

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้รับจัดการงานแต่งงานในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้บริโภคที่เคยใช้บริการหรือมีความต้องการใช้บริการผู้รับจัดการงานแต่งงานในการจัดงานแต่งงานในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 200 ราย โดยใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงกลุ่มเป้าหมาย (Purposive Sampling) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือรวบรวมข้อมูล โดยมีผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงตามลำดับเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม งบประมาณในการจัดงานแต่งงาน เป็นต้น เพื่อใช้ตอบได้ว่าใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (ตารางที่ 1 - 6)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการจากผู้รับจัดการงานแต่งงานในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น สาเหตุที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้รับจัดการงาน รูปแบบบริการที่เลือกใช้บริการจากผู้รับจัดการงานแต่งงาน ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้รับจัดการงาน เวลาที่ใช้ในการติดต่อผู้รับจัดการงานล่วงหน้าก่อนการจัดงานแต่งงาน งบประมาณในการจัดงาน มีการทราบข้อมูลของผู้รับจัดการงานจากที่ไหน เป็นต้น (ตารางที่ 7 - 12)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจากผู้รับจัดการงานแต่งงานในจังหวัดเชียงใหม่ ว่าปัจจัยแต่ละปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามอย่างไร (ตารางที่ 13 - 48)

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจผู้รับจัดการงานแต่งงานในจังหวัดเชียงใหม่ มีลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด เช่น ปัญหา และข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการจากผู้รับจัดการงานแต่งงาน ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น (ตารางที่ 49)

ซึ่งการศึกษาในส่วนที่ 4 นั้นได้ใช้ ข้อความที่เป็นการให้ความสำคัญต่อปัจจัยในแต่ละด้าน โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 6 ระดับ โดยพบว่าในระดับคะแนน 0 หรือระดับที่ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจนั้น ไม่ได้รับการเลือกตอบจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 200 ราย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 นำเสนอเพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรส แสดงดังตารางที่ 1 - 6

ตารางที่ 1 แสดงค่าความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	66	33.00
หญิง	134	67.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 67.00 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 33.00

ตารางที่ 2 แสดงค่าความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	80	40.00
31 - 40 ปี	76	38.00
41 ปี ขึ้นไป	44	22.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมา มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 38 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือกลุ่มที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 22

ตารางที่ 3 แสดงค่าความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	22	11.00
ปวส./อนุปริญญา	26	14.00
ปริญญาตรี	108	54.00
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	44	22.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 22.00 และสำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 14.00

ตารางที่ 4 แสดงค่าความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ค้าขาย/พาณิชย์กรรม	53	26.50
พนักงานองค์กรเอกชน/สถาบันการเงิน	56	28.00
รับราชการ/วิสาหกิจ	46	23.00
เจ้าของกิจการ/ นักธุรกิจ	45	22.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพพนักงานองค์กรเอกชน/สถาบันการเงินมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.00 รองลงมาประกอบอาชีพค้าขาย/พาณิชย์กรรม คิดเป็นร้อยละ 26.50 และประกอบอาชีพรับราชการ/ วิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 23.00

ตารางที่ 5 แสดงค่าความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามและคู่ครอง

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
10,001 – 20,000 บาท	41	20.50
20,001 - 30,000 บาท	57	28.50
30,001 - 40,000 บาท	68	34.00
มากกว่า 40,000 บาท	34	17.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่าระดับรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามและคู่ครองต่อเดือนอยู่ในช่วง 30,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมามีระดับรายได้อยู่ในช่วง 20,001 – 30,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 28.50 และ 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.50

ตารางที่ 6 แสดงค่าความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
สมรสแล้ว เมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2551	11	5.50
สมรสแล้ว เมื่อเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2551	14	7.00
สมรสแล้ว เมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2551	26	13.00
สมรสแล้ว เมื่อเดือนมกราคม พ.ศ. 2552	16	8.00
สมรสแล้ว เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551	19	9.50
สมรสแล้ว เมื่อเดือนมีนาคม พ.ศ. 2551	14	7.00
โสด และกำลังจะสมรสภายในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2552	9	4.50
โสด และกำลังจะสมรสภายในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2552	13	6.50
โสด และกำลังจะสมรสภายในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2552	13	6.50
โสด และกำลังจะสมรสภายในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2552	22	11.00
โสด และกำลังจะสมรสภายในเดือนกันยายน พ.ศ. 2552	17	8.50
โสด และกำลังจะสมรสภายในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2552	26	13.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส แบ่งเป็น 2 กลุ่มคือกลุ่มที่สมรสแล้วและกลุ่มที่ยังไม่ได้สมรส โดยมีการวางแผนว่าจะสมรสในช่วงเดือน พฤษภาคมถึงเดือนตุลาคมใน พ.ศ. 2552 ดังผลการตอบแบบสอบถามดังนี้

กลุ่มที่สมรสแล้วส่วนใหญ่ได้จัดงานแต่งงานไปเมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2551 คิดเป็นร้อยละ 13.00 รองลงมาได้แต่งงานไปในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 คิดเป็นร้อยละ 9.50 และเดือนมกราคม พ.ศ. 2551 คิดเป็นร้อยละ 8.00

ส่วนกลุ่มที่ยังไม่ได้แต่งงานหรือเป็นโสดและกำลังจะสมรสภายในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2552 มากที่สุดโดยคิดเป็นร้อยละ 13.00 รองลงมาคือกลุ่มที่กำลังจะสมรสภายในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2552 คิดเป็นร้อยละ 11.00 และกำลังจะสมรสในเดือนกันยายน พ.ศ. 2552 คิดเป็นร้อยละ 8.50

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการจากผู้รับจัดการงานแต่งงานในจังหวัดเชียงใหม่

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ในส่วนนี้ เป็นการอธิบายถึงข้อมูลด้านพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการจากผู้รับจัดการงานแต่งงานในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย สาเหตุในการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้รับจัดการงาน รูปแบบของผู้รับจัดการงานที่เลือกใช้บริการ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้รับจัดการงาน เวลาในการติดต่อผู้รับจัดการงานล่วงหน้าก่อนจัดงานงบประมาณในการจัดงาน แหล่งที่ทำให้รู้จักผู้รับจัดการงาน แสดงดังตารางที่ 7-12

ตารางที่ 7 แสดงค่าความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสาเหตุในการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้รับจัดการงาน

สาเหตุในการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้รับจัดการงาน	จำนวน	ร้อยละ
ให้บริการครบวงจรในทุกด้าน	150	75.00
มีความคิดสร้างสรรค์ และมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการ	77	38.50
ให้บริการเฉพาะส่วนงานที่ท่านไม่มีความถนัด เช่น ด้านการออกแบบและจัดหาทรัพยากร	66	33.00
เมื่อเปรียบเทียบแล้ว มีต้นทุนในการดำเนินงานต่ำกว่าจัดทำเอง	38	19.00

(ตอบมากกว่า 1 ข้อ n = 200)

จากตารางที่ 7 สาเหตุในการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้รับจัดการงาน พบว่าการที่ผู้รับจัดการงานให้บริการครบวงจรในทุกด้านมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือการที่ผู้รับจัดการงานมีความคิดสร้างสรรค์ และมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 38.50 และการที่ผู้รับจัดการงานให้บริการเฉพาะส่วนงานที่ลูกค้าไม่มีความถนัด เช่น ด้านการออกแบบและจัดหาทรัพยากร คิดเป็นร้อยละ 33.00

ตารางที่ 8 แสดงค่าความถี่ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบบริการที่เลือกใช้ในการจัดงาน

รูปแบบการจัดการงานแต่งงานที่เลือกใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
บริการจัดหาและประสานงานด้านสถานที่จัดงาน	118	59.00
บริการออกแบบ / วางแผนรูปแบบงาน (Theme)	114	57.00
การเจ้าหน้าที่ดำเนินรายการและจัดเตรียมบทพูด (Script)	89	44.50
การควบคุมลำดับรายการกิจกรรมตลอดงาน (Sequence)	85	42.50
บริการออกแบบ และจัดเตรียมด้านการตกแต่งดอกไม้	84	42.00
บริการออกแบบและผลิตการ์ดแต่งงาน	77	38.50
บริการจัดหา จัดเตรียมอาหาร เครื่องดื่ม	75	37.50
บริการออกแบบ จัดทำ Presentation ในการเปิดตัว	73	36.50
บริการถ่ายบันทึบทวีป/วิดีโอ/บันทึกเสียง	70	35.00
บริการจัดหา ออกแบบ ผลิตของขวัญและของชำร่วย	66	33.00
บริการด้านจัดเตรียมเครื่องเสียง / แสง	65	32.50
บริการด้านการถ่ายภาพก่อนการแต่งงาน	59	29.50
บริการจัดหากิจกรรมดนตรี	57	28.50
บริการการแต่งหน้าทำผม	56	28.00
บริการด้านเครื่องแต่งกาย	47	23.50
บริการจัดหา ออกแบบ และผลิตแหวนหมั้น อัญมณีและแหวนแต่งงาน	41	20.50
บริการส่วนต้อนรับหน้างาน และดูแลฝั่งที่นั่งผู้ร่วมงาน	37	18.50
บริการจัดหา จัดเตรียมเค้กแต่งงาน	35	17.50
บริการจัดหา ประสานงานด้านการท่องเที่ยว	22	11.00
บริการด้านสถานเสริมความงาม เพื่อการเตรียมตัวสำหรับแต่งงาน	20	10.00
บริการจัดหาและควบคุมเทคนิคพิเศษ เช่น พลุ เปเปอร์ชูต เป็นต้น	8	4.00
บริการจัดเตรียมกิจกรรมพิเศษเพื่อความบันเทิงแก่ผู้ร่วมงาน	6	3.00

(ตอบมากกว่า 1 ข้อ n = 200)

จากตารางที่ 8 รูปแบบบริการที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้ในการบริการจัดงานแต่งงานมากที่สุดคือ บริการจัดหาและประสานงานด้านสถานที่จัดงานเฉลี่ยเช่น โรงแรม ภัตตาคาร ห้องจัดเลี้ยงคิดเป็นร้อยละ 59.00 รองลงมา คือ บริการออกแบบ/วางแผนรูปแบบงาน คิดเป็นร้อยละ 57.00 และการจัดหาผู้ดำเนินรายการและจัดเตรียมบทพูด คิดเป็นร้อยละ 44.50

ตารางที่ 9 แสดงค่าความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการผู้รับจัดการงาน

ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการผู้รับจัดการงาน	จำนวน	ร้อยละ
คู่สมรส	157	78.50
ญาติผู้ใหญ่	89	44.50
เพื่อนฝูง	28	14.00

(ตอบมากกว่า 1 ข้อ n = 200)

จากตารางที่ 9 ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการผู้รับจัดการงาน พบว่า ส่วนใหญ่คือคู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 78.50 รองลงมา คือ ญาติผู้ใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 44.50 และเพื่อนฝูง คิดเป็นร้อยละ 14.00

ตารางที่ 10 แสดงค่าความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเวลาในการติดต่อผู้รับจัดการงานล่วงหน้า

เวลาในการติดต่อผู้รับจัดการงานล่วงหน้า	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 เดือน	32	16.00
1- 3 เดือน	61	30.50
3 - 6 เดือน	85	42.50
มากกว่า 6 เดือน	22	11.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้เวลาติดต่อผู้รับจัดการงานล่วงหน้า 3 - 6 เดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมา คือ 1 - 3 เดือน คิดเป็นร้อยละ 30.50 และ น้อยกว่า 3 เดือน คิดเป็นร้อยละ 16.00

ตารางที่ 11 แสดงค่าความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามงบประมาณในการจัดงาน

งบประมาณในการจัดงาน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 200,000 บาท	102	51.00
200,001- 400,000 บาท	44	22.00
มากกว่า 400,000 บาท	54	27.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำหนดงบประมาณในการจัดงานไว้ต่ำกว่า 200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมา คือ มากกว่า 400,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.00 และในระหว่าง 200,001 – 400,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.00

ตารางที่ 12 แสดงค่าความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรู้จักผู้รับจัดการงาน

การรู้จักผู้รับจัดการงาน	จำนวน	ร้อยละ
คนรู้จักแนะนำ	118	59.00
สื่อโฆษณา / สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ	100	50.00
เคยใช้บริการในกิจกรรมอื่น มาก่อน	28	14.00
รู้จักผ่านการเดินทางผ่านบริเวณหน้าสถานประกอบการ	1	0.50

(ตอบมากกว่า 1 ข้อ n = 200)

จากตารางที่ 12 การรู้จักผู้รับจัดการงาน พบว่า ส่วนใหญ่รู้จักผู้รับจัดการงานจากคนรู้จักแนะนำคิดเป็นร้อยละ 59.00 รองลงมา คือ รู้จักจากสื่อโฆษณา/สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 50.00 และ เคยใช้บริการในกิจกรรมอื่นมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 14.00

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจากผู้รับจัดการงาน
แต่งงานในจังหวัดเชียงใหม่

ในส่วนนี้ เป็นการอธิบายถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ
ใช้บริการจากผู้รับจัดการงานแต่งงานในจังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
จากผู้รับจัดการงานแต่งงาน โดยวิเคราะห์จากผู้ตอบแบบสอบถาม 200 ราย แสดงในตารางที่
13 - 20
2. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
จากผู้รับจัดการงานแต่งงาน จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามดังแสดงในตารางที่
21 – 48 อันได้แก่
 1. จำแนกตามกลุ่มอายุของกลุ่มตัวอย่าง
 2. จำแนกตามระดับรายได้ของกลุ่มตัวอย่างและคู่ครอง
 3. จำแนกตามสถานภาพการแต่งงานของกลุ่มตัวอย่าง
 4. จำแนกตามงบประมาณในการจัดงานแต่งงาน

1. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจากผู้รับจัดการงานแต่งงาน โดยวิเคราะห์จากผู้ตอบแบบสอบถาม 200 ราย

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการมีอิทธิพล ในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานโดยพิจารณาจากส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด	\bar{x}	S.D.	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์บริการ (Product)	4.21	0.59	มาก
ด้านราคา (Price)	4.20	0.63	มาก
ด้านการจัดจำหน่าย (Place)	4.25	0.62	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	4.31	0.65	มาก
ด้านบุคลากร (People)	4.15	0.60	มาก
ด้านกระบวนการ (Process)	4.05	0.59	มาก
ด้านการนำเสนอและสร้างหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)	4.26	0.60	มาก

จากตารางที่ 13 ระดับการมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ผู้รับจัดการงาน พบว่าทุกกลุ่มปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมีอิทธิพลมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาคือ ด้านการนำเสนอและสร้างลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.26) และด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.20) ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.15) และด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ตารางที่ 14 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านผลิตภัณฑ์บริการ (Product)

รายการ	ระดับการมีอิทธิพลต่อการใช้บริการ						ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี			
ชื่อเสียงของผู้รับจัดการงาน	119 (59.50)	50 (25.00)	15 (7.50)	16 (8.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.36	มาก	2
รูปแบบ การจัดงาน มีการนำเสนอที่น่าสนใจ	87 (43.50)	78 (39.00)	22 (11.00)	4 (2.00)	9 (4.50)	0 (0.00)	4.15	มาก	4
ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน	90 (45.00)	57 (28.50)	40 (20.00)	13 (6.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.12	มาก	5
ความแปลกใหม่ในการสร้างสรรค์รูปแบบงาน	128 (64.00)	43 (21.50)	19 (9.50)	2 (1.00)	8 (4.00)	0 (0.00)	4.41	มาก	1
การสร้างมาตรฐานคุณภาพการจัดงาน	89 (44.50)	56 (28.00)	26 (13.00)	9 (4.50)	20 (10.00)	0 (0.00)	3.93	มาก	6
ผลิตและสร้างสรรค์รูปแบบงานได้ตรงตามความต้องการ	101 (50.50)	62 (31.00)	31 (15.50)	3 (1.50)	3 (1.50)	0 (0.00)	4.28	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม							4.21	มาก	

จากตารางที่ 14 ระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า ทุกด้านในกลุ่มปัจจัยนี้มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับอิทธิพลมาก โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ความแตกต่างแปลกใหม่ในการสร้างสรรค์และออกแบบรูปแบบงานของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมาคือ ชื่อเสียงของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.36) การผลิตและสร้างสรรค์รูปแบบงานได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.28) รูปแบบเทคนิค การจัดงานมีการนำเสนอที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.15) ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.12) และการสร้างมาตรฐานและคุณภาพการจัดงานของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 3.93) ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการมีอิทธิพลในการเลือกให้ผู้รับจัดการงานด้านราคา (Price)

รายการ	ระดับการมีอิทธิพลต่อการใช้บริการ						ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี			
มีราคาให้เลือกหลายระดับ แยกตามแต่ละประเภทของบริการให้เลือกได้	99 (49.50)	48 (24.00)	40 (20.00)	13 (6.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.17	มาก	2
ราคาค่าว่าผู้รับจัดการงานรายอื่น ๆ เหมาะสมกับคุณภาพและมาตรฐานของบริการ	95 (47.50)	81 (40.50)	19 (9.50)	1 (0.50)	4 (2.00)	0 (0.00)	4.31	มาก	1
มีเงื่อนไขการชำระเงินแบ่งตามงวดที่เหมาะสม	86 (43.00)	77 (38.50)	15 (7.50)	19 (9.50)	3 (1.50)	0 (0.00)	4.12	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม							4.20	มาก	

จากตารางที่ 15 ระดับการมีอิทธิพลในการเลือกให้ผู้รับจัดการงานด้านราคา (Price) พบว่า ทุกด้านในกลุ่มปัจจัยนี้มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับอิทธิพลมาก โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การที่ผู้รับจัดการงานนำเสนอราคาในการให้บริการต่ำกว่าผู้รับจัดการงานรายอื่น ๆ โดยมีความเหมาะสมกับคุณภาพและมาตรฐานของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาคือ การที่ผู้รับจัดการงานมีระดับราคาให้เลือกได้หลายระดับ แยกตามประเภทของบริการให้เลือกได้ (ค่าเฉลี่ย 2.17) และการที่ผู้รับจัดการงานมีเงื่อนไขการชำระเงินแบ่งตามงวดที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.12) ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการมีอิทธิพลในการเลือกให้ผู้รับจัดการงาน ด้านการจัดจำหน่าย (Place)

รายการ	ระดับการมีอิทธิพลต่อการใช้บริการ						ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี			
ผู้รับจัดการงานมีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนเข้าถึงง่าย มีที่จอดรถกว้างขวาง ติดต่อสะดวก	102 (51.00)	73 (36.50)	7 (3.50)	8 (4.00)	10 (5.00)	0 (0.00)	4.25	มาก	2
ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์/โทรสาร	92 (46.00)	76 (38.00)	31 (15.50)	1 (0.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.30	มาก	1
สามารถติดต่อได้ทาง E-mail	86 (43.00)	81 (40.50)	28 (14.00)	4 (2.00)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.24	มาก	3
มีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มี	99 (49.50)	59 (29.50)	30 (15.00)	4 (2.00)	8 (4.00)	0 (0.00)	4.19	มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม							4.25	มาก	

จากตารางที่ 16 ระดับการมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกให้ผู้รับจัดการงานในด้านการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า ทุกด้านในกลุ่มปัจจัยนี้มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับอิทธิพลมาก โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์และ/หรือโทรสาร (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมาคือ การที่ผู้รับจัดการงานมีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนเข้าถึงง่าย มีที่จอดรถกว้างขวาง ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.25) การที่สามารถติดต่อผู้รับจัดการงานได้ทาง E-mail (ค่าเฉลี่ย 4.24) และการที่ผู้รับจัดการงานมีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มี (ค่าเฉลี่ย 4.19) ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการงาน ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

รายการ	ระดับการมีอิทธิพลต่อการใช้บริการ						ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี			
ผู้รับจัดการงานมีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ	105 (52.50)	55 (27.50)	30 (15.00)	7 (3.50)	3 (1.50)	0 (0.00)	4.26	มาก	2
โฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้รับจัดการงานมีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือ	88 (44.00)	77 (38.50)	26 (13.00)	5 (2.50)	4 (2.00)	0 (0.00)	4.20	มาก	3
การประชาสัมพันธ์ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงานทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ	111 (55.50)	69 (34.50)	4 (2.00)	4 (2.00)	12 (6.00)	0 (0.00)	4.32	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม							4.26	มาก	

จากตารางที่ 17 ระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการงาน ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่าทุกด้านในกลุ่มปัจจัยนี้มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับอิทธิพลมาก โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การประชาสัมพันธ์ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและมีผลต่อการเลือกใช้บริการ มีอิทธิพลมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมาคือ การที่ผู้รับจัดการงานมีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.26) และการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้รับจัดการงานมีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือจึงทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการด้านบุคลากร (People)

รายการ	ระดับการมีอิทธิพลต่อการใช้บริการ						ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี			
บุคลากร มีความคิดสร้างสรรค์ มีทักษะในการแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ดี	88 (44.00)	79 (39.50)	22 (11.00)	8 (4.00)	3 (1.50)	0 (0.00)	4.21	มาก	1
บุคลากรฝ่ายการตลาด มีความสามารถในการเสนอขาย	86 (43.00)	68 (34.00)	34 (17.00)	4 (2.00)	8 (4.00)	0 (0.00)	4.10	มาก	3
บุคลากรในแต่ละแผนกของธุรกิจผู้รับจัดการงานมีทักษะความชำนาญในด้านงานบริการลูกค้า	95 (47.50)	62 (31.00)	29 (14.50)	3 (1.50)	11 (5.50)	0 (0.00)	4.14	มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม							4.15	มาก	

จากตารางที่ 18 ระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการด้านบุคลากร (People) พบว่าทุกด้านในกลุ่มปัจจัยนี้มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับอิทธิพลมาก โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การที่บุคลากรของผู้รับจัดการงาน มีความคิดสร้างสรรค์ มีความรู้ความสามารถ และมีทักษะในการแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ดีเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมาคือการที่บุคลากรในแต่ละแผนกของธุรกิจผู้รับจัดการงานมีทักษะ ความชำนาญในด้านงานบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.14) และการที่ บุคลากรฝ่ายการตลาด มีความสามารถในการเสนอขาย เพื่อให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.10) ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการด้านกระบวนการ (Process)

รายการ	ระดับการมีอิทธิพลต่อการใช้บริการ						ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี			
มีขั้นตอนการนำเสนอรูปแบบงานเข้าใจง่าย	97 (48.50)	59 (29.50)	40 (20.00)	4 (2.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.25	มาก	1
การดำเนินงานต่าง ๆ ให้สำเร็จ ตามที่เสนอแผนงาน	81 (40.50)	68 (34.00)	28 (14.00)	8 (4.00)	15 (7.50)	0 (0.00)	3.96	มาก	5
มีการประเมินผลการจัดงานเมื่อเสร็จงาน	75 (37.50)	78 (39.00)	17 (8.50)	5 (2.50)	25 (12.50)	0 (0.00)	3.87	มาก	6
มีความพร้อมในด้านต่าง ๆ	101 (50.50)	73 (36.50)	11 (5.50)	3 (1.50)	12 (6.00)	0 (0.00)	4.24	มาก	2
มีบริการหลายรูปแบบให้เลือกตามความพอใจและงบประมาณ	93 (46.50)	64 (32.00)	14 (7.00)	6 (3.00)	23 (11.50)	0 (0.00)	3.99	มาก	4
มีการควบคุมคุณภาพการให้บริการของทีมงาน	86 (43.00)	69 (34.50)	19 (9.50)	10 (5.00)	16 (8.00)	0 (0.00)	4.00	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม							4.05	มาก	

จากตารางที่ 19 ระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการด้านกระบวนการ (Process) พบว่าทุกด้านในกลุ่มปัจจัยนี้มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับอิทธิพลมาก โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การมีขั้นตอนการนำเสนอรูปแบบการจัดงานเข้าใจง่ายเช่นการมีภาพประกอบความเข้าใจก่อนเริ่มงานมีอิทธิพลในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาคือการมีความพร้อมในด้านต่าง ๆ ทั้งอุปกรณ์ ทีมงาน ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 4.24) การมีกระบวนการในการควบคุมคุณภาพการให้บริการของทีมงานที่ให้บริการในวันจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีบริการหลายรูปแบบให้ลูกค้าได้เลือกตามความพอใจและงบประมาณ (ค่าเฉลี่ย 3.99) มีการดำเนินงานต่าง ๆ ให้สำเร็จ ล่วงตรงตามที่เสนอแผนงาน (ค่าเฉลี่ย 3.96) และมีการประเมินผลการจัดงานเมื่อเสร็จงาน (ค่าเฉลี่ย 3.87) ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงแสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงาน ด้านการนำเสนอและสร้างหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)

รายการ	ระดับการมีอิทธิพลต่อการให้บริการ						ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี			
การจัดตกแต่งสถานที่ภายในของผู้รับจัดการงาน มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์	100 (50.00)	66 (33.00)	15 (7.50)	6 (3.00)	13 (6.50)	0 (0.00)	4.17	มาก	3
มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัยครบวงจร อาทิ ห้องบันทึกเสียง สตูดิโอสำหรับถ่ายทำ	93 (46.50)	78 (39.00)	15 (7.50)	13 (6.50)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.25	มาก	2
การแต่งกายของพนักงานเป็นเอกลักษณ์น่าเชื่อถือ	95 (47.50)	82 (41.00)	22 (11.00)	1 (0.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.36	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม							4.26	มาก	

จากตารางที่ 20 ระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านการนำเสนอและสร้างหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) พบว่าทุกด้านในกลุ่มปัจจัยนี้มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับอิทธิพลมาก โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การแต่งกายที่น่าเชื่อถือและมีเอกลักษณ์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาคือการใช้ผู้รับจัดการงานมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยครบวงจร (ค่าเฉลี่ย 4.25) และการจัดตกแต่งสถานที่ภายในของผู้รับจัดการงาน มีความสวยงามมีเอกลักษณ์ เพิ่มความน่าเชื่อถือในการติดต่อใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจากผู้รับจัดการงานแต่งงาน จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 21 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านผลิตภัณฑ์บริการ (Product) จำแนกตามอายุ

รายการ	น้อยกว่า 30 ปี			31 - 40 ปี			41 ปี ขึ้นไป		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ชื่อเสียงของผู้รับจัดการงาน	4.13	0.58	มาก	4.05	0.59	มาก	4.18	0.72	มาก
รูปแบบเทคนิค การวางแผนงาน วิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ	4.06	0.72	มาก	3.79	0.79	มาก	3.82	0.87	มาก
ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน	3.99	0.80	มาก	3.89	0.76	มาก	3.89	0.87	มาก
ความแตกต่าง แปลกใหม่ในการสร้างสรรค์และออกแบบรูปแบบงานของผู้รับจัดการงาน	4.09	0.73	มาก	3.93	0.74	มาก	4.05	0.75	มาก
การสร้างมาตรฐานและคุณภาพการดำเนินงานของผู้รับจัดการงาน	4.01	0.79	มาก	3.80	0.91	มาก	3.98	0.93	มาก
ผลิตและสร้างสรรค์รูปแบบงานได้ตรงตามความต้องการ	4.01	0.80	มาก	3.92	0.81	มาก	3.89	0.87	มาก
รวม	4.05	0.75	มาก	3.90	0.76	มาก	3.97	0.84	มาก

จากตารางที่ 21 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการงานด้านผลิตภัณฑ์บริการ (Product) จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.05) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ชื่อเสียงของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.13)

รองลงมาคือ ความแตกต่าง แปลกใหม่ในการสร้างสรรค์และออกแบบรูปแบบงานของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.09) และรูปแบบเทคนิค การวางแผนงาน วิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.06) การสร้างมาตรฐานและคุณภาพการจัดงานของผู้รับจัดการงานและการผลิตและสร้างสรรค์รูปแบบงานได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.01) และผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงานมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.90) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ชื่อเสียงของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.05)

รองลงมาคือ ความแตกต่าง แปลกใหม่ในการสร้างสรรค์และออกแบบรูปแบบงานของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 3.93) การที่ผู้รับจัดการงานผลิตและสร้างสรรค์รูปแบบงานได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 3.89) การสร้างมาตรฐานและคุณภาพการจัดงานของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 3.80) และรูปแบบเทคนิค การวางแผนงาน วิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมและในทุกประเด็นย่อย ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.97) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ชื่อเสียงของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.18)

รองลงมาคือ ความแตกต่าง แปลกใหม่ในการสร้างสรรค์และออกแบบรูปแบบงานของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.05) การสร้างมาตรฐานและคุณภาพการจัดงานของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 3.98) ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงานและผลิตและสร้างสรรค์รูปแบบงานได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) และการที่ผู้รับจัดการงานมีรูปแบบเทคนิค การวางแผนงาน วิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ตารางที่ 22 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงาน
ด้านราคา (Price) จำแนกตามอายุ

รายการ	น้อยกว่า 30 ปี			31 - 40 ปี			31 - 40 ปี		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
งบประมาณการจัดงานมีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกใช้ผู้รับจัดการงาน	4.21	0.69	มาก	4.14	0.69	มาก	4.14	0.69	มาก
ราคาที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตาม ความต้องการ มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจใช้บริการผู้รับจัดการงาน	3.89	0.80	มาก	3.82	0.84	มาก	3.82	0.84	มาก
มีเงื่อนไขการชำระเงินแบ่งตามงวดที่ เหมาะสม	3.83	0.81	มาก	3.86	0.76	มาก	3.86	0.76	มาก
รวม	3.98	0.66	มาก	3.94	0.63	มาก	3.94	0.63	มาก

จากตารางที่ 22 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการจัดการงานด้านราคา (Price) จำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี ให้ระดับอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมในและในทุกประเด็นย่อยระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.98) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ งบประมาณการจัดงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมาคือ การที่ผู้รับจัดการงานตั้งราคาที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.89) การมีเงื่อนไขการชำระเงินแบ่งตามงวดที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปีให้ระดับอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.94) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ งบประมาณการจัดงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีเงื่อนไขการชำระเงินแบ่งตามงวดที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.86) และการที่ผู้รับจัดการงานกำหนดราคาที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 41 ปีขึ้นไปให้ระดับอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.95) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ งบประมาณการจัดงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.14) การที่ผู้รับจัดการงานกำหนดราคาที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 3.89) และการที่ผู้รับจัดการงานมีเงื่อนไขการชำระเงินแบ่งตามงวดที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ตารางที่ 23 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามอายุ

รายการ	น้อยกว่า 30 ปี			31 - 40 ปี			41 ปี ขึ้นไป		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ผู้รับจัดการงานมีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน เข้าถึงง่ายมีที่จอดรถกว้างขวาง ติดต่อสะดวก	3.91	0.83	มาก	3.82	0.76	มาก	4.18	0.76	มาก
ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์/ โทรสาร	3.88	0.86	มาก	3.86	0.78	มาก	3.91	0.86	มาก
สามารถติดต่อได้ทาง E-mail	3.70	0.80	มาก	3.71	0.67	มาก	3.70	0.70	มาก
มีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มี	3.83	0.81	มาก	3.75	0.83	มาก	3.68	0.71	มาก
รวม	3.83	0.66	มาก	3.78	0.58	มาก	3.87	0.62	มาก

จากตารางที่ 23 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี ให้ระดับอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.83) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ผู้รับจัดการงานมีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน เข้าถึงง่ายมีที่จอดรถกว้างขวาง ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.91) รองลงมาคือความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์/ โทรสาร (ค่าเฉลี่ย 3.88) การที่ผู้รับจัดการงานมีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มี (ค่าเฉลี่ย 3.83) และสามารถติดต่อได้ทาง E-mail (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี ให้ระดับอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.78) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์/ โทรสาร (ค่าเฉลี่ย 3.86) รองลงมาคือ การที่ผู้รับจัดการงานมีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน เข้าถึงง่ายมีที่จอดรถกว้างขวาง ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.82) การมีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มี (ค่าเฉลี่ย 3.75) และสามารถติดต่อได้ทาง E-mail (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 41 ปีขึ้นไป ให้ระดับอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.87) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ผู้รับจัดการงานมีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน เข้าถึงง่าย มีที่จอดรถกว้างขวาง ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือ ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์/ โทรสาร (ค่าเฉลี่ย 3.91) และการที่ผู้รับจัดการงานสามารถติดต่อได้ทาง E-mail (ค่าเฉลี่ย 3.70) และการที่ผู้รับจัดการงานมีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มี (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ตารางที่ 24 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามอายุ

รายการ	น้อยกว่า 30 ปี			31 - 40 ปี			41 ปี ขึ้นไป		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ผู้รับจัดการงานมีรายการส่งเสริมการขายน่าสนใจ	4.09	0.70	มาก	4.00	0.67	มาก	4.14	0.77	มาก
โฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้รับจัดการงานมีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือ	3.96	0.75	มาก	3.96	0.76	มาก	4.00	0.81	มาก
การประชาสัมพันธ์ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ	3.98	0.81	มาก	3.84	0.86	มาก	3.89	0.87	มาก
รวม	4.01	0.62	มาก	3.93	0.67	มาก	4.01	0.67	มาก

จากตารางที่ 24 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกให้ผู้รับจัดการงานด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี ให้ระดับอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.01) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การที่ผู้รับจัดการงานมีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงานทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ (ค่าเฉลี่ย 3.98) และการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้รับจัดการงานมีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี ให้ระดับอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.93) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ผู้รับจัดการงานมีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้รับจัดการงานมีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.96) และการประชาสัมพันธ์ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 41 ปีขึ้นไป ให้ระดับอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.01) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ผู้รับจัดการงานมีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมาคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้รับจัดการงานมีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และการประชาสัมพันธ์ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ตารางที่ 25 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้บริหารงานด้าน
บุคลากร (People) จำแนกตามอายุ

รายการ	น้อยกว่า 30 ปี			31 - 40 ปี			41 ปี ขึ้นไป		
	\bar{X}	S.D.	แปล ผล	\bar{X}	S.D.	แปล ผล	\bar{X}	S.D.	แปล ผล
บุคลากรของผู้รับจัดการงาน มี ความคิดสร้างสรรค์ มีความรู้ ความสามารถและมีทักษะในการ แก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ดี	4.15	0.71	มาก	4.04	0.76	มาก	4.05	0.81	มาก
บุคลากรฝ่ายการตลาด มี ความสามารถในการเสนอขาย เพื่อให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้ บริการธุรกิจของผู้รับจัดการงาน	3.95	0.74	มาก	3.88	0.77	มาก	3.93	0.85	มาก
บุคลากรในแต่ละแผนกของธุรกิจ ผู้รับจัดการงานมีทักษะ ความ ชำนาญในด้านงานบริการ	4.14	0.61	มาก	4.05	0.69	มาก	4.27	0.62	มาก
รวม	4.08	0.57	มาก	3.99	0.60	มาก	4.08	0.65	มาก

จากตารางที่ 25 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการจัดการงานด้านบุคลากร (Promotion) จำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี ให้ระดับอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.08) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ บุคลากรของผู้รับจัดการงาน มีความคิดสร้างสรรค์ มีความรู้ความสามารถและมีทักษะในการแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมาคือ การที่บุคลากรในแต่ละแผนกของธุรกิจผู้รับจัดการงานมีทักษะ ความชำนาญในด้านงานบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) และบุคลากรฝ่ายการตลาด มีความสามารถในการเสนอขาย เพื่อให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี ให้ระดับอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.99) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ บุคลากรในแต่ละแผนกของธุรกิจผู้รับจัดการงานมีทักษะ ความชำนาญในด้านงานบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมาคือ การที่บุคลากรของผู้รับจัดการงาน มีความคิดสร้างสรรค์ มีความรู้ความสามารถและมีทักษะในการแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.04) และบุคลากรฝ่ายการตลาด มีความสามารถในการเสนอขายเพื่อให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 41 ปีขึ้นไป ให้ระดับอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.08) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ บุคลากรในแต่ละแผนกของธุรกิจผู้รับจัดการงานมีทักษะ ความชำนาญในด้านงานบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมาคือ การที่บุคลากรของผู้รับจัดการงาน มีความคิดสร้างสรรค์ มีความรู้ความสามารถและมีทักษะในการแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.05) และบุคลากรฝ่ายการตลาด มีความสามารถในการเสนอขาย เพื่อให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ตารางที่ 26 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านกระบวนการ (Process) จำแนกตามอายุ

รายการ	น้อยกว่า 30 ปี			31 - 40 ปี			41 ปี ขึ้นไป		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
มีขั้นตอนการนำเสนอรูปแบบงานอย่างเป็นระบบเข้าใจง่าย	3.89	0.76	มาก	4.00	0.80	มาก	3.91	0.86	มาก
การดำเนินงานต่างๆ ให้สำเร็จคล่องตามที่เสนอแผนงานไว้	4.08	0.65	มาก	3.87	0.75	มาก	3.89	0.72	มาก
มีการประเมินผลการจัดงาน เมื่อเสร็จสิ้นการจัดงาน	3.78	0.76	มาก	3.91	0.72	มาก	3.95	1.01	มาก
มีความพร้อมในด้านต่างๆ ทั้งอุปกรณ์ ทีมงาน ฯลฯ	4.03	0.75	มาก	3.91	0.68	มาก	3.98	0.95	มาก
มีบริการหลายรูปแบบให้เลือกตามความพอใจและงบประมาณ	3.98	0.71	มาก	4.01	0.77	มาก	3.98	0.93	มาก
มีการควบคุมคุณภาพการให้บริการในวันจัดงาน	4.05	0.79	มาก	3.93	0.70	มาก	4.00	0.78	มาก
รวม	3.96	0.55	มาก	3.94	0.55	มาก	3.95	0.73	มาก

จากตารางที่ 26 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกให้ผู้รับจัดการงานด้านกระบวนการ (Process) จำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.96) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การที่ในกระบวนการทำงานได้ดำเนินงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงตรงตามที่เสนอแผนงานไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมาคือการที่ผู้รับจัดการงานมีการควบคุมคุณภาพการให้บริการในวันจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.05) การที่ผู้รับจัดการงานมีความพร้อมในด้านต่างๆ ทั้งอุปกรณ์ ทีมงาน (ค่าเฉลี่ย 4.03) การมีบริการหลายรูปแบบให้เลือกตามความพอใจและงบประมาณ (ค่าเฉลี่ย 3.98) มีขั้นตอนการนำเสนอรูปแบบงานอย่างเป็นระบบเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.89) และการมีการประเมินผลการจัดงาน เมื่อเสร็จสิ้นการจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปีให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.94) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การที่ผู้รับจัดการงานมีบริการหลายรูปแบบให้เลือกตามความพอใจและงบประมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.01) รองลงมาคือการที่ผู้รับจัดการงานมีขั้นตอนการนำเสนอรูปแบบงานอย่างเป็นระบบเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00) การที่ผู้รับจัดการงานมีการควบคุมคุณภาพการให้บริการในวันจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีการประเมินผลการจัดงาน เมื่อเสร็จสิ้นการจัดงานและมีความพร้อมในด้านต่างๆ ทั้งอุปกรณ์ ทีมงาน ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.91) และการดำเนินงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงตรงตามที่เสนอแผนงานไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 41 ปีขึ้นไปให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.95) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การที่ผู้รับจัดการงานมีการควบคุมคุณภาพการให้บริการในวันจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือการที่ผู้รับจัดการงานมีบริการหลายรูปแบบให้เลือกตามความพอใจและงบประมาณและการที่ผู้รับจัดการงานมีความพร้อมในด้านต่างๆ ทั้งอุปกรณ์ ทีมงาน ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.98) มีการประเมินผลการจัดงาน เมื่อเสร็จสิ้นการจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 3.95) การมีขั้นตอนการนำเสนอรูปแบบงานอย่างเป็นระบบเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.91) และการดำเนินงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงตรงตามที่เสนอแผนงานไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ตารางที่ 27 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านการนำเสนอและสร้างหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) จำแนกตามอายุ

รายการ	น้อยกว่า 30 ปี			31 - 40 ปี			41 ปี ขึ้นไป		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
การจัดตกแต่งสถานที่ภายในของผู้รับจัดการงาน มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์	4.18	0.65	มาก	4.17	0.72	มาก	4.16	0.71	มาก
มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัย ครบวงจร อาทิ ห้องบันทึกเสียง สตูดิโอ ถ่ายทำ	4.03	0.83	มาก	3.89	0.72	มาก	3.91	0.83	มาก
การแต่งกายของพนักงานเป็นเอกลักษณ์น่าเชื่อถือ	3.80	0.75	มาก	3.82	0.69	มาก	3.98	0.82	มาก
รวม	4.00	0.58	มาก	3.96	0.58	มาก	4.02	0.69	มาก

จากตารางที่ 27 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานการนำเสนอและสร้างหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) จำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการนำเสนอและสร้างหลักฐานทางกายภาพโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.00) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การจัดตกแต่งสถานที่ภายในของผู้รับจัดการงาน มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือการที่ผู้รับจัดการงานมีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.03) และการแต่งกายของพนักงานเป็นเอกลักษณ์น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปีให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการนำเสนอและสร้างหลักฐานทางกายภาพโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.96) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ คือ การจัดตกแต่งสถานที่ภายในของผู้รับจัดการงาน มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา คือ การที่ผู้รับจัดการงานมีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.89) และการแต่งกายของพนักงานเป็นเอกลักษณ์น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 41 ปีขึ้นไปให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการนำเสนอและสร้างหลักฐานทางกายภาพโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.02) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การจัดตกแต่งสถานที่ภายในของผู้รับจัดการงานมีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมาคือการแต่งกายของพนักงานเป็นเอกลักษณ์น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.98) และการที่ผู้รับจัดการงานมีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ตารางที่ 28 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้าน
ผลิตภัณฑ์บริการ (Product) จำแนกตามรายได้

รายการ	ไม่เกิน 10,000 บาท			10,001 – 20,000 บาท			20,001 - 30,000 บาท			30,001 - 40,000 บาท			มากกว่า 40,000 บาท		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ชื่อเสียงของ ผู้รับจัดการ งาน	4.40	0.55	มาก	3.85	0.71	มาก	4.04	0.60	มาก	4.16	0.57	มาก	4.39	0.50	มาก
รูปแบบ การวางแผน จัดงาน วิธีการ นำเสนอที่ น่าสนใจ	3.40	0.55	ปาน กลาง	3.90	0.82	มาก	3.82	0.79	มาก	3.93	0.77	มาก	4.09	0.80	มาก
ผลงานที่ ผ่านมาของ ผู้รับจัดการ งาน	3.20	0.84	ปาน กลาง	3.69	0.95	มาก	4.00	0.71	มาก	3.99	0.81	มาก	4.09	0.63	มาก
ความ แตกต่าง แปลกใหม่ ในการ ออกแบบ รูปแบบงาน	3.60	0.89	มาก	3.74	0.72	มาก	3.98	0.80	มาก	4.13	0.65	มาก	4.24	0.71	มาก
การสร้าง มาตรฐาน และคุณภาพ การจัดงาน ของผู้รับ จัดการงาน	3.40	0.89	ปาน กลาง	3.72	0.94	มาก	3.89	0.97	มาก	4.04	0.77	มาก	4.06	0.75	มาก
ผลิตและ สร้างสรรค์ รูปแบบงาน ได้ตรงตาม ความ ต้องการ	3.80	1.10	มาก	3.46	0.85	ปาน กลาง	3.95	0.75	มาก	4.03	0.76	มาก	4.39	0.70	มาก
รวม	3.63	0.61	มาก	3.73	0.66	มาก	3.95	0.59	มาก	4.05	0.52	มาก	4.21	0.52	มาก

จากตารางที่ 28 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกให้ผู้รับจัดการงานด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จำแนกตามรายได้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.63)

เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่าประเด็นที่มีระดับอิทธิพลในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ชื่อเสียงของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมาคือผลิตและสร้างสรรค์รูปแบบงานได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.80) และความแตกต่าง แปลกใหม่ในการสร้างสรรค์และออกแบบรูปแบบงานของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 3.60) ส่วนประเด็นย่อยที่มีระดับอิทธิพลในระดับปานกลางเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ รูปแบบ การวางแผนจัดงาน วิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ และการสร้างมาตรฐานและคุณภาพการจัดงานของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 3.40) และผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาทให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.73)

เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่าประเด็นที่มีระดับอิทธิพลในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ รูปแบบ เทคนิค การวางแผนจัดงาน วิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมาคือชื่อเสียงของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 3.85) ความแตกต่าง แปลกใหม่ในการสร้างสรรค์และออกแบบรูปแบบงานของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 3.74) การสร้างมาตรฐานและคุณภาพการจัดงานของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 3.72) และผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 3.69) ส่วนประเด็นย่อยที่มีระดับอิทธิพลในระดับปานกลาง คือ ผลิตและสร้างสรรค์รูปแบบงานได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.95) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ชื่อเสียงของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมาคือผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความแตกต่าง แปลกใหม่ในการสร้างสรรค์และออกแบบรูปแบบงานของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 3.98) ผลิตและสร้างสรรค์รูปแบบงานได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) การสร้างมาตรฐานและคุณภาพการจัดงานของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 3.89) และรูปแบบ การวางแผนจัดงาน วิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาทให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.05) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ความมีชื่อเสียงของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมาคือ ความแตกต่าง แปลกใหม่ในการสร้างสรรค์และออกแบบรูปแบบงานของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.13) การสร้างมาตรฐานและคุณภาพการดำเนินงานของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.04) ผลิตภัณฑ์และสร้างสรรค์รูปแบบงานได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.03) ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 3.99) และรูปแบบ การวางแผนจัดงาน วิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.21) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ความมีชื่อเสียงของผู้รับจัดการงานและผลิตภัณฑ์และสร้างสรรค์รูปแบบงานได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.39) รองลงมาคือความแตกต่าง แปลกใหม่ในการสร้างสรรค์และออกแบบรูปแบบงานของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.24) รูปแบบ การวางแผนจัดงาน วิธีการนำเสนอที่น่าสนใจและผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.09) และการสร้างมาตรฐานและคุณภาพการดำเนินงานของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ตารางที่ 29 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้าน
ราคา (Price) จำแนกตามรายได้

รายการ	ไม่เกิน 10,000 บาท			10,001 – 20,000 บาท			20,001 - 30,000 บาท			30,001 - 40,000 บาท			มากกว่า 40,000 บาท		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
งบประมาณ การจัดการงาน มีผลต่อการ ตัดสินใจ เลือกใช้ ผู้รับจัดการ งาน	4.20	0.45	มาก	3.95	0.69	มาก	4.09	0.77	มาก	4.31	0.58	มาก	4.27	0.72	มาก
ราคาที่ ยืดหยุ่นและ ปรับเปลี่ยน ได้ตาม ความ ต้องการ	3.20	0.45	ปานกลาง	3.51	0.88	มาก	4.02	0.82	มาก	3.91	0.83	มาก	4.00	0.66	มาก
มีเงื่อนไข การชำระ เงินแบ่ง ตามงวดที่ เหมาะสม	3.20	0.45	ปานกลาง	3.59	0.79	มาก	3.89	0.73	มาก	3.99	0.73	มาก	3.82	0.81	มาก
รวม	3.53	0.30	มาก	3.68	0.67	มาก	4.00	0.67	มาก	4.07	0.57	มาก	4.03	0.60	มาก

จากตารางที่ 29 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านราคา (Price) จำแนกตามรายได้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.53)

เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่าประเด็นที่มีระดับอิทธิพลในระดับมาก คือ งบประมาณการจัดการงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.20) ส่วนประเด็นย่อยที่มีระดับอิทธิพลในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ การมีราคาที่ยืดหยุ่นและ

ปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.20) และมีเงื่อนไขการชำระเงินแบ่งตามงวดที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาทให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.68) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ งบประมาณการจัดงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกให้ผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 3.95) รองลงมาคือการมีเงื่อนไขการชำระเงินแบ่งตามงวดที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.59) และการมีราคาที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.00) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ งบประมาณการจัดงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกให้ผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมาคือการมีราคาที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.02) และมีเงื่อนไขการชำระเงินแบ่งตามงวดที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาทให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.07) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ งบประมาณการจัดงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกให้ผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาคือมีเงื่อนไขการชำระเงินแบ่งตามงวดที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.99) และราคาที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.03) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ งบประมาณการจัดงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกให้ผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมาคือการมีราคาที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และมีเงื่อนไขการชำระเงินแบ่งตามงวดที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ตารางที่ 30 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการงานด้าน
การจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามรายได้

รายการ	ไม่เกิน 10,000 บาท			10,001 – 20,000 บาท			20,001 - 30,000 บาท			30,001 - 40,000 บาท			มากกว่า 40,000 บาท		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ผู้รับจัดการ งานมีทำเล ที่ตั้งอยู่ใน แหล่ง ชุมชน เข้าถึงง่าย มีที่จอดรถ กว้างขวาง ติดต่อ สะดวก	3.80	0.84	มาก	3.67	0.77	มาก	3.89	0.73	มาก	4.00	0.89	มาก	4.21	0.65	มาก
ความ สะดวกใน การติดต่อ ทาง โทรศัพท์/ โทรสาร	3.60	0.89	มาก	3.51	0.85	มาก	3.82	0.74	มาก	4.00	0.85	มาก	4.18	0.73	มาก
สามารถ ติดต่อได้ ทาง E-mail	3.40	0.55	ปาน กลาง	3.36	0.81	ปาน กลาง	3.68	0.72	มาก	3.78	0.62	มาก	4.06	0.70	มาก
มีเว็บไซต์ ให้บริการ แนะนำ กิจการและ บริการที่มี	4.20	0.84	มาก	3.46	0.79	ปาน กลาง	3.80	0.77	มาก	3.79	0.79	มาก	3.94	0.79	มาก
รวม	3.75	0.61	มาก	3.50	0.63	มาก	3.80	0.57	มาก	3.89	0.63	มาก	4.10	0.52	มาก

จากตารางที่ 30 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกให้ผู้รับจัดการงานด้านการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามรายได้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.75)

เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่าประเด็นที่มีระดับอิทธิพลในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ การมีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มี (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาคือการที่ผู้รับจัดการงานมีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน เข้าถึงง่าย มีที่จอดรถกว้างขวาง ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.80) และการมีความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์/ โทรสาร (ค่าเฉลี่ย 3.20) ส่วนประเด็นย่อยที่มีระดับอิทธิพลในระดับปานกลาง คือ การที่สามารถติดต่อผู้รับจัดการงานได้ทาง E-mail (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.59)

เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่าประเด็นที่มีระดับอิทธิพลในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ ผู้รับจัดการงานมีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน เข้าถึงง่าย มีที่จอดรถกว้างขวาง ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.67) รองลงมาคือ ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์/ โทรสาร (ค่าเฉลี่ย 3.51) ส่วนประเด็นย่อยที่มีระดับอิทธิพลในระดับปานกลาง คือ การมีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มี (ค่าเฉลี่ย 3.46) และการที่สามารถติดต่อผู้รับจัดการงานได้ทาง E-mail (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.80) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ผู้รับจัดการงานมีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน เข้าถึงง่าย มีที่จอดรถกว้างขวาง ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมาคือความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์/ โทรสาร (ค่าเฉลี่ย 3.82) การมีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มี (ค่าเฉลี่ย 3.80) และและสามารถติดต่อได้ทาง E-mail (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.89) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ผู้รับจัดการงานมีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน เข้าถึงง่าย มีที่จอดรถกว้างขวาง ติดต่อสะดวกและความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์/ โทรสาร (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือการมีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มี (ค่าเฉลี่ย 3.79) และสามารถติดต่อได้ทาง E-mail (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.10) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การที่ผู้รับจัดการงานมีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน เข้าถึงง่าย มีที่จอดรถกว้างขวาง ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมาคือความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์/ โทรสาร (ค่าเฉลี่ย 4.18) สามารถติดต่อได้ทาง E-mail (ค่าเฉลี่ย 4.06) และการมีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มี (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ตารางที่ 31 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามรายได้

รายการ	ไม่เกิน 10,000 บาท			10,001 – 20,000 บาท			20,001 - 30,000 บาท			30,001-40,000 บาท			มากกว่า 40,000 บาท		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ผู้รับจัดการงานมีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ	4.20	0.84	มาก	3.82	0.60	มาก	4.04	0.66	มาก	4.09	0.77	มาก	4.33	0.65	มาก
โฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ของผู้รับจัดการงานมีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือ	3.40	0.55	ปานกลาง	3.56	0.68	มาก	4.07	0.76	มาก	4.03	0.76	มาก	4.24	0.71	มาก
การประชาสัมพันธ์ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงานทำให้เกิดความมั่นใจ	3.40	0.89	ปานกลาง	3.54	0.76	มาก	4.02	0.84	มาก	3.93	0.88	มาก	4.18	0.73	มาก
รวม	3.67	0.62	มาก	3.64	0.53	มาก	4.04	0.64	มาก	4.01	0.68	มาก	4.25	0.57	มาก

จากตารางที่ 31 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกให้ผู้รับจัดการงานด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามรายได้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.67)

เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่าประเด็นที่มีระดับอิทธิพลในระดับมาก คือ การที่ผู้รับจัดการงานมีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ส่วนประเด็นย่อยที่มีระดับอิทธิพลในระดับปานกลาง คือ โฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้รับจัดการงานมีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.40) และการประชาสัมพันธ์ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน ทำให้เกิดความมั่นใจ (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาทให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.64) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ผู้รับจัดการงานมีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมาคือการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้รับจัดการงานมีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.56) และการประชาสัมพันธ์ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน ทำให้เกิดความมั่นใจ (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.04) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้รับจัดการงานมีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมาคือผู้รับจัดการงานมีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.04) และการประชาสัมพันธ์ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน ทำให้เกิดความมั่นใจ (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาทให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.01) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ผู้รับจัดการงานมีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมาคือการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้รับจัดการงานมีความน่าสนใจและ

น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และการประชาสัมพันธ์ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน ทำให้เกิดความมั่นใจ (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.25) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ผู้รับจัดการงานมีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมาคือการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้รับจัดการงานมีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.24) และการประชาสัมพันธ์ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน ทำให้เกิดความมั่นใจ (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ตารางที่ 32 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้าน
บุคลากร (People) จำแนกตามรายได้

รายการ	ไม่เกิน 10,000 บาท			10,001 – 20,000 บาท			20,001 - 30,000 บาท			30,001 – 40,000 บาท			มากกว่า 40,000 บาท		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
บุคลากรมีความคิดสร้างสรรค์ ความรู้ความสามารถ และทักษะในการแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ดี	3.60	0.89	มาก	3.87	0.80	มาก	4.18	0.79	มาก	4.13	0.72	มาก	4.15	0.62	มาก
บุคลากรฝ้ายการตลาด มีความสามารถในการเสนอขาย	3.80	0.84	มาก	3.64	0.81	มาก	3.96	0.79	มาก	3.94	0.76	มาก	4.15	0.67	มาก
บุคลากรในแต่ละแผนกของธุรกิจ ผู้รับจัดการงานมีทักษะ ความชำนาญในด้านงานบริการลูกค้า	4.00	0.71	มาก	3.95	0.56	มาก	4.16	0.63	มาก	4.13	0.72	มาก	4.33	0.60	มาก
รวม	3.80	0.69	มาก	3.82	0.58	มาก	4.10	0.63	มาก	4.07	0.60	มาก	4.21	0.49	มาก

จากตารางที่ 32 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านบุคลากร (People) จำแนกตามรายได้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.80) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ บุคลากรในแต่ละแผนกของธุรกิจผู้รับจัดการงานมีทักษะ ความชำนาญในด้านงานบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือบุคลากรฝ่ายการตลาด มีความสามารถในการเสนอขาย (ค่าเฉลี่ย 3.80) และการที่บุคลากรของผู้รับจัดการงาน มีความคิดสร้างสรรค์ มีความรู้ความสามารถ และมีทักษะในการแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร โดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.82) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ บุคลากรในแต่ละแผนกของธุรกิจผู้รับจัดการงานมีทักษะ ความชำนาญในด้านงานบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.95) รองลงมาคือบุคลากรของผู้รับจัดการงาน มีความคิดสร้างสรรค์ มีความรู้ความสามารถ และมีทักษะในการแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.87) และการที่บุคลากรฝ่ายการตลาด มีความสามารถในการเสนอขาย (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร โดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.10) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ บุคลากรของผู้รับจัดการงาน มีความคิดสร้างสรรค์ มีความรู้ความสามารถ และมีทักษะในการแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือบุคลากรในแต่ละแผนกของธุรกิจผู้รับจัดการงานมีทักษะ ความชำนาญในด้านงานบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.16) และบุคลากรฝ่ายการตลาด มีความสามารถในการเสนอขาย (ค่าเฉลี่ย 3.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร โดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.07) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ บุคลากรของผู้รับจัดการงาน มีความคิดสร้างสรรค์ มีความรู้ความสามารถ และมีทักษะในการแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาคือบุคลากรในแต่ละแผนกของธุรกิจผู้รับจัดการงานมีทักษะ ความชำนาญในด้านงานบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.13) และบุคลากรฝ่ายการตลาด มีความสามารถในการเสนอขาย (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.21) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ บุคลากรในแต่ละแผนกของธุรกิจผู้รับจัดการงานมีทักษะ ความชำนาญในด้านงานบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมาคือบุคลากรของผู้รับจัดการงาน มีความคิดสร้างสรรค์ มีความรู้ความสามารถ และมีทักษะในการแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.15) และบุคลากรฝ่ายการตลาด มีความสามารถในการเสนอขาย (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ตารางที่ 33 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านกระบวนการ (Process) จำแนกตามรายได้

รายการ	ไม่เกิน 10,000 บาท			10,001 – 20,000 บาท			20,001 - 30,000 บาท			30,001 - 40,000 บาท			มากกว่า 40,000 บาท		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
มีขั้นตอนการนำเสนอการดำเนินงานอย่างเป็นระบบและเข้าใจง่าย	3.20	0.45	ปานกลาง	3.49	0.76	ปานกลาง	3.95	0.88	มาก	4.12	0.71	มาก	4.18	0.64	มาก
การดำเนินงานให้สำเร็จคล่องตรงตามที่เสนอแผนงาน	3.80	0.45	มาก	3.85	0.59	มาก	3.98	0.82	มาก	3.90	0.70	มาก	4.18	0.68	มาก
มีการประเมินผลการดำเนินงานทั้งหมดเมื่อจัดงานเสร็จ	3.60	0.55	มาก	3.59	0.88	มาก	3.77	0.85	มาก	4.03	0.78	มาก	4.06	0.61	มาก
มีความพร้อมในด้านต่างๆ	3.80	0.84	มาก	3.79	0.86	มาก	3.95	0.70	มาก	4.06	0.80	มาก	4.06	0.70	มาก
มีบริการหลายรูปแบบให้เลือกตามความพอใจและงบ	3.60	0.89	มาก	3.74	0.68	มาก	4.05	0.88	มาก	4.07	0.74	มาก	4.06	0.75	มาก
มีการควบคุมคุณภาพการให้บริการ	3.20	0.45	ปานกลาง	3.82	0.64	มาก	3.88	0.83	มาก	4.09	0.75	มาก	4.33	0.60	มาก
รวม	3.53	0.40	มาก	3.71	0.53	มาก	3.93	0.67	มาก	4.04	0.56	มาก	4.15	0.48	มาก

จากตารางที่ 33 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านกระบวนการ (Process) จำแนกตามรายได้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.53)

เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่าประเด็นที่มีระดับอิทธิพลในระดับมาก โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ การดำเนินงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงตรงตามที่เสนอ แผนงานไว้และการมีความพร้อมในด้านต่างๆ ทั้งอุปกรณ์ ทีมงาน ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.80) รองลงมาคือมีการประเมินผลการจัดงานทั้งหมด เมื่อดำเนินการจัดงานเสร็จสิ้นและการมีบริการหลายรูปแบบให้เลือกตามความพอใจและงบประมาณ (ค่าเฉลี่ย 3.60) ส่วนประเด็นย่อยที่มีระดับอิทธิพลในระดับปานกลาง คือการมีขั้นตอนการนำเสนอรูปแบบการจัดงานอย่างเป็นระบบมีมาตรฐาน และเข้าใจง่ายและมีการประเมินผลการจัดงานเมื่อดำเนินการจัดงานเสร็จสิ้น (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาทให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.53) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่าประเด็นที่มีระดับอิทธิพลในระดับมาก โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ การดำเนินงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงตรงตามที่เสนอแผนงานไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.85) รองลงมาคือมีการกระบวนการในการควบคุมคุณภาพการให้บริการในวันจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 3.82) มีความพร้อมในด้านต่างๆ ทั้งอุปกรณ์ ทีมงาน ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.79) การมีบริการหลายรูปแบบให้เลือกตามความพอใจและงบประมาณ (ค่าเฉลี่ย 3.74) และ มีการประเมินผลการจัดงานเมื่อดำเนินการจัดงานเสร็จสิ้น (ค่าเฉลี่ย 3.59) ส่วนประเด็นย่อยที่มีระดับอิทธิพลในระดับปานกลาง คือการมีขั้นตอนการนำเสนอรูปแบบการจัดงานอย่างเป็นระบบมีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.49)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ โดยรวมในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.93) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีบริการหลายรูปแบบให้เลือกตามความพอใจและงบประมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมาคือการดำเนินงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงตรงตามที่เสนอแผนงานไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.98) มีขั้นตอนการนำเสนอรูปแบบการจัดงานอย่างเป็นระบบมีมาตรฐาน และเข้าใจง่ายและมีความพร้อมในด้านต่างๆ ทั้งอุปกรณ์ ทีมงาน ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.95) การมีกระบวนการในการควบคุมคุณภาพการให้บริการในวันจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 3.88) และมีการประเมินผลการจัดงานเมื่อดำเนินการจัดงานเสร็จสิ้น (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาทให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการโดยรวมในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.04) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีขั้นตอนการนำเสนอรูปแบบการจัดงานอย่างเป็นระบบมีมาตรฐาน และเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมาคือมีกระบวนการในการควบคุมคุณภาพการให้บริการในวันจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีบริการหลายรูปแบบให้เลือกตามความพอใจและงบประมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.07) มีความพร้อมในด้านต่างๆ ทั้งอุปกรณ์ ทีมงาน ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 4.06) มีการประเมินผลการจัดงานเมื่อดำเนินการจัดงานเสร็จสิ้น (ค่าเฉลี่ย 4.03) และการดำเนินงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงตรงตามที่เสนอแผนงานไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.15) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีกระบวนการในการควบคุมคุณภาพการให้บริการในวันจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมาคือมีขั้นตอนการนำเสนอรูปแบบการจัดงานอย่างเป็นระบบมีมาตรฐาน และเข้าใจง่ายและการดำเนินงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงตรงตามที่เสนอแผนงานไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.18) การมีการประเมินผลการจัดงานเมื่อดำเนินการจัดงานเสร็จสิ้น มีความพร้อมในด้านต่างๆ ทั้งอุปกรณ์ ทีมงาน ฯลฯ และการมีบริการหลายรูปแบบให้เลือกตามความพอใจและงบประมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 34 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) จำแนกตามรายได้

รายการ	ไม่เกิน 10,000 บาท			10,001 – 20,000 บาท			20,001 - 30,000 บาท			30,001 – 40,000 บาท			มากกว่า 40,000 บาท		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
การจัดตกแต่งสถานที่ที่มีความสวยงามมีเอกลักษณ์	3.40	0.89	ปานกลาง	3.90	0.64	มาก	4.23	0.71	มาก	4.16	0.67	มาก	4.52	0.51	มากที่สุด
มีเครื่องมืออุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัยครบวงจร	3.40	0.89	ปานกลาง	3.74	0.82	มาก	3.86	0.80	มาก	4.04	0.82	มาก	4.24	0.50	มาก
การแต่งกายของพนักงานเป็นเอกลักษณ์น่าเชื่อถือ	3.60	0.89	มาก	3.72	0.69	มาก	3.70	0.74	มาก	3.96	0.79	มาก	4.06	0.66	มาก
รวม	3.47	0.87	ปานกลาง	3.79	0.56	มาก	3.93	0.62	มาก	4.05	0.62	มาก	4.27	0.39	มาก

จากตารางที่ 34 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกให้ผู้รับจัดการงานด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) จำแนกตามรายได้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.47)

เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่าประเด็นที่มีระดับอิทธิพลในระดับมาก คือ การแต่งกายของพนักงานเป็นเอกลักษณ์น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.60) ส่วนประเด็นย่อยที่มีระดับอิทธิพลในระดับปานกลาง คือ การจัดตกแต่งสถานที่ภายในของผู้รับจัดการงาน มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.40) และการมีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัย ครบวงจร อาทิ ห้องบันทึกเสียง สตูดิโอสำหรับถ่ายทำ (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาทให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.79) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การจัดตกแต่งสถานที่ภายในของผู้รับจัดการงาน มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมาคือมีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัย ครบวงจร อาทิ ห้องบันทึกเสียง สตูดิโอสำหรับถ่ายทำ (ค่าเฉลี่ย 3.74) และการแต่งกายของพนักงานเป็นเอกลักษณ์น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.93) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การจัดตกแต่งสถานที่ภายในของผู้รับจัดการงาน มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมาคือมีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัย ครบวงจร อาทิ ห้องบันทึกเสียง สตูดิโอสำหรับถ่ายทำ (ค่าเฉลี่ย 3.86) และการแต่งกายของพนักงานเป็นเอกลักษณ์น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาทให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.05) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การจัดตกแต่งสถานที่ภายในของผู้รับจัดการงาน มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมาคือมีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัย ครบวงจร อาทิ ห้องบันทึกเสียง สตูดิโอสำหรับถ่ายทำ (ค่าเฉลี่ย 4.04) และการแต่งกายของพนักงานเป็นเอกลักษณ์น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพโดยรวม (ค่าเฉลี่ยรวม 4.27)

เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่าประเด็นที่มีระดับอิทธิพลในระดับมากที่สุด คือการจัดตกแต่งสถานที่ภายในของผู้รับจัดการงาน มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.52) ส่วนประเด็นย่อยที่มีระดับอิทธิพลในระดับมากที่สุดคือ มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัย ครบวงจร อาทิ ห้องบันทึกเสียง สตูดิโอสำหรับถ่ายทำ (ค่าเฉลี่ย 4.24) และการแต่งกายของพนักงานเป็นเอกลักษณ์น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.06)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a traditional Thai lamp (Lampang) hanging from its trunk. Above the elephant are several radiating lines, suggesting a sun or a flame. The emblem is surrounded by a circular border containing the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' at the bottom. There are also decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 35 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จำแนกตามสถานภาพแต่งงาน

รายการ	สมรสแล้ว			กำลังจะสมรส		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ชื่อเสียงของผู้รับจัดการงาน	4.01	0.52	มาก	4.21	0.69	มาก
รูปแบบเทคนิค การวางแผนจัดงาน วิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ	3.73	0.79	มาก	4.08	0.75	มาก
ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน	3.72	0.77	มาก	4.14	0.78	มาก
ความแตกต่าง แปลกใหม่ในการสร้างสรรค์งาน	3.89	0.74	มาก	4.15	0.72	มาก
การสร้างมาตรฐานและคุณภาพการจัดงานของผู้รับจัดการงาน	3.85	0.93	มาก	4.00	0.80	มาก
ผลิตและสร้างสรรค์รูปแบบงานได้ตรงตามความต้องการ	3.83	0.82	มาก	4.07	0.81	มาก
รวม	3.84	0.58	มาก	4.11	0.57	มาก

จากตารางที่ 35 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จำแนกตามสถานภาพแต่งงานพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่สมรสแล้ว ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.84) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ชื่อเสียงของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.01) รองลงมาคือความแตกต่าง แปลกใหม่ในการสร้างสรรค์งาน (ค่าเฉลี่ย 3.89) การสร้างมาตรฐานและคุณภาพการดำเนินงานของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 3.85) ผลิตและสร้างสรรค์รูปแบบงานได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.83) รูปแบบเทคนิค การวางแผนจัดงาน วิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.73) และผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังจะสมรส ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.11) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ชื่อเสียงของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมาคือความแตกต่าง แปลกใหม่ในการสร้างสรรค์งาน (ค่าเฉลี่ย 4.15) ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.14) รูปแบบเทคนิค การวางแผนจัดงาน วิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ผลิตและสร้างสรรค์รูปแบบงานได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.07) และการสร้างมาตรฐานและคุณภาพการดำเนินงานของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 36 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านราคา (Price) จำแนกตามสถานภาพแต่งงาน

รายการ	สมรสแล้ว			กำลังจะสมรส		
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	\bar{x}	S.D.	แปลผล
งบประมาณการจัดงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	4.12	0.67	มาก	4.22	0.70	มาก
ราคาที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการ	3.76	0.82	มาก	3.96	0.83	มาก
มีเงื่อนไขการชำระเงินแบ่งตามงวดที่เหมาะสม	3.79	0.76	มาก	3.88	0.77	มาก
รวม	3.89	0.62	มาก	4.02	0.64	มาก

จากตารางที่ 36 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านราคา (Price) จำแนกตามสถานภาพแต่งงานพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่สมรสแล้วให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.89) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ งบประมาณการจัดงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมาคือมีเงื่อนไขการชำระเงินแบ่งตามงวดที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.79) และราคาที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังจะสมรสให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.02) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ งบประมาณการจัดงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมาคือมีเงื่อนไขการชำระเงินแบ่งตามงวดที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.96) และราคาที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ตารางที่ 37 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามสถานภาพแต่งงาน

รายการ	สมรสแล้ว			กำลังจะสมรส		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ผู้รับจัดการงานมีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนเข้าถึงง่าย มีที่จอดรถกว้างขวางติดต่อสะดวก	3.88	0.76	มาก	3.99	0.83	มาก
ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์/ โทรสาร	3.80	0.82	มาก	3.95	0.83	มาก
สามารถติดต่อได้ทาง E-mail	3.58	0.70	มาก	3.83	0.74	มาก
มีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มี	3.68	0.76	มาก	3.85	0.82	มาก
รวม	3.74	0.59	มาก	3.91	0.64	มาก

จากตารางที่ 37 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามสถานภาพแต่งงานพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่สมรสแล้วให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.74) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ผู้รับจัดการงานมีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน เข้าถึงง่าย มีที่จอดรถกว้างขวางติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมาคือความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์/โทรสาร (ค่าเฉลี่ย 3.80) มีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มี (ค่าเฉลี่ย 3.68) และสามารถติดต่อได้ทาง E-mail (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังจะสมรส ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.91) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ผู้รับจัดการงานมีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน เข้าถึงง่าย มีที่จอดรถกว้างขวางติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมาคือความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์/โทรสาร (ค่าเฉลี่ย 3.95) มีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มี (ค่าเฉลี่ย 3.85) และสามารถติดต่อได้ทาง E-mail (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ตารางที่ 38 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามสถานภาพแต่งงาน

รายการ	สมรสแล้ว			กำลังจะสมรส		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ผู้รับจัดการงานมีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ	3.95	0.74	มาก	4.18	0.64	มาก
โฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้รับจัดการงานมีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือ จึงทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการ	3.95	0.80	มาก	3.99	0.73	มาก
การประชาสัมพันธ์ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและมีผลต่อการเลือกใช้บริการ	3.81	0.85	มาก	4.00	0.83	มาก
รวม	4.01	0.62	มาก	3.93	0.67	มาก

จากตารางที่ 38 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามสถานภาพแต่งงานพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่สมรสแล้วให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.01) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ผู้รับจัดการงานมีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ และโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้รับจัดการงานมีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือ จึงทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) และการประชาสัมพันธ์ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและมีผลต่อการเลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.81)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังจะสมรส ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.93) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ผู้รับจัดการงานมีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือการประชาสัมพันธ์ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและมีผลต่อการเลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้รับจัดการงานมีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือ จึงทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ตารางที่ 39 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านบุคลากร (People) จำแนกตามสถานภาพแต่งงาน

รายการ	สมรสแล้ว			กำลังจะสมรส		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
บุคลากรของผู้รับจัดการงาน มีความคิดสร้างสรรค์ มีความรู้ความสามารถ และมีทักษะในการแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ดี	4.02	0.78	มาก	4.15	0.72	มาก
บุคลากรฝ่ายการตลาด มีความสามารถในการเสนอขาย	3.83	0.80	มาก	4.01	0.73	มาก
บุคลากรในแต่ละแผนกของธุรกิจผู้รับจัดการงาน มีทักษะ ความชำนาญในด้านงานบริการลูกค้า	4.09	0.62	มาก	4.18	0.67	มาก
รวม	3.98	0.60	มาก	4.11	0.59	มาก

จากตารางที่ 39 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านบุคลากร (People) จำแนกตามสถานภาพแต่งงานพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่สมรสแล้วให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.98) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ บุคลากรในแต่ละแผนกของธุรกิจผู้รับจัดการงานมีทักษะ ความชำนาญในด้านงานบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมาคือบุคลากรของผู้รับจัดการงาน มีความคิดสร้างสรรค์ มีความรู้ความสามารถ และมีทักษะในการแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.02) และบุคลากรฝ่ายการตลาด มีความสามารถในการเสนอขาย (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังจะสมรส ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.11) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ บุคลากรในแต่ละแผนกของธุรกิจผู้รับจัดการงานมีทักษะ ความชำนาญในด้านงานบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือบุคลากรของผู้รับจัดการงาน มีความคิดสร้างสรรค์ มีความรู้ความสามารถ และมีทักษะในการแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.15) และบุคลากรฝ่ายการตลาด มีความสามารถในการเสนอขาย (ค่าเฉลี่ย 4.01)

ตารางที่ 40 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านกระบวนการ (Process) จำแนกตามสถานภาพแต่งงาน

รายการ	สมรสแล้ว			กำลังจะสมรส		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
มีขั้นตอนการนำเสนอรูปแบบการจัดงานอย่างเป็นระบบมีมาตรฐาน และเข้าใจง่าย	3.84	0.81	มาก	4.03	0.77	มาก
การดำเนินงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงตรงตามที่เสนอแผนงานไว้	3.92	0.79	มาก	3.99	0.63	มาก
มีการประเมินผลการจัดงานทั้งหมด เมื่อการจัดงานเสร็จสิ้น	3.73	0.83	มาก	4.00	0.77	มาก
มีความพร้อมในด้านต่างๆ ทั้งอุปกรณ์ ทีมงาน ฯลฯ	3.81	0.76	มาก	4.13	0.75	มาก
มีบริการหลายรูปแบบให้เลือกตามความพอใจ และงบประมาณ	3.86	0.82	มาก	4.12	0.73	มาก
มีกระบวนการในการควบคุมคุณภาพการให้บริการในวันจัดงาน	3.87	0.76	มาก	4.12	0.73	มาก
รวม	3.84	0.61	มาก	4.07	0.55	มาก

จากตารางที่ 40 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านกระบวนการ (Process) จำแนกตามสถานภาพแต่งงานพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่สมรสแล้วให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.84) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การดำเนินงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงตรงตามที่เสนอแผนงานไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.92) รองลงมาคือมีกระบวนการในการควบคุมคุณภาพการให้บริการในวันจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 3.87) การที่ผู้รับจัดการงานมีบริการหลายรูปแบบให้เลือกตามความพอใจและงบประมาณ (ค่าเฉลี่ย 3.86) การมีขั้นตอนการนำเสนอรูปแบบการจัดงานอย่างเป็นระบบมีมาตรฐาน และเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.84) มีความพร้อมในด้านต่างๆ ทั้งอุปกรณ์ ทีมงาน ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.81) และมีการประเมินผลการจัดงานทั้งหมด เมื่อการจัดงานเสร็จสิ้น (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังจะสมรส ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.11) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การที่ผู้รับจัดการงานมีความพร้อมในด้านต่างๆ ทั้งอุปกรณ์ ทีมงาน ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาคือการมีบริการหลายรูปแบบให้เลือกตามความพอใจและงบประมาณและการมีกระบวนการในการควบคุมคุณภาพการให้บริการในวันจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.12) การมีขั้นตอนการนำเสนอรูปแบบการจัดงานอย่างเป็นระบบมีมาตรฐาน และเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีการประเมินผลการจัดงานทั้งหมด เมื่อการจัดงานเสร็จสิ้น (ค่าเฉลี่ย 4.00) และการดำเนินงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงตรงตามที่เสนอแผนงานไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ตารางที่ 41 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) จำแนกตามการแต่งงาน

รายการ	สมรสแล้ว			กำลังจะสมรส		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
การจัดตกแต่งสถานที่ภายในของผู้รับจัดการงาน มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์	4.09	0.71	มาก	4.25	0.66	มาก
มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัย ครบวงจร อาทิ ห้องบันทึกเสียง สตูดิโอสำหรับถ่ายทำ	3.78	0.69	มาก	4.12	0.84	มาก
การแต่งกายของพนักงานเป็นเอกลักษณ์ น่าเชื่อถือ	3.67	0.68	มาก	4.02	0.77	มาก
รวม	3.85	0.57	มาก	4.13	0.60	มาก

จากตารางที่ 41 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) จำแนกตามสถานภาพแต่งงานพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่สมรสแล้วให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.85) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การจัดตกแต่งสถานที่ภายในของผู้รับจัดการงาน มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมาคือมีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัย ครบวงจร อาทิ ห้องบันทึกเสียง สตูดิโอสำหรับถ่ายทำ (ค่าเฉลี่ย 3.78) และการแต่งกายของพนักงานเป็นเอกลักษณ์น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังจะสมรส ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.13) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การจัดตกแต่งสถานที่ภายในของผู้รับจัดการงาน มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาคือมีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัย ครบวงจร อาทิ ห้องบันทึกเสียง สตูดิโอสำหรับถ่ายทำ (ค่าเฉลี่ย 4.12) และการแต่งกายของพนักงานเป็นเอกลักษณ์น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ตารางที่ 42 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านผลิตภัณฑ์บริการ (Product) จำแนกตามงบประมาณการดำเนินงาน

รายการ	ต่ำกว่า 200,000 บาท			200,001 - 400,000 บาท			มากกว่า 400,00 บาท		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ชื่อเสียงของผู้รับจัดการงาน	4.05	0.60	มาก	4.14	0.51	มาก	4.20	0.71	มาก
รูปแบบ เทคนิค การวางแผนจัดงาน วิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ	3.79	0.76	มาก	3.98	0.82	มาก	4.06	0.79	มาก
ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน	3.88	0.81	มาก	3.93	0.79	มาก	4.02	0.79	มาก
ความแตกต่าง แปลกใหม่ในการสร้างสรรค์รูปแบบงาน	3.96	0.80	มาก	3.98	0.63	มาก	4.17	0.69	มาก
การสร้างมาตรฐาน และคุณภาพการจัดการงานของผู้รับจัดการงาน	3.87	0.94	มาก	3.93	0.70	มาก	4.02	0.86	มาก
ผลิตและสร้างสรรค์รูปแบบงานได้ตรงตามความต้องการ	3.83	0.85	มาก	3.91	0.80	มาก	4.20	0.74	มาก
รวม	3.90	0.61	มาก	3.98	0.52	มาก	4.11	0.57	มาก

จากตารางที่ 42 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จำแนกตามงบประมาณการดำเนินงานพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่กำหนดงบประมาณในการจัดการงานการดำเนินงานต่ำกว่า 20,000 บาทให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.90) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ชื่อเสียงของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมาคือการผลิตและสร้างสรรค์รูปแบบงานได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.96) ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 3.88) การสร้างมาตรฐานและคุณภาพการดำเนินงานของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 3.87) การผลิตและสร้างสรรค์รูปแบบงานได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.83) และรูปแบบ เทคนิค การวางแผนจัดงาน วิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำหนดงบประมาณในการจัดการงานแต่งงานระหว่าง 20,001 – 40,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.98) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ชื่อเสียงของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมาคือรูปแบบ เทคนิค การวางแผนจัดงาน วิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ และความแตกต่างแปลกใหม่ในการสร้างสรรค์รูปแบบงาน (ค่าเฉลี่ย 3.98) ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงานและการสร้างมาตรฐานและคุณภาพการดำเนินงานของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 3.93) และการผลิตและสร้างสรรค์รูปแบบงานได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำหนดงบประมาณในการจัดการงานแต่งงานมากกว่า 40,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.11) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ชื่อเสียงของผู้รับจัดการงานและการผลิตและสร้างสรรค์รูปแบบงานได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาคือความแตกต่างแปลกใหม่ในการสร้างสรรค์รูปแบบงาน (ค่าเฉลี่ย 4.17) รูปแบบ เทคนิค การวางแผนจัดงาน วิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.06) และผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงานและการสร้างมาตรฐานและคุณภาพการดำเนินงานของผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ตารางที่ 43 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้าน
ราคา (Price) จำแนกตามงบประมาณการดำเนินงาน

รายการ	ต่ำกว่า 200,000 บาท			200,001 - 400,000 บาท			มากกว่า 400,000 บาท		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
งบประมาณการจัดงานมี ผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้ผู้รับจัดการงาน	4.18	0.72	มาก	4.20	0.51	มาก	4.13	0.75	มาก
ราคาที่ยืดหยุ่นและ ปรับเปลี่ยนได้ตามความ ต้องการ	3.86	0.87	มาก	3.82	0.72	มาก	3.89	0.84	มาก
มีเงื่อนไขการชำระเงินแบ่ง ตามงวดที่เหมาะสม	3.87	0.77	มาก	3.80	0.79	มาก	3.80	0.74	มาก
รวม	3.97	0.68	มาก	3.94	0.51	มาก	3.94	0.64	มาก

จากตารางที่ 43 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านราคา (Price) จำแนกตามงบประมาณการดำเนินงานพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่กำหนดงบประมาณในการจัดการงานการดำเนินงานต่ำกว่า 20,000 บาทให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.97) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ งบประมาณการจัดงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือการมีเงื่อนไขการชำระเงินแบ่งตามงวดที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.87) และราคาที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำหนดงบประมาณในการจัดการงานแต่งงานระหว่าง 20,001 – 40,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.94) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ งบประมาณการจัดงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาคือการมีราคาที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.82) และการมีเงื่อนไขการชำระเงินแบ่งตามงวดที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำหนดงบประมาณในการจัดการงานแต่งงานมากกว่า 40,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.94) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ งบประมาณการจัดงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผู้รับจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาคือการมีราคาที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.89) และการมีเงื่อนไขการชำระเงินแบ่งตามงวดที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ตารางที่ 44 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้บริหารงานด้านการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามงบประมาณการดำเนินงาน

รายการ	ต่ำกว่า 200,000 บาท			200,001-400,000 บาท			400,000 บาท ขึ้นไป		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ผู้บริหารงานมีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนเข้าถึงง่าย มีที่จอดรถกว้างขวาง ติดต่อสะดวก	3.99	0.80	มาก	3.86	0.77	มาก	3.89	0.82	มาก
ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์/โทรสาร	3.90	0.84	มาก	3.84	0.81	มาก	3.85	0.83	มาก
สามารถติดต่อได้ทาง E-mail	3.60	0.73	มาก	3.84	0.61	มาก	3.80	0.79	มาก
มีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มี	3.80	0.77	มาก	3.73	0.76	มาก	3.72	0.88	มาก
รวม	3.82	0.62	มาก	3.82	0.55	มาก	3.81	0.68	มาก

จากตารางที่ 44 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามงบประมาณการแต่งงานพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่กำหนดงบประมาณในการจัดการงานแต่งงานต่ำกว่า 20,000 บาทให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.82) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ผู้รับจัดการงานมีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน เข้าถึงง่าย มีที่จอดรถกว้างขวาง ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมาคือความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์/ โทรสาร (ค่าเฉลี่ย 3.90) การมีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มี (ค่าเฉลี่ย 3.80) และสามารถติดต่อได้ทาง E-mail (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำหนดงบประมาณในการจัดการงานแต่งงานระหว่าง 20,001 – 40,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.82) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ผู้รับจัดการงานมีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน เข้าถึงง่าย มีที่จอดรถกว้างขวาง ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.86) รองลงมาคือความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์/ โทรสาร และสามารถติดต่อได้ทาง E-mail (ค่าเฉลี่ย 3.84) และการมีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มี (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำหนดงบประมาณในการจัดการงานแต่งงานมากกว่า 40,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.81) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ผู้รับจัดการงานมีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน เข้าถึงง่าย มีที่จอดรถกว้างขวาง ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมาคือความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์/ โทรสาร (ค่าเฉลี่ย 3.85) และการมีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มี (ค่าเฉลี่ย 3.80) และการมีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มี (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ตารางที่ 45 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามงบประมาณการดำเนินงาน

รายการ	ต่ำกว่า 200,000 บาท			200,001-400,000 บาท			มากกว่า 400,000 บาท		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ผู้รับจัดการงานมีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ	4.05	0.71	มาก	4.18	0.58	มาก	4.00	0.78	มาก
โฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ของผู้รับจัดการงานมีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือ	3.92	0.77	มาก	4.02	0.73	มาก	4.02	0.79	มาก
การประชาสัมพันธ์ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ	3.89	0.88	มาก	3.91	0.80	มาก	3.93	0.82	มาก
รวม	3.95	0.67	มาก	4.04	0.57	มาก	3.98	0.67	มาก

จากตารางที่ 45 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามงบประมาณการดำเนินงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่กำหนดงบประมาณในการจัดการงานต่ำกว่า 20,000 บาทให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.95) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ผู้รับจัดการงานมีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมาคือ โฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้รับจัดการงานมีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.92) และการประชาสัมพันธ์ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำหนดงบประมาณในการจัดการงานระหว่าง 20,001 – 40,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.04) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ผู้รับจัดการงานมีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือ โฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้รับจัดการงานมีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.02) และการประชาสัมพันธ์ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำหนดงบประมาณในการจัดการงานมากกว่า 40,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.98) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ โฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้รับจัดการงานมีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมาคือผู้รับจัดการงานมีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และการประชาสัมพันธ์ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ตารางที่ 46 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้บริหารงานด้าน
บุคลากร (People) จำแนกตามงบประมาณการดำเนินงาน

รายการ	ต่ำกว่า 200,000 บาท			200,001-400,000 บาท			มากกว่า 400,000 บาท		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
บุคลากรของผู้รับจัดการงาน มีความคิดสร้างสรรค์ มีความรู้ความสามารถ และมีทักษะในการแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้า	4.08	0.80	มาก	4.07	0.66	มาก	4.11	0.72	มาก
บุคลากรฝ่ายการตลาด มีความสามารถในการเสนอขาย	3.92	0.80	มาก	3.98	0.73	มาก	3.87	0.75	มาก
บุคลากรในแต่ละแผนก ของธุรกิจผู้รับจัดการงาน มีทักษะ ความชำนาญใน ด้านงานบริการลูกค้า	4.18	0.67	มาก	4.09	0.47	มาก	4.09	0.73	มาก
รวม	4.06	0.63	มาก	4.05	0.51	มาก	4.02	0.61	มาก

จากตารางที่ 46 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านบุคลากร (People) จำแนกตามงบประมาณการแต่งงานพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่กำหนดงบประมาณในการจัดการงานแต่งงานต่ำกว่า 20,000 บาทให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.06) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ บุคลากรในแต่ละแผนกของธุรกิจผู้รับจัดการงานมีทักษะ ความชำนาญในด้านงานบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือบุคลากรของผู้รับจัดการงาน มีความคิดสร้างสรรค์ มีความรู้ความสามารถ และมีทักษะในการแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.08) และบุคลากรฝ่ายการตลาด มีความสามารถในการเสนอขาย (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำหนดงบประมาณในการจัดการงานแต่งงานระหว่าง 20,001 – 40,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.05) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ บุคลากรในแต่ละแผนกของธุรกิจผู้รับจัดการงานมีทักษะ ความชำนาญในด้านงานบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมาคือบุคลากรของผู้รับจัดการงาน มีความคิดสร้างสรรค์ มีความรู้ความสามารถ และมีทักษะในการแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.07) และบุคลากรฝ่ายการตลาด มีความสามารถในการเสนอขาย (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำหนดงบประมาณในการจัดการงานแต่งงานมากกว่า 40,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.02) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ บุคลากรของผู้รับจัดการงาน มีความคิดสร้างสรรค์ มีความรู้ความสามารถ และมีทักษะในการแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมาคือบุคลากรในแต่ละแผนกของธุรกิจผู้รับจัดการงานมีทักษะ ความชำนาญในด้านงานบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.09) และบุคลากรฝ่ายการตลาด มีความสามารถในการเสนอขาย (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ตารางที่ 47 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านกระบวนการ (Process) จำแนกตามงบประมาณการจัดงาน

รายการ	ต่ำกว่า 200,000 บาท			200,001 - 400,000 บาท			มากกว่า 400,000 บาท		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
มีขั้นตอนการนำเสนอรูปแบบการจัดงานอย่างเป็นระบบมีมาตรฐานเข้าใจง่าย	3.96	0.84	มาก	3.82	0.69	มาก	3.98	0.79	มาก
ในกระบวนการทำงานได้ดำเนินงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงตรงตามที่เสนอแผนงานไว้	3.97	0.71	มาก	3.86	0.67	มาก	4.00	0.75	มาก
มีการประเมินผลการจัดงานทั้งหมด เมื่อดำการจัดงานเสร็จสิ้น	3.81	0.86	มาก	3.95	0.61	มาก	3.89	0.84	มาก
มีความพร้อมในด้านต่างๆ ทั้งอุปกรณ์ ทีมงาน ฯลฯ	4.07	0.80	มาก	3.84	0.61	มาก	3.89	0.82	มาก
มีบริการหลายรูปแบบให้เลือกตามความพอใจและงบประมาณ	4.00	0.82	มาก	4.05	0.71	มาก	3.93	0.77	มาก
มีการควบคุมคุณภาพการให้บริการในงาน	4.00	0.78	มาก	3.86	0.67	มาก	4.09	0.76	มาก
รวม	3.97	0.63	มาก	3.90	0.46	มาก	3.96	0.62	มาก

จากตารางที่ 47 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านกระบวนการ (Process) จำแนกตามงบประมาณการดำเนินงานพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่กำหนดงบประมาณในการจัดการงานต่ำกว่า 20,000 บาทให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.97) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีความพร้อมในด้านต่างๆ ทั้งอุปกรณ์ ทีมงาน ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมาคือการมีบริการหลายรูปแบบให้เลือกตามความพอใจและงบประมาณและมีการควบคุมคุณภาพการให้บริการในจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ในกระบวนการทำงานได้ดำเนินงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงตรงตามที่เสนอแผนงานไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีขั้นตอนการนำเสนอรูปแบบการจัดงานอย่างเป็นระบบมีมาตรฐาน เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.96) และมีการประเมินผลการจัดงานทั้งหมดเมื่อดำเนินการจัดงานเสร็จสิ้น (ค่าเฉลี่ย 3.81)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำหนดงบประมาณในการจัดการงานแต่งงานระหว่าง 20,001 – 40,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.90) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีบริการหลายรูปแบบให้เลือกตามความพอใจและงบประมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมาคือมีการประเมินผลการจัดงานทั้งหมด เมื่อดำเนินการจัดงานเสร็จสิ้น (ค่าเฉลี่ย 3.95) มีการควบคุมคุณภาพการให้บริการในจัดงานและในกระบวนการทำงานได้ดำเนินงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงตรงตามที่เสนอแผนงานไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีความพร้อมในด้านต่างๆ ทั้งอุปกรณ์ ทีมงาน ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีขั้นตอนการนำเสนอรูปแบบการจัดงานอย่างเป็นระบบมีมาตรฐาน เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำหนดงบประมาณในการจัดการงานแต่งงานมากกว่า 40,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.96) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีการควบคุมคุณภาพการให้บริการในจัดงาน (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมาคือในกระบวนการทำงานได้ดำเนินงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงตรงตามที่เสนอแผนงานไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีขั้นตอนการนำเสนอรูปแบบการจัดงานอย่างเป็นระบบมีมาตรฐาน เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.98) มีบริการหลายรูปแบบให้เลือกตามความพอใจและงบประมาณ (ค่าเฉลี่ย 3.93) และมีการประเมินผลการจัดงานทั้งหมด เมื่อดำเนินการจัดงานเสร็จสิ้นและ มีความพร้อมในด้านต่างๆ ทั้งอุปกรณ์ ทีมงาน ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ตารางที่ 48 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกให้ผู้รับจัดการงานด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) จำแนกตามงบประมาณการแต่งงาน

รายการ	ต่ำกว่า 200,000 บาท			200,001-400,000 บาท			มากกว่า 400,000 บาท		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
การจัดตกแต่งสถานที่ภายในของผู้รับจัดการงาน มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์	4.13	0.71	มาก	4.18	0.54	มาก	4.24	0.75	มาก
มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัย ครบวงจร อาทิห้องบันทึกเสียง สตูดิโอ ถ่ายทำ	3.95	0.79	มาก	3.82	0.81	มาก	4.06	0.76	มาก
การแต่งกายของพนักงานเป็นเอกลักษณ์น่าเชื่อถือ	3.80	0.73	มาก	3.77	0.71	มาก	3.98	0.79	มาก
รวม	3.96	0.61	มาก	3.92	0.55	มาก	4.09	0.64	มาก

จากตารางที่ 48 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลในการเลือกใช้ผู้รับจัดการงานด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) จำแนกตามงบประมาณการแต่งงานพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่กำหนดงบประมาณในการจัดการแต่งงานต่ำกว่า 20,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.96) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การจัดตกแต่งสถานที่ภายในของผู้รับจัดการงาน มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาคือมีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัย ครบวงจร อาทิห้องบันทึกเสียง สตูดิโอถ่ายทำ (ค่าเฉลี่ย 3.95) และการแต่งกายของพนักงานเป็นเอกลักษณ์น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำหนดงบประมาณในการจัดการงานแต่งงานระหว่าง 20,001 – 40,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.92) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การจัดตกแต่งสถานที่ภายในของผู้รับจัดการงาน มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือมีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัย ครบวงจร อาทิห้องบันทึกเสียง สตูดิโอถ่ายทำ (ค่าเฉลี่ย 3.82) และการแต่งกายของพนักงานเป็นเอกลักษณ์น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำหนดงบประมาณในการจัดการงานแต่งงานมากกว่า 40,000 บาท ให้ระดับการมีอิทธิพลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพโดยรวมและในทุกประเด็นย่อยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.09) โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การจัดตกแต่งสถานที่ภายในของผู้รับจัดการงาน มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมาคือมีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัย ครบวงจร อาทิห้องบันทึกเสียง สตูดิโอถ่ายทำ (ค่าเฉลี่ย 4.06) และการแต่งกายของพนักงานเป็นเอกลักษณ์น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ส่วนที่ 4 สอบถามเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผู้รับจัดการงาน
แต่งงานในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อปัญหาตลอดจนข้อเสนอแนะในการใช้บริการจากผู้รับจัดการงาน
แต่งงานในจังหวัดเชียงใหม่ จากแบบสอบถามปลายเปิด ซึ่งพอสรุปเป็นประเด็น ได้ดังนี้

ตารางที่ 49 แสดงค่าความถี่และร้อยละของข้อเสนอแนะและปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อการใช้บริการ
ผู้รับจัดการงานแต่งงานในจังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาและข้อเสนอแนะ	จำนวนผู้ตอบ แบบสอบถาม	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ		
1. ผู้รับจัดการงานให้บริการหลังการขายไม่ดี	4	6.67
2. อุปกรณ์ที่ใช้ไม่ทันสมัย	7	11.67
3. รูปแบบในการจัดงานไม่แตกต่าง แปลกใหม่ หรือโดดเด่นจากการจัดการงานแต่งงานทั่วไป	3	5.00
ด้านราคา		
1. ราคาที่ผู้รับจัดงานกำหนดไม่คุ้มค่ากับผลงานเมื่อเทียบกับรูปแบบที่นำเสนอก่อนการจัดการงาน	6	10.00
2. ผู้รับจัดการงานควรมีราคาที่ยืดหยุ่น เช่นมีแพคเกจให้เลือก	1	1.67
ด้านการจัดจำหน่าย		
1. ผู้รับจัดการงานยังขาดช่องทางในการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ทำให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงข้อมูลได้ยาก	2	3.33
2. ควรมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรผู้รับจัดการงาน เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการเปรียบเทียบตัดสินใจเลือกใช้บริการ	5	8.33

ตารางที่ 49 (ต่อ) แสดงค่าความถี่ของข้อเสนอแนะและปัญหาที่มีต่อการใช้บริการผู้รับจัดการงาน

ปัญหาและข้อเสนอแนะ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	ร้อยละ
ด้านการส่งเสริมการขาย ผู้รับจัดการงานแต่งงานในจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการขาย จึงขาดแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการ	2	3.33
ด้านบุคลากรหรือพนักงาน 1. พนักงานยังมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการจัดงาน 2. ควรพัฒนาพนักงานควรมีความรู้ ความเชี่ยวชาญมากขึ้น เช่น ด้านขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมล้านนาในการจัดงานแต่งงาน เป็นต้น	4 8	6.67 13.33
ด้านการนำเสนอและสร้างหลักฐานทางกายภาพ 1. ผลงานที่ออกมายังไม่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ 2. ยังขาดการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรที่เป็นเอกลักษณ์ 3. ลำดับการไม่กระชับ และการทำงานล่าช้า	12 1 5	20.00 1.67 8.33
รวม	60	100

จากตารางที่ 49 พบว่า ปัญหาส่วนใหญ่ที่กลุ่มตัวอย่างพบจากการใช้บริการผู้รับจัดการงานแต่งงานในจังหวัดเชียงใหม่ คือ ผลงานที่ออกมายังไม่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 20.00 รองลงมาคือ การที่พนักงานขาดความรู้ ความเชี่ยวชาญ ด้านขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมล้านนาในการจัดงานแต่งงาน คิดเป็นร้อยละ 13.33 อุปกรณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการทำงานไม่ทันสมัย คิดเป็นร้อยละ 11.67 ราคาที่ผู้รับจัดงานกำหนดไม่คุ้มค่ากับผลงานเมื่อเทียบกับรูปแบบที่นำเสนอก่อนการจัดการงาน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ผู้รับจัดการงานควรมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรผู้รับจัดการงาน เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการเปรียบเทียบตัดสินใจเลือกใช้บริการ และลำดับการไม่กระชับ และการทำงานล่าช้า คิดเป็นร้อยละเท่า ๆ กัน คือร้อยละ 8.33 ผู้รับจัดการงานให้บริการหลังการขายไม่ดี รวมถึงพนักงานยังมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการจัดงาน คิดเป็นร้อยละ 6.67 รูปแบบในการจัดงานไม่แตกต่าง แปลกใหม่ หรือโดดเด่นจากการจัดการงานแต่งงานทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 5.00 ผู้รับจัดการงานยังขาดช่องทางในการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ทำให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงข้อมูลได้ยาก และ ผู้รับจัดการงานแต่งงานในจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการขาย จึงขาดแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละเท่า ๆ กัน คือร้อยละ 3.33 ราคาที่ตั้งไว้ของผู้รับจัดการงานควรมีราคาที่ยืดหยุ่น เช่น มีแพคเกจให้เลือกและยังขาดการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรที่เป็นเอกลักษณ์ คิดเป็นร้อยละเท่า ๆ กันคือ ร้อยละ 1.67