 100,001 – 300,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้าของบริษัทที่มีงบประมาณในการใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด ไม่เกิน 100,000 บาท และลูกค้าของบริษัทที่มีงบประมาณในการใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด 100,001 – 300,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ มีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การลดราคา หรือการแถมป้ายขนาดเล็กเมื่อสั่งทำในปริมาณที่กำหนด

ปัจจัยด้านบุคลากร ลูกค้าของบริษัทที่มีงบประมาณในการใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด ไม่เกิน 100,000 บาท และลูกค้าของบริษัทที่มีงบประมาณในการใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด 100,001 – 300,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ลูกค้าของบริษัทที่มีงบประมาณในการใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด ไม่เกิน 100,000 บาท และลูกค้าของบริษัทที่มีงบประมาณในการใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด 100,001 – 300,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ มีเครื่องมืออุปกรณ์ในการให้บริการที่ครบวงจร อาทิ ห้องบันทึกเสียง สตูดิโอสำหรับถ่ายทำ และผลิตรายการเป็นต้น

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ลูกค้าของบริษัทที่มีงบประมาณในการใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด ไม่เกิน 100,000 บาท และลูกค้าของบริษัทที่มีงบประมาณในการใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด 100,001 – 300,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ มีกระบวนการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ตรงประเด็น

2. จำแนกตามการใช้บริการต่อปี

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้าของบริษัทใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด 1 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุด โดยให้ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความชำนาญของทีมงานในการดำเนินงาน ส่วนลูกค้าของบริษัทใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด 2 ครั้งขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยให้ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท

ปัจจัยด้านราคา ลูกค้าของบริษัทใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด 1 ครั้งต่อปี และลูกค้าของบริษัทใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด 2 ครั้งขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยให้ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ มีการแจ้ง หรือจัดทำใบเสนอราคาล่วงหน้าอย่างชัดเจน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ลูกค้าของบริษัทใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี่ จำกัด 1 ครั้งต่อปี และลูกค้าของบริษัทใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี่ จำกัด 2 ครั้งขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยให้ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้าของบริษัทใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี่ จำกัด 1 ครั้งต่อปี และลูกค้าของบริษัทใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี่ จำกัด 2 ครั้งขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยให้ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ มีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การลดราคา หรือการแถมป้ายขนาดเล็กเมื่อสั่งทำในปริมาณที่กำหนด

ปัจจัยด้านบุคลากร ลูกค้าของบริษัทใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี่ จำกัด 1 ครั้งต่อปี และลูกค้าของบริษัทใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี่ จำกัด 2 ครั้งขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยให้ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ลูกค้าของบริษัทใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี่ จำกัด 1 ครั้งต่อปี และลูกค้าของบริษัทใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี่ จำกัด 2 ครั้งขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยให้ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ครบวงจร อาทิ ห้องบันทึกเสียง สตูดิโอ สำหรับถ่ายทำ และผลิตรายการเป็นต้น

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ลูกค้าของบริษัทใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี่ จำกัด 1 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก และลูกค้าของบริษัทใช้บริการจากบริษัท สีสันเอเจนซี่ จำกัด 2 ครั้งขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุด โดยให้ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน คือ มีกระบวนการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ตรงประเด็น

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะในการให้บริการของบริษัท สีสันเอเจนซี่ จำกัด

การติดต่อทาง Email ไม่ค่อยมีพนักงานติดต่อกลับ และ ควรมีการแบ่งชำระเงินให้เป็นงวดที่เหมาะสม โดยการชำระงวดสุดท้ายต้องรอหลังเสร็จสิ้นงานหรือติดตั้งงานพร้อมตรวจรับให้เรียบร้อยก่อน

การอภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การอภิปรายผล

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ บริษัท สีสัน เอเจนซี่ จำกัด โดยลูกค้าของบริษัท คือ ลูกค้าธุรกิจของบริษัท สีสัน เอเจนซี่ จำกัด โดยแสดงความพึงพอใจต่อบริการส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน และสามารถอภิปรายผลการศึกษาในแต่ละด้าน ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้าของบริษัทพึงพอใจต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของจิตติ โลจนโพบูลย์ (2552) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อบริการของบริษัท คิดดี ทำดี แรงดี ออกแกโนเซอร์ จำกัด ของวริณญา ศรีวัลย์ (2551) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธุรกิจในการจ้างออกแกโนเซอร์ในจังหวัดเชียงใหม่ และของศรีวัลย์ สมสวัสดิ์ (2551) ที่ศึกษาเรื่องการใช้ธุรกิจบริการจัดงานของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าลูกค้าของบริษัทพึงพอใจต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าของบริษัทพึงพอใจอันดับแรกได้แก่ ความชำนาญของทีมงานในการดำเนินงาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอัจฉนา จังเกษม (2555) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อกรบริการรับจัดงานของจิตต์อารี สपोर्ट คอมเพล็กซ์ จังหวัดลำปาง พบว่า ปัจจัยย่อยอันดับแรกที่ลูกค้าของบริษัทพึงพอใจได้แก่ มีการให้บริการแบบครบวงจร

ปัจจัยด้านราคา ลูกค้าของบริษัทพึงพอใจต่อยปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยการศึกษาครั้งนี้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของจิตติ โลจนไพบูลย์ (2552) ของวริณญา ศรีวัลย์ (2551) และอัจฉนา จังเกษม (2555) พบว่าลูกค้าของบริษัทพึงพอใจต่อยปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของศรวัลย์ สมสวัสดิ์ (2551) ที่พบว่าลูกค้าของบริษัทพึงพอใจต่อยปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของลูกค้าของบริษัทพึงพอใจอันดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของงาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัจฉนา จังเกษม (2555) พบว่าปัจจัยย่อยอันดับแรกที่ลูกค้าของบริษัทพึงพอใจได้แก่ ใ้เสนอราคาการจัดงานมีความชัดเจน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ลูกค้าของบริษัทพึงพอใจต่อยปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของจิตติ โลจนไพบูลย์ (2552) ของวริณญา ศรีวัลย์ (2551) ของศรวัลย์ สมสวัสดิ์ (2551) และของอัจฉนา จังเกษม (2555) ที่พบว่าลูกค้าของบริษัทพึงพอใจต่อยปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายของลูกค้าของบริษัทพึงพอใจอันดับแรกได้แก่ มีเว็บไซต์แนะนำบริษัทฯ รวมถึงแสดงรายละเอียดบริการที่มี ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัจฉนา จังเกษม (2555) พบว่าปัจจัยย่อยอันดับแรกที่ลูกค้าของบริษัทพึงพอใจได้แก่ มีที่จอดรถกว้างขวาง เพียงพอ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ลูกค้าของบริษัทพึงพอใจต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยการศึกษาครั้งนี้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของจิตติ โลจนไพบูลย์ (2552) ของวริณญา ศรีวัลย์ (2551) ของศรวัลย์ สมสวัสดิ์ (2551) และของอัจฉนา จังเกษม (2555) ที่พบว่าลูกค้าของบริษัทพึงพอใจต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดของลูกค้าของบริษัทพึงพอใจอันดับแรกได้แก่ มีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การลดราคา หรือการแถมป้ายขนาดเล็กเมื่อสั่งทำในปริมาณที่กำหนด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัจฉนา จังเกษม (2555) พบว่าปัจจัยย่อยอันดับแรกที่ลูกค้าของบริษัทพึงพอใจได้แก่ มีการแจ้งข่าวสารโปรโมชั่นต่างๆ ผ่านสื่อทางตรง

ปัจจัยด้านบุคลากร ลูกค้าของบริษัทพึงพอใจต่อยปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยการศึกษาครั้งนี้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของจิตติ โลจนไพบูลย์ (2552) ของวริณญา ศรีวัลย์ (2551) ของศรวัลย์ สมสวัสดิ์ (2551) และของอัจฉนา จังเกษม (2555) ที่พบว่าลูกค้าของบริษัทพึงพอใจต่อยปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน

โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ลูกค้าของบริษัทพึงพอใจอันดับแรกได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัจฉนา จังเกษม (2555) พบว่า ปัจจัยย่อยอันดับแรกที่ลูกค้าของบริษัทพึงพอใจได้แก่ เจ้าของหรือผู้บริหารใส่ใจดูแลด้วยตนเอง

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ลูกค้าของบริษัทพึงพอใจต่อยุทธปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของจิตติ โลจนไพบูลย์ (2552) ของวริณญา ศรีวาลัย (2551) และของศรวัลย์ สมสวัสดิ์ (2551) ที่พบว่า ลูกค้าของบริษัทพึงพอใจต่อยุทธปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน

โดยปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่ลูกค้าของบริษัทพึงพอใจอันดับแรกได้แก่ มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ครบวงจร อาทิ ห้องบันทึกเสียง สตูดิโอสำหรับถ่ายทำ และผลิตรายการเป็นต้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัจฉนา จังเกษม (2555) พบว่าปัจจัยย่อยอันดับแรกที่ลูกค้าของบริษัทพึงพอใจได้แก่ สถานที่โปร่งโล่งสบาย บรรยากาศดี เหมาะแก่การจัดงาน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ลูกค้าของบริษัทพึงพอใจต่อยุทธปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยการศึกษาครั้งนี้ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของจิตติ โลจนไพบูลย์ (2552) ของวริณญา ศรีวาลัย (2551) และของศรวัลย์ สมสวัสดิ์ (2551) ที่พบว่า ลูกค้าของบริษัทพึงพอใจต่อยุทธปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก

โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่ลูกค้าของบริษัทพึงพอใจอันดับแรกได้แก่ มีกระบวนการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ตรงประเด็น ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัจฉนา จังเกษม (2555) พบว่า ปัจจัยย่อยอันดับแรกที่ลูกค้าของบริษัทพึงพอใจได้แก่ ขั้นตอนชำระเงิน การออกเอกสารทางการเงินถูกต้องรวดเร็ว

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ บริษัท สีสัน เอเจนซี จำกัด ในครั้งนี้ มีข้อค้นพบ ดังต่อไปนี้

ลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่รู้จักบริษัท สีสัน เอเจนซี จำกัด จากพนักงานของบริษัท สีสัน เอเจนซี จำกัด เข้ามาติดต่อ

ลูกค้าของบริษัทพึงพอใจต่อยุทธปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในภาพรวมในระดับต่ำที่สุด เรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพ รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยย่อยที่ลูกค้าของบริษัทพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำที่สุด คือ เงินมัดจำการดำเนินงานมีสัดส่วนที่เหมาะสม

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ บริษัท สีสัน เอเจนซี่ จำกัด มีข้อเสนอแนะที่จะนำไปใช้เป็นประโยชน์ต่อบริษัท สีสัน เอเจนซี่ จำกัด ดังต่อไปนี้

ด้านการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์เป็นปัจจัยที่ลูกค้าของบริษัทพึงพอใจอยู่ในระดับสูงสุด ดังนั้นทางบริษัท สีสัน เอเจนซี่ จำกัด ควรที่จะรักษาปัจจัยดังกล่าวเอาไว้พร้อมพัฒนาให้ดีขึ้นและจากการที่ลูกค้ามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านความสะดวกในการติดต่อทางอีเมล (Email) อยู่ในลำดับสุดท้าย (ระดับมาก) ดังนั้นทางบริษัท สีสัน เอเจนซี่ จำกัด ควรที่จะมีระบบแจ้งเตือนเมื่อมี Email เข้ามา หรือสร้างเป็นกระบวนการทำงานมาตรฐาน คือ ต้องเช็ค Email เป็นประจำสม่ำเสมอ เพื่อไม่ให้เกิดการตกหล่น และควรตอบกลับอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ในด้านของช่องทางในการติดต่อบริษัท นั้นควรมีช่องทางที่หลากหลายมากขึ้น เช่น โทรศัพท์ Email Face Book เป็นต้น

ถึงแม้ว่าในเรื่องทำเลที่ตั้งจะไม่สามารถแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงได้แล้วก็ตาม การเข้าถึงง่าย หรือ ความสะดวกในการติดต่อ นั้นบริษัทควรมีการสื่อสารด้วยป้ายโฆษณาว่า สถานที่ตั้งของบริษัทอยู่ที่ใด สามารถเดินทางมาได้อย่างไร และควรออกแบบป้ายโฆษณาหน้าบริษัทให้มีความโดดเด่น เห็นได้อย่างชัดเจน

ด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านมีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ครบวงจร อาทิ ห้องบันทึกเสียง สตูดิโอ สำหรับถ่ายทำ และผลิตรายการ เป็นต้น เป็นปัจจัยที่ลูกค้าของบริษัทพึงพอใจอยู่ในระดับสูงสุด ดังนั้นทางบริษัท สีสัน เอเจนซี่ จำกัด ควรที่จะรักษาปัจจัยดังกล่าวเอาไว้พร้อมพัฒนาให้ดีขึ้น และสร้างเป็นจุดขายต่อไปในอนาคตและจากการที่ลูกค้ามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านการมีเครื่องมืออุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัย อยู่ในลำดับสุดท้าย (ระดับมาก) ดังนั้นทางบริษัท สีสัน เอเจนซี่ จำกัด ควรที่จะการแก้ไขโดยการสร้างความน่าเชื่อถือผ่านเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ ต้องทันสมัย การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย การเข้าพบลูกค้าต่างๆควรมีอุปกรณ์ในการนำเสนอผลงาน เช่น Tablet iPad MAC Book เป็นต้น รวมถึงการให้พนักงานนำเสนอเครื่องมือ การทำงานที่ทันสมัย เช่น ระบบการพิมพ์ด้วยเทคโนโลยีตัวใหม่ เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้ามากขึ้น

ด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพของงาน เป็นปัจจัยที่ลูกค้าของบริษัทพึงพอใจอยู่ในระดับสูงสุด ดังนั้นทางบริษัท สีสัน เอเจนซี่ จำกัด ควรที่จะรักษาปัจจัยดังกล่าวเอาไว้พร้อมพัฒนาให้ดีขึ้น และสร้างเป็นจุดขายต่อไปในอนาคตและจากการที่ลูกค้ามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านเงินมัดจำการดำเนินงานมีสัดส่วนที่เหมาะสม อยู่ในลำดับสุดท้าย (ระดับมาก) ดังนั้นบริษัท สีสัน เอเจนซี่ จำกัด อาจทำการปรับลดเงินมัดจำให้ลดน้อยลง พร้อมทั้งนี้ควรมีการทำรายงานสรุปผลการทำงานให้ลูกค้าได้ตรวจสอบก่อนการชำระเงินงวดสุดท้าย หรืออาจแบ่งการชำระเงินออกเป็น 2 งวด – 3 งวดเพื่อความสะดวกของลูกค้าเพิ่มมากขึ้น พร้อมทั้งนี้ทางบริษัทควรมีช่องทางการรับชำระเงินได้หลากหลายวิธี เช่น บัตรเครดิต เช็ค เงินสด เป็นต้น พร้อมทั้งควรให้ส่วนลดพิเศษสำหรับการชำระด้วยเงินสดทันที อาทิ เช่น ชำระเงินสดทันทีลด 5% เป็นต้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านมีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การลดราคา หรือการแถมป้ายขนาดเล็กเมื่อสั่งทำในปริมาณที่กำหนดเป็นปัจจัยที่ลูกค้าของบริษัทพึงพอใจอยู่ในระดับสูงสุด ดังนั้นทางบริษัท สีสัน เอเจนซี่ จำกัดควรที่จะรักษาปัจจัยดังกล่าวเอาไว้พร้อมพัฒนาให้ดีขึ้น และสร้างเป็นจุดขายต่อไปในอนาคตและจากการที่ลูกค้ามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆที่หลากหลาย เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น (ระดับมาก) ดังนั้นทางบริษัท สีสัน เอเจนซี่ จำกัด ควรเน้นปรับปรุงในเรื่องของสื่อที่ใช้ในการโฆษณาให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น และออกแบบข้อความในการนำเสนอ ให้มีความน่าสนใจ ดึงดูด และสร้างการจดจำได้ดี รวมถึงการออกแบบ การใช้สี ให้มีความโดดเด่นที่น่าสนใจ

ทั้งนี้บริษัทควรมีการแจ้งข่าวสารโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้าได้รับทราบผ่านสื่อทางตรงถึงลูกค้าแต่ละราย อาทิเช่น อีเมลล์ โทรศัพท์อย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งบริษัทควรมีแฟ้มรายชื่อพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อแสดงถึงเครือข่ายที่ดี ให้นำเสนอให้แก่ลูกค้าได้รับทราบ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการทำงานต่อไป

ด้านบุคลากร

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการเป็นปัจจัยที่ลูกค้าของบริษัทพึงพอใจอยู่ในระดับสูงสุด ดังนั้นทางบริษัท สีสัน เอเจนซี่ จำกัดควรที่จะรักษาปัจจัยดังกล่าวเอาไว้พร้อมพัฒนาให้ดีขึ้น และสร้างเป็นจุดขายต่อไปในอนาคตและจากการที่ลูกค้ามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือและอ่อนน้อม อยู่ในลำดับสุดท้าย (ระดับมาก) ดังนั้นทางบริษัท สีสัน เอเจนซี่ จำกัด ควรที่จะการฝึกอบรมพนักงาน ในด้านมารยาทในการให้บริการ ความอ่อนน้อม การมีบุคลิกภาพที่ดี น่าไว้วางใจ จะมีผลดีอย่างไรกับธุรกิจอย่างไร ชี้แนะให้พนักงานได้เห็นถึงความสำคัญของลูกค้า ผลกระทบที่ลูกค้าพึงพอใจ และหากลูกค้าไม่พึงพอใจ จะเกิดผลเสียอย่างไร

การสร้างบุคลิกภาพน่าเชื่อถือนั้น บริษัทควรให้ความสำคัญตั้งแต่การแต่งกายของพนักงาน การวางตัวที่เหมาะสม ความรู้ความสามารถการพูดจา ที่จะสามารถอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจได้ ทั้งนี้ทางบริษัทฯ ควรเน้นการอบรมเพิ่มมากขึ้น

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความชำนาญของทีมงานในการดำเนินงานเป็นปัจจัยที่ลูกค้าของบริษัทพึงพอใจอยู่ในระดับสูงสุด ดังนั้นทางบริษัท สีสัน เอเจนซี่ จำกัดควรที่จะรักษาปัจจัยดังกล่าวเอาไว้พร้อมพัฒนาให้ดีขึ้น และสร้างเป็นจุดขายต่อไปในอนาคตจากการที่ลูกค้ามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านบริการหลากหลายรูปแบบให้ลูกค้าเลือกตามความพอใจและงบประมาณ อยู่ในลำดับสุดท้าย (ระดับมาก) ดังนั้นบริษัท สีสัน เอเจนซี่ จำกัด ควรมีแฟ้มนำเสนองานที่รวบรวมงานทั้งหมดของบริษัทเอาไว้ หรือ นำเสนอผ่านเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ CD Presentation หรือ Tablet ให้ลูกค้าได้รับรู้และเกิดความน่าสนใจและการตัดสินใจได้ง่ายมากขึ้น

ควรมีการทำเป็น Package แบ่งแยกประเภทงานและงบประมาณของลูกค้า เช่น ในวงเงินไม่เกิน 50,000 บาท สำหรับงานป้าย จะได้อะไรบ้าง วงเงิน 50,000-100,000 บาทจะได้จำนวนป้ายที่เพิ่มมากขึ้นรวมถึงค่าเฉลี่ยส่วนลดจะมากกว่า ในงบประมาณ 50,000 บาท เพื่อสร้างความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เป็นต้น

ด้านกระบวนการให้บริการ

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านมีกระบวนการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ตรงประเด็นเป็นปัจจัยที่ลูกค้าของบริษัทพึงพอใจอยู่ในระดับสูงสุด ดังนั้นทางบริษัทลีสัน เอเจนท์ จำกัดควรที่จะรักษาปัจจัยดังกล่าวเอาไว้พร้อมพัฒนาให้ดีขึ้น และสร้างเป็นจุดขายต่อไปในอนาคตและจากการที่ลูกค้ามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนการนำเสนอผลงานให้องค์กรอย่างเป็นระบบ มีมาตรฐานนั้นอยู่ในลำดับสุดท้าย (ระดับมาก) ดังนั้นบริษัท ลีสัน เอเจนท์ จำกัดควรที่จะสร้างมาตรฐานการทำงาน ที่เป็นระบบมากขึ้น โดยเริ่มตั้งแต่เอกสารต่างๆที่ออกจากบริษัทฯ ควรมีแบบฟอร์มที่เป็นมาตรฐาน และควรกำหนดขั้นตอนการนำเสนองานที่มีรูปแบบที่เป็นมาตรฐาน มีขั้นตอนที่ชัดเจน โดยแจ้งรายละเอียดให้ลูกค้าทราบก่อนล่วงหน้า

กลยุทธ์การตลาดเฉพาะกลุ่ม

ลูกค้าที่มีงบประมาณไม่เกิน 100,000 บาท

ในการดำเนินงานอาจมอบส่วนลดให้ในปริมาณที่เหมาะสม เช่น หากลูกค้าว่าจ้างงานไม่ถึง 100,000 บาท บริษัทอาจกระตุ้นให้ว่าจ้างเพิ่มขึ้น ให้ถึง 100,000 บาทเนื่องจากจะได้รับส่วนลด 5%-10% เป็นต้น และควรนำเสนอช่องทางในการติดต่อบริษัท ที่หลากหลายช่องทางมากขึ้น โดยบริษัทควรสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าว่าจะมีเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างทันที หรือหากฝากข้อความไว้ก็จะได้รับการติดต่อกลับภายใน 24 ชั่วโมงแน่นอน และสำหรับการมีขั้นตอนการนำเสนอผลงานให้องค์กรอย่างเป็นระบบ มีมาตรฐานนั้น ผู้ศึกษาได้เสนอแนะแล้วในด้านกระบวนการให้บริการ

ลูกค้าที่มีงบประมาณ 100,001-300,000 บาท

ควรมีการจัดทำสัญญาว่าจ้างอย่างชัดเจนเพื่อให้เกิดความมั่นใจแก่ลูกค้าโดยสัญญานั้นควรระบุ วันที่แล้วเสร็จ การชำระเงิน กระบวนการตรวจสอบ หรือเงื่อนไขอื่นๆอย่างละเอียด พร้อมทั้งนี้ในการดำเนินงานแต่ละครั้งบริษัทควรแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงช่องทางการติดต่อทางอีเมล พร้อมกับรับประกันว่า สามารถติดต่อทาง อีเมลได้ทุกเวลา และจะได้รับการติดต่อกลับหรือได้รับคำตอบไม่เกิน 24 ชั่วโมง หรือหากติดต่อในเวลาทำงานจะมีพนักงานติดต่อกลับไม่เกิน 1 ชั่วโมง ทั้งนี้เงินมัดจำการดำเนินงานมีสัดส่วนที่เหมาะสมนั้นศึกษาได้เสนอแนะแล้วในด้านราคา

ลูกค้าที่มีการใช้บริการ 1 ครั้งต่อปี

ทางบริษัทอาจมีข้อเสนอพิเศษสำหรับการชำระเงิน สามารถชำระได้ 2 - 3 งวด ทั้งนี้ ควรทำการประกาศเงื่อนไขการชำระเงินดังกล่าวให้ลูกค้าได้รับทราบด้วย รวมถึงควรนำเสนอช่องทางในการติดต่อบริษัท ที่หลากหลายช่องทางมากขึ้น โดยบริษัทควรสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าว่าจะมีเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างทันที หรือหากฝากข้อความไว้ก็จะได้รับการติดต่อกลับภายใน 24 ชั่วโมงแน่นอนทั้งนี้ในด้านบริการหลากหลายรูปแบบให้ลูกค้าเลือกตามความพอใจและงบประมาณ นั้นทางผู้ศึกษาได้เสนอแนะแล้วในด้านผลิตภัณฑ์

ลูกค้าที่มีการใช้บริการ 2 ครั้งต่อปีขึ้นไป

บริษัทควรที่จะรับสมัครพนักงานในตำแหน่ง Creative หรือผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานโดยเฉพาะเข้ามารับผิดชอบ เพื่อสร้างแนวคิดและผลงานใหม่ๆ เพื่อสร้างความแปลกใหม่ให้แก่ลูกค้า รวมถึงมีการนำเสนองานที่แปลกใหม่เพิ่มมากขึ้นโดยการทำเป็นสมุดนำเสนองาน หรือ ทำเป็นในรูปแบบของ CD Presentation เพื่อความน่าสนใจและการตัดสินใจได้ง่ายมากขึ้น พร้อมทั้งนี้บริษัท ควรแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงวิธีการชำระเงินสามารถชำระได้หลากหลายวิธี อาทิ

เช่น บัตรเครดิต เช็ค เงินสด เป็นต้น ทั้งนี้ในด้านความสะดวกในการติดต่อทางอีเมล (Email) นั้นทางผู้ศึกษาได้เสนอแนะแล้วในด้านผลิตภัณฑ์

จากวัตถุประสงค์การศึกษาครั้งนี้ คือ การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด และผลของการศึกษาทำให้ทราบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านใดบ้าง หรือไม่พึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านใดบ้าง ซึ่งสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาเป็นอย่างดี โดยประโยชน์ที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งกับ บริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด ที่จะได้นำผลการศึกษาไปปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสม และสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าต่อไป พร้อมทั้งยังเป็นประโยชน์แก่ตัวผู้ศึกษาเองและผู้ที่มีความสนใจในธุรกิจที่มีความคล้ายคลึง หรือเป็นธุรกิจเดียวกัน เพื่อที่จะได้ทราบแนวทางในการพัฒนาความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า

บรรณานุกรม

- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2556.) *สร้างจุดต่างนักนิเทศฯ ป้อนตลาดยุคดิจิทัล*. ค้นเมื่อ 28 ตุลาคม 2556, จาก http://www.mict.go.th/ewt_news.php?nid=2028&filename=inde
- กัญญกุลณัช ตรีภพพนัสลัก. การรวมการจัดการของบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด. (2556, 30 ตุลาคม). สัมภาษณ์.
- กัญญกุลณัช ตรีภพพนัสลัก. ผู้จัดการสถานีวิทยุ FM. 104.25 Mhz จังหวัดเชียงใหม่. (2556, 8 พฤศจิกายน). สัมภาษณ์.
- กฤษณวลี รื่นรมย์. (2551). *การวิจัยการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตติ โสจณโพนบูลย์. (2552). *ความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อบริการของบริษัทคิดดี ทำดี แรงค์ดี ออแกไนเซอร์ จำกัด*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- จิตตินันท์ นันทโพนบูลย์. (2551). *จิตวิทยาการบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2547). *การจัดการและการตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- บริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด. (2556). *รายงานข้อมูลลูกค้าของบริษัท สีสันเอเจนซี จำกัด ณ วันที่ 2 มกราคม พ.ศ. 2556*. (แฟ้มข้อมูลคอมพิวเตอร์).
- พรพิมล เกียรติรุ่งเรืองชัย. (2548). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของบริษัท สมจิตรแอร์ เอ็นจิเนียริง จำกัด*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- วริณญา ศรีวาลัย. (2551). *พฤติกรรมลูกค้าธุรกิจในการจ้างออแกไนเซอร์ในจังหวัดเชียงใหม่*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- วิษายณ์ มีเดียม คอร์ปอเรชั่น. (2556). *ประวัติบริษัท*. ค้นเมื่อ 27 ตุลาคม 2556, จาก <http://www.vsignmedia.com/n?name=aboutus#1>
- ศรวลย์ สมสวัสดิ์. (2551). *การเลือกใช้ธุรกิจบริการจัดงาน ของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้).
- ศรีสมเพชร กุฎีป. (2556). *ประวัติบริษัท*. ค้นเมื่อ 18 ตุลาคม 2556, จาก <http://www.srisomphetch.com/company/history.html>

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2551). *พฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย. (2553). *รายงานการใช้โฆษณาผ่านสื่อ*. ค้นเมื่อ 18 ตุลาคม 2556, จาก http://www.adasso thai.com/index.php/main/news_list/all
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2554). *สรุปผลการศึกษา SMEs ประเทศไทย: บทบาทเชิงเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม*. ค้นเมื่อ 18 ตุลาคม 2556, จาก [http://www.sme.go.th/SiteCollection Documents/White%20Paper/2552/Chapter7.pdf](http://www.sme.go.th/SiteCollection/Documents/White%20Paper/2552/Chapter7.pdf)
- อัครารัฐ โกศัย. (2552). *ความพึงพอใจในการเลือกใช้สื่อโฆษณาของผู้ประกอบการสถานบันเทิงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- อัจฉนา จังเกษม. (2555). *ความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อการบริการรับจัดงานของจิตต์อารี สปอร์ต คอมเพล็กซ์ จังหวัดลำปาง*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- อิงค์ควิตตี้. (2553). *คู่มือผู้ประกอบการ*. ค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2556, จาก <http://incquity.com/articles/marketing-boost/advertising-business>
- อุทัยพรรณ สุดใจ. (2544). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย จังหวัดชลบุรี*. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).