

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	4
1.4 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม	
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	6
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ	6
แนวคิดธุรกิจโฆษณา	8
แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	10
2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	12
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 ขอบเขตการศึกษา	14
3.2 วิธีการศึกษา	16
3.3 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	18
3.4 ระยะเวลาในการดำเนินการ	18
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	19
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญ	28
ต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการเลือกใช้ธุรกิจ	
โฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา (ต่อ)	
ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ในการเลือกใช้ธุรกิจ โฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	46
ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการเลือกใช้ธุรกิจ โฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ ประเภทของธุรกิจ ระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ และยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน	55
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	131
5.2 อภิปรายผล	157
5.3 ข้อค้นพบ	160
5.4 ข้อเสนอแนะ	180
บรรณานุกรม	186
ภาคผนวก	188
ประวัติผู้เขียน	203

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
3.1	จำนวนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอเมือง เชียงใหม่ปี พ.ศ. 2554	15
3.2	แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	16
4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	19
4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	20
4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ การศึกษาสูงสุด	20
4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบของ ธุรกิจ	21
4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของ ธุรกิจ	21
4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ เปิดดำเนินธุรกิจ	22
4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายเฉลี่ย ต่อเดือน	22
4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการ ธุรกิจโฆษณา	23
4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อโฆษณาที่ เหมาะสมกับประเภทธุรกิจ	23
4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ใน การใช้สื่อโฆษณาโดยเฉลี่ยต่อปี	24
4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามงบประมาณ ต่อปีที่ใช้ในการจัดทำสื่อโฆษณา	24
4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีผล ต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา	25

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุในการเลือกใช้สื่อโฆษณาในธุรกิจ	26
4.14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูล	27
4.15	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	28
4.16	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านราคา	32
4.17	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านสถานที่	34
4.18	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	36
4.19	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร	39
4.20	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	41
4.21	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	43
4.22	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	45
4.23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	46
4.24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา	48

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านสถานที่	49
4.26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	50
4.27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านบุคลากร	51
4.28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	52
4.29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	53
4.30	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ	55
4.31	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	58
4.32	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามเพศ	60
4.33	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	62
4.34	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากรจำแนกตามเพศ	64
4.35	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ	66
4.36	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	68

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.37	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	70
4.38	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	72
4.39	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	75
4.40	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	77
4.41	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	79
4.42	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากรจำแนกตามประเภทของธุรกิจ	82
4.43	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	84
4.44	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	86
4.45	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	89
4.46	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ	91

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.47	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านราคาจำแนกตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ	95
4.48	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านสถานที่จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ	97
4.49	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ	99
4.50	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ	102
4.51	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ	104
4.52	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามระยะเวลา ที่เปิดดำเนินธุรกิจ	106
4.53	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ใน อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ	109
4.54	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน	111
4.55	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านราคาจำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน	115
4.56	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านสถานที่จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน	117
4.57	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน	119

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.58	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน	122
4.59	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน	124
4.60	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน	126
4.61	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน	129
5.1	แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับที่มีความสำคัญต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	161
5.2	แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับที่มีความสำคัญต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	163
5.3	แสดงสรุป 10 ลำดับร้อยละของปัญหาสูงสุด ที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	165
5.4	แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับที่มีความสำคัญต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	167
5.5	แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับที่มีความสำคัญต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้ธุรกิจโฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	169

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
5.6	แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับที่มีความสำคัญต่อปัจจัยย่อยส่วน ประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้ธุรกิจ โฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ	172
5.7	แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับที่มีความสำคัญต่อปัจจัยย่อยส่วน ประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้ธุรกิจ โฆษณา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน	176