

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 260 ราย

ผลการศึกษสามารถสรุปได้ 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสื่อมวลชนเสียงสันติจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ใช้บริการสื่อมวลชนเสียงสันติจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม อาชีพ และประเภทกิจการ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม อาชีพ และ ประเภทกิจการ

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

### สรุปผลการศึกษา

#### ส่วนที่ 1 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดเป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาคือต่ำกว่าหรือเท่ามัธยมปลาย/ปวช. อนุปริญญา/ปวส. หรือเทียบเท่า และระดับปริญญาโท และสูงกว่า ตามลำดับ ตำแหน่งเป็นพนักงานทั่วไป/เจ้าหน้าที่มากที่สุด รองลงมาตำแหน่งอื่นๆ เจ้าของกิจการ กรรมการผู้จัดการ/ผู้อำนวยการ หุ่นส่วนของกิจการ ศิษย์บาลคริสตจักร ผู้ประสานงานองค์กร ผู้ปกครองคริสตจักร และศาสตราจารย์คริสตจักร ตามลำดับ โดยรูปแบบของกิจการเป็นประเภทมูลนิธิไม่แสวงหากำไรมากที่สุด รองลงมาคือ โรงเรียน / มหาวิทยาลัย กิจการเจ้าของคนเดียว รัฐ / รัฐวิสาหกิจ ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัท จำกัด ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสื่อมวลชนเสียงสันติจังหวัด

### เชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมเคยซื้อ ซีดี วีดีโอ ดีวีดี เพลงและคำเทศนา มากที่สุด เคยใช้บริการ สำเนา เทป ซีดี ดีวีดี มากที่สุด รู้จักสื่อมวลชนเสียงสันติจากเพื่อนและคนรู้จัก แนะนำ ความถี่ในการใช้บริการนานๆ ครั้ง ใช้บริการมากกว่า 5 ครั้ง ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้าจากสื่อมวลชนเสียงสันติ ต่ำกว่า 500 บาท ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการจากสื่อมวลชนเสียงสันติ ต่ำกว่า 500 บาท เหตุผลในการใช้บริการของสื่อมวลชนเสียงสันติเพราะมีคุณภาพดี วัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อผลิตเป็นสื่อสารคดี ความรู้ต่างๆ มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.87 ได้แก่ สื่อที่ผลิตมีคุณภาพดี ปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.60 มีอัตราค่าใช้บริการติดแสดงไว้ชัดเจน ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.75 ท่าเลที่ตั้งติดต่อสะดวก ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.58 มีเอกสาร/แผ่นพับ/ข้อมูลต่างๆ ให้บริการอย่างเพียงพอ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.75 ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.66 มีกระบวนการและขั้นตอนเป็นระบบชัดเจน ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.82 สถานที่สะอาด/พื้นที่และบรรยากาศเอื้ออำนวยต่อผู้เข้ารับบริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านหลักฐานทางกายภาพ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด

## ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ใช้บริการสื่อมวลชนเสียงสันติจังหวัดเชียงใหม่

### จำแนกตาม อาชีพ และประเภทกิจการ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพเกี่ยวกับประเภทสินค้าที่เคยซื้อจากสื่อมวลชนเสียงสันติ นักเรียน/นักศึกษา เคยซื้อของที่ระลึก มากที่สุด ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร และ ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ เคยซื้อ ซีดี วีดีโอ ดีวีดี เพลง / คำเทศนา มากที่สุด บริการที่เคยใช้จากสื่อมวลชนเสียงสันติ นักเรียน/นักศึกษา เคยใช้บริการ การฝึกอบรมด้านการผลิตสื่อ มากที่สุด ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ เคยใช้บริการ การใช้บริการห้องประชุม / สัมมนา มากที่สุด พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร เคยใช้บริการ การสำเนา เทป, ซีดี, ดีวีดี มากที่สุด ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ เคยใช้บริการ การใช้บริการห้องประชุม / สัมมนา มากที่สุด สื่อที่ทำให้รู้จักสื่อมวลชนเสียงสันติ นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ

/ รัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ รู้จักสื่อมวลชนเสียง  
 สันติจากเพื่อน / คนรู้จัก แนะนำ มากที่สุด ความถี่ในการใช้บริการ นักเรียน/นักศึกษา  
 ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร และธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มี  
 ความถี่ในการใช้บริการนานๆ ครั้ง 4 – 6 เดือน / ครั้ง มากที่สุด จำนวนการเคยใช้บริการ นักเรียน/  
 นักศึกษา ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ เคยใช้บริการ 3 – 4 ครั้ง มากที่สุด พนักงานเอกชน / องค์กร  
 ไม่แสวงกำไร ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ เคยใช้บริการมากกว่า 5 ครั้ง มากที่สุด ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อ  
 ครั้งในการซื้อสินค้าจากสื่อมวลชนเสียงสันติ นักเรียน/นักศึกษา มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการ  
 ซื้อสินค้าจากสื่อมวลชนเสียงสันติ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท มากที่สุด ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ  
 มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้าจากสื่อมวลชนเสียงสันติ 501 – 1,000 บาท มากที่สุด  
 พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้าจากสื่อมวลชน  
 เสียงสันติ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท มากที่สุด ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อ  
 ครั้งในการซื้อสินค้าจากสื่อมวลชนเสียงสันติ 501 – 1,000 บาท มากที่สุด ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อ  
 ครั้งในการใช้บริการจากสื่อมวลชนเสียงสันติ นักเรียน/นักศึกษา มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งใน  
 การใช้บริการ ต่ำกว่า 500 บาท มากที่สุด ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งใน  
 การใช้บริการ 500 – 1,500 บาท มากที่สุด พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร มีค่าใช้จ่าย  
 โดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการ ต่ำกว่า 500 บาท มากที่สุด ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีค่าใช้จ่ายโดย  
 เฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการ ต่ำกว่า 500 บาท และ 500 – 1,500 บาท มีจำนวนเท่ากันมากที่สุด  
 เหตุผลในการใช้บริการของสื่อมวลชนเสียงสันติ นักเรียน/นักศึกษา มีเหตุผลในการใช้บริการ  
 เพราะ มีคุณภาพดี มากที่สุด ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีเหตุผลในการใช้บริการ เพราะมีคุณภาพดี  
 มากที่สุด พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร มีเหตุผลในการใช้บริการ เพราะมีคุณภาพดี  
 และราคาไม่แพง มีจำนวนเท่ากัน มากที่สุด ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีเหตุผลในการใช้บริการ เพราะ  
 ราคาไม่แพง มากที่สุด วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสื่อมวลชนเสียงสันติ นักเรียน/นักศึกษา  
 ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร และ ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มี  
 วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ เพื่อผลิตเป็นสื่อสารคดีความรู้ต่างๆ มากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทกิจการเกี่ยวกับประเภทสินค้าที่เคยซื้อจาก  
 สื่อมวลชนเสียงสันติ พบว่าองค์กรธุรกิจ โรงเรียน/มหาวิทยาลัย เคยซื้อ ซีดี วีดีโอ ดีวีดี เพลง / คำ  
 เทศนา จากสื่อมวลชนเสียงสันติ มากที่สุด รัฐ / รัฐวิสาหกิจ เคยซื้อ ซีดี วีดีโอ ดีวีดี เพลง / คำ  
 เทศนา ซีดี วีดีโอ ดีวีดี เพลง / คำเทศนา และหนังสือความรู้เกี่ยวกับคริสเตียน มีจำนวนเท่ากันมาก  
 ที่สุด มูลนิธิไม่แสวงหากำไร เคยซื้อ ซีดี วีดีโอ ดีวีดี เพลง / คำเทศนา จากสื่อมวลชนเสียงสันติ  
 มากที่สุด บริการที่เคยใช้จากสื่อมวลชนเสียงสันติ องค์กรธุรกิจ เคยใช้บริการ การ Copy เทป, ซีดี,

ดิวิดี และการใช้บริการห้องประชุม / สัมมนา มีจำนวนเท่ากัน มากที่สุด โรงเรียน / มหาวิทยาลัย เคยใช้บริการการ Copy เทป, ซีดี, ดิวิดี มากที่สุด รัฐ / รัฐวิสาหกิจ เคยใช้บริการ การใช้บริการห้องประชุม / สัมมนา มากที่สุด มูลนิธิไม่แสวงหากำไร เคยใช้บริการ การ Copy เทป, ซีดี, ดิวิดี มากที่สุด สื่อที่ทำให้รู้จักสื่อมวลชนเสียงสันติ องค์กรธุรกิจ โรงเรียน / มหาวิทยาลัย รัฐ / รัฐวิสาหกิจ และ มูลนิธิไม่แสวงหากำไร รู้จักสื่อมวลชนเสียงสันติจากเพื่อน / คนรู้จัก แนะนำ มากที่สุด ความถี่ในการใช้บริการ องค์กรธุรกิจ โรงเรียน / มหาวิทยาลัย และรัฐ / รัฐวิสาหกิจ มีความถี่ในการใช้บริการนานๆ ครั้ง 4 – 6 เดือน / ครั้ง มากที่สุด มูลนิธิไม่แสวงหากำไร มีความถี่ในการใช้บริการเป็นครั้งคราว 2 – 3 เดือน / ครั้ง มากที่สุด จำนวนการเคยใช้บริการ องค์กรธุรกิจ โรงเรียน / มหาวิทยาลัย และ รัฐ / รัฐวิสาหกิจ เคยใช้บริการ 3 – 4 ครั้งมากที่สุด มูลนิธิไม่แสวงหากำไร เคยใช้บริการมากกว่า 5 ครั้งมากที่สุด ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้า องค์กรธุรกิจ และ โรงเรียน / มหาวิทยาลัย มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้า ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท มากที่สุด รัฐ / รัฐวิสาหกิจ มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้า 501 – 1,000 บาท มากที่สุด มูลนิธิไม่แสวงหากำไร มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้า ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท มากที่สุด ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการจากสื่อมวลชนเสียงสันติ องค์กรธุรกิจ โรงเรียน / มหาวิทยาลัย และมูลนิธิไม่แสวงหากำไร มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการ ต่ำกว่า 500 บาท มากที่สุด รัฐ / รัฐวิสาหกิจ มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการ 500 – 1,500 บาท มากที่สุด เหตุผลในการใช้บริการของสื่อมวลชนเสียงสันติ องค์กรธุรกิจ โรงเรียน / มหาวิทยาลัย และ รัฐ / รัฐวิสาหกิจ มีเหตุผลในการใช้บริการ เพราะมีคุณภาพดี มากที่สุด มูลนิธิไม่แสวงหากำไร มีเหตุผลในการใช้บริการ เพราะราคาไม่แพง มากที่สุด วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสื่อมวลชนเสียงสันติ องค์กรธุรกิจ และ โรงเรียน / มหาวิทยาลัย มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการ เพื่อผลิตเป็นสื่อสารคดีความรู้ต่างๆ มากที่สุด รัฐ / รัฐวิสาหกิจ มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการ เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กร และเพื่อผลิตเป็นสื่อสารคดีความรู้ต่างๆ มีจำนวนเท่ากัน มากที่สุด มูลนิธิไม่แสวงหากำไร มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการ เพื่อผลิตเป็นสื่อสารคดีความรู้ต่างๆ มากที่สุด

#### ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัด เชียงใหม่

ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัด เชียงใหม่ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านหลักฐานทางกายภาพ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด

##### ความพึงพอใจการให้บริการด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ สื่อที่ผลิตมีคุณภาพดี รองลงมาคือ ความมีชื่อเสียงของสื่อมวลชนเสียงสันติ เชียงใหม่ และมีการใช้เทคโนโลยีทันสมัยเพื่อบริการแก่ลูกค้าได้สะดวกรวดเร็ว เช่นการถ่ายทำและตัดต่อด้วยระบบดิจิทัล

##### ความพึงพอใจการให้บริการด้านราคา

จากการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีอัตราค่าใช้บริการคิดแสดงไว้ชัดเจน รองลงมาคือระดับราคาในการให้บริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ และระดับราคาในการให้บริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นจากบริษัทอื่นๆ

##### ความพึงพอใจการให้บริการด้านการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก 3 ลำดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งติดต่อสะดวก รองลงมาคือความสะดวกในการเดินทางเข้ามาสื่อมวลชนเสียงสันติ และการขอพบเพื่อให้รายละเอียดที่หน่วยงานของลูกค้า

##### ความพึงพอใจการให้บริการด้านส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีเอกสาร แผ่นพับ/ข้อมูลต่างๆ ให้บริการอย่างเพียงพอ รองลงมาคือ มีการโฆษณาทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ให้เป็นที่รู้จัก และพนักงานประชาสัมพันธ์มีความชำนาญและความรู้ สามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ของผู้ใช้บริการได้ดี

### ความพึงพอใจการใช้บริการด้านบุคลากร

จากการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจของผู้ให้บริการตามปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก 3 ลำดับแรก ได้แก่ ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร รองลงมาคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี และพนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งการที่ดี น่าเชื่อถือ

### ความพึงพอใจการใช้บริการด้านกระบวนการ

จากการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจของผู้ให้บริการตามปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีกระบวนการและขั้นตอนเป็นระบบชัดเจน รองลงมาคือ ส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดให้กับลูกค้า และการแนะนำการให้บริการผลิตภัณฑ์

### ความพึงพอใจการใช้บริการด้านหลักฐานทางกายภาพ

จากการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจของผู้ให้บริการตามปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก 3 ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่สะอาด พื้นที่และบรรยากาศเอื้ออำนวยต่อผู้เข้ารับบริการ รองลงมาคือ ป้ายชื่อองค์กรเห็นได้ชัดเจน และคุณภาพของเครื่องมือ/ อุปกรณ์

## ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติจังหวัด

### เชียงใหม่ จำแนกตาม อาชีพ และ ประเภทกิจการ

#### ความพึงพอใจการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา เมื่อจำแนกตาม อาชีพ พบว่า นักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ สื่อที่ผลิตมีคุณภาพดี ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ สื่อที่ผลิตมีคุณภาพดี พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงกำไร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ สื่อที่ผลิตมีคุณภาพดี ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ ความมีชื่อเสียงของสื่อมวลชนเสียงสันติเชียงใหม่

เมื่อจำแนกตาม ประเภทกิจการ พบว่า องค์กรธุรกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ สื่อที่ผลิตมีคุณภาพดี โรงเรียน / มหาวิทยาลัย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ สื่อที่ผลิตมีคุณภาพดี รัฐ / รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ สื่อที่ผลิต

มีคุณภาพดี ความมีชื่อเสียงของสื่อมวลชนเสียงสันติ เชียงใหม่ และบริการห้องประชุม/ สัมมนา มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน มูลนิธิไม่แสวงหากำไร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ ความมีชื่อเสียงของสื่อมวลชนเสียงสันติ เชียงใหม่

#### **ความพึงพอใจการใช้บริการด้านราคา**

จากการศึกษา เมื่อจำแนกตาม อาชีพ พบว่า นักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ ระดับราคาในการให้บริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ มีอัตราค่าใช้บริการชัดเจน พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงหากำไร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ มีอัตราค่าใช้บริการชัดเจน ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ มีอัตราค่าใช้บริการชัดเจน

เมื่อจำแนกตาม ประเภทกิจการ พบว่า องค์กรธุรกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ มีอัตราค่าใช้บริการชัดเจน โรงเรียน / มหาวิทยาลัย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ ระดับราคาในการให้บริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ รัฐ / รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ ระดับราคาในการให้บริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ และมีอัตราค่าใช้บริการชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน มูลนิธิไม่แสวงหากำไร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ มีอัตราค่าใช้บริการชัดเจน

#### **ความพึงพอใจการใช้บริการด้านการจัดจำหน่าย**

จากการศึกษา เมื่อจำแนกตาม อาชีพ พบว่า นักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งติดต่อสะดวก และการขอพบเพื่อให้รายละเอียดที่หน่วยงานของลูกค้า ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งติดต่อสะดวก พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงหากำไร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางเข้ามาสื่อมวลชนเสียงสันติ ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งติดต่อสะดวก

เมื่อจำแนกตาม ประเภทกิจการ พบว่า องค์กรธุรกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งติดต่อสะดวก โรงเรียน / มหาวิทยาลัย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งติดต่อสะดวก

รัฐ / รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งติดต่อสะดวก มูลนิธิไม่แสวงหากำไร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางเข้ามาสู่มวลชนเสียงสันติ

#### **ความพึงพอใจการใช้บริการด้านส่งเสริมการตลาด**

จากการศึกษา เมื่อจำแนกตาม อาชีพ พบว่า นักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์สื่อวิทยุโทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ให้เป็นที่รู้จัก ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ มีเอกสาร/แผ่นพับ/ข้อมูลต่างๆ ให้บริการอย่างเพียงพอ พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงหากำไร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานประชาสัมพันธ์มีความชำนาญและความรู้ สามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ของใช้บริการได้ดี ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ มีเอกสาร/แผ่นพับ/ข้อมูลต่างๆ ให้บริการอย่างเพียงพอ

เมื่อจำแนกตาม ประเภทกิจการ พบว่า องค์กรธุรกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ มีเอกสาร/แผ่นพับ/ข้อมูลต่างๆ ให้บริการอย่างเพียงพอ โรงเรียน / มหาวิทยาลัย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์สื่อวิทยุโทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ให้เป็นที่รู้จักมีส่วนลดราคาพิเศษในช่วงเทศกาล รัฐ / รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ มีส่วนลดราคาพิเศษในช่วงเทศกาล มูลนิธิไม่แสวงหากำไร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานประชาสัมพันธ์มีความชำนาญและความรู้ สามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ของใช้บริการได้ดี

#### **ความพึงพอใจการใช้บริการด้านบุคลากร**

จากการศึกษา เมื่อจำแนกตาม อาชีพ พบว่า นักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งการที่ดี น่าเชื่อถือ ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ ให้บริการด้วยความสุภาพเป็นมิตร และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงหากำไร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร

เมื่อจำแนกตาม ประเภทกิจการ พบว่า องค์กรธุรกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร โรงเรียน /



มหาวิทยาลัย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน รัฐ / รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี และศักยภาพของพนักงานในการผลิตสื่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน มูลนิธิไม่แสวงหากำไร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร

#### **ความพึงพอใจการใช้บริการด้านกระบวนการ**

จากการศึกษา เมื่อจำแนกตาม อาชีพ พบว่า นักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ ส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดให้กับลูกค้า ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีกระบวนการและขั้นตอนเป็นระบบชัดเจน พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงหากำไร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ มีกระบวนการและขั้นตอนเป็นระบบชัดเจน ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ มีกระบวนการและขั้นตอนเป็นระบบชัดเจน

เมื่อจำแนกตาม ประเภทกิจการ พบว่า องค์กรธุรกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ มีกระบวนการและขั้นตอนเป็นระบบชัดเจน โรงเรียน / มหาวิทยาลัย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ การแนะนำการให้บริการผลิตสื่อ รัฐ / รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ การแนะนำการให้บริการผลิตสื่อ มูลนิธิไม่แสวงหากำไร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ มีกระบวนการและขั้นตอนเป็นระบบชัดเจน

#### **ความพึงพอใจการใช้บริการด้านหลักฐานทางกายภาพ**

จากการศึกษา เมื่อจำแนกตาม อาชีพ พบว่า นักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่สะอาด/พื้นที่และบรรยากาศเอื้ออำนวยต่อผู้เข้ารับบริการ ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่สะอาด/พื้นที่และบรรยากาศเอื้ออำนวยต่อผู้เข้ารับบริการ พนักงานเอกชน / องค์กรไม่แสวงหากำไร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่สะอาด/พื้นที่และบรรยากาศเอื้ออำนวยต่อผู้เข้ารับบริการ ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่สะอาด/พื้นที่และบรรยากาศเอื้ออำนวยต่อผู้เข้ารับบริการ

เมื่อจำแนกตาม ประเภทกิจการ พบว่า องค์กรธุรกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่สะอาด/พื้นที่และบรรยากาศเอื้ออำนวยต่อผู้เข้ารับบริการ โรงเรียน /มหาวิทยาลัย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่สะอาด/พื้นที่และบรรยากาศเอื้ออำนวยต่อผู้เข้ารับบริการ รัฐ / รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่สะอาด/พื้นที่และบรรยากาศเอื้ออำนวยต่อผู้เข้ารับบริการ และป้ายชื่อองค์กรเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน มูลนิธิไม่แสวงหากำไร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่สะอาด/พื้นที่และบรรยากาศเอื้ออำนวยต่อผู้เข้ารับบริการ

#### ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

ปัญหาและข้อเสนอแนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น แบ่งเป็นปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านราคา ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาด้านบุคคล ปัญหาด้านกระบวนการ ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัญหาในการใช้บริการสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องผลิตภัณฑ์มีให้เลือกน้อย มากที่สุด ร้อยละ 32.69 รองลงมามีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องการประชาสัมพันธ์น้อย ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ร้อยละ 28.85 มีปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่อง ไม่มีห้องพักรับรองลูกค้า ร้อยละ 26.92 มีปัญหาด้านบุคคล หรือพนักงาน ในเรื่อง จำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ร้อยละ 21.54 มีปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่องพนักงานให้บริการมีจำนวนน้อย ร้อยละ 20.38 มีปัญหาด้านกระบวนการในเรื่องไม่มีการติดตามงานหลังการให้บริการ ร้อยละ 19.23 และมีปัญหาด้านราคา ในเรื่องต่อรองราคาผลิตภัณฑ์ได้ไม่มาก ร้อยละ 13.85 ตามลำดับ

#### อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ทฤษฎีเกี่ยวข้องกับอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

แนวความคิดความคาดหวังและความพึงพอใจ ของยงยุทธ พุพงษ์ศิริพันธ์ (2548) ได้กล่าวไว้ว่า ความพอใจหลังการซื้อของลูกค้านั้นอยู่กับการปฏิบัติที่เป็นไปตามความคาดหวัง โดยทั่วไปแล้วความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นความรู้สึกของบุคคลที่แสดงความยินดีหรือผิดหวัง อันเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้สินค้าหรือบริการกับความคาดหวัง ถ้าผล

จากการใช้สินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าก็จะไม่พอใจ ถ้าผลลัพธ์เป็นไปตามความคาดหวังลูกค้าก็จะพอใจ และถ้าผลลัพธ์มีค่าเกินความคาดหวังลูกค้าก็จะยิ่งพอใจมากขึ้น การทำให้ลูกค้าพึงพอใจสูงสุดทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ (Repurchase) จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับมาก ของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติจังหวัดเชียงใหม่ แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้รับบริการ เป็นไปตามความต้องการและความคาดหวัง

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ของ(ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2546) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product), ราคา (Price), ช่องทางจัดจำหน่าย (Place), การสื่อสารทางการตลาด (Promotion), บุคลากร (People), กระบวนการ (Process), หลักฐานทางกายภาพ (Physical evidence) จากการศึกษพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้าในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านหลักฐานทางกายภาพ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด โดยมีรายละเอียดในแต่ละปัจจัย ดังนี้

จากการศึกษา พบว่าความพึงพอใจโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ สื่อที่ผลิตมีคุณภาพดี รองลงมาคือ ความมีชื่อเสียงของสื่อมวลชนเสียงสันติจังหวัดเชียงใหม่ และมีการใช้เทคโนโลยีทันสมัยเพื่อบริการแก่ลูกค้าได้สะดวกรวดเร็ว เช่นการถ่ายทำและตัดต่อด้วยระบบดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุมลรัตน์ สกกุลศิริทรัพย์ (2550) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านการใช้กลยุทธ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ ให้มีรูปแบบแตกต่างจากคู่แข่งด้านราคา จากการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีอัตราค่าใช้บริการติดแสดงไว้ชัดเจน รองลงมาคือ ระดับราคาในการให้บริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ และระดับราคาในการให้บริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งจากบริษัทอื่นๆ ด้านการจัดจำหน่าย จากการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งติดต่อสะดวก รองลงมาคือความสะดวกในการเดินทางเข้ามาสื่อมวลชนเสียงสันติ และการขอพบเพื่อให้รายละเอียดที่หน่วยงานของลูกค้า ด้านส่งเสริมการตลาด จากการศึกษพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีเอกสาร/แผ่นพับ/ข้อมูลต่างๆ ให้บริการอย่างเพียงพอ รองลงมา

คือ มีการโฆษณาทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ให้เป็นที่รู้จัก และพนักงานประชาสัมพันธ์มีความชำนาญและความรู้ สามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ของใช้บริการได้ดี ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษากฎหมาย ฐปะวิเชษฐ์ (2549) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีทัศนคติเกี่ยวกับการโฆษณาน่าสนใจและจดจำง่าย ด้านบุคลากร จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร รongลงมาคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี และพนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งการที่ดี น่าเชื่อถือ ด้านกระบวนการในการให้บริการ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีกระบวนการและขั้นตอนเป็นระบบชัดเจน รongลงมาคือ ส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดให้กับลูกค้า และการแนะนำการให้บริการผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษากฎหมาย สุกุลสิริทรัพย์ (2550) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยสร้างความสะดวก สบาย ถูกต้อง รวดเร็วให้แก่ลูกค้า ด้านหลักฐานทางกายภาพ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ สถานที่สะอาด/พื้นที่และบรรยากาศเอื้ออำนวยต่อผู้เข้ารับบริการ รongลงมาคือ ป้ายชื่อองค์กรเห็นได้ชัดเจน และคุณภาพของเครื่องมือ/อุปกรณ์

### ข้อค้นพบ

จากการศึกษา พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัดเชียงใหม่ มีความพึงพอใจ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านหลักฐานทางกายภาพ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด ดังนี้

ตารางที่ 58 ข้อค้นพบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดลำดับแรก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับความพึงพอใจ ค่าเฉลี่ยมากที่สุดลำดับแรก
ด้านผลิตภัณฑ์	สื่อที่ผลิตมีคุณภาพดี
ด้านราคา	มีอัตราค่าใช้บริการดีและดูชัดเจน
ด้านการจัดจำหน่าย	ทำเลที่ตั้งติดต่อสะดวก
ด้านส่งเสริมการตลาด	มีเอกสาร/แผ่นพับ/ข้อมูลต่างๆ ให้บริการอย่างเพียงพอ
ด้านบุคลากร	ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร
ด้านกระบวนการในการให้บริการ	มีกระบวนการและขั้นตอนเป็นระบบชัดเจน
ด้านหลักฐานทางกายภาพ	สถานที่สะอาด/พื้นที่และบรรยากาศเอื้ออำนวยต่อผู้เข้ารับบริการ

จากการศึกษาพบว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา เคยซื้อของที่ระลึก จากสื่อมวลชนเสียงสันติ มากที่สุด รองลงมาคือ ซีดี วีดีโอ ดีวีดี เพลง / คำเทศนา และหนังสือความรู้เกี่ยวกับคริสเตียน การใช้บริการ พบว่านักเรียน/นักศึกษา เคยใช้บริการ การฝึกอบรมด้านการผลิตสื่อ จากสื่อมวลชนเสียงสันติ มากที่สุด รองลงมาคือ การบันทึกเสียง และการ สำเนา เทป, ซีดี, ดีวีดี มีจำนวนเท่ากัน ประเภทกิจการ พบว่าองค์กรธุรกิจ เคยซื้อ ซีดี วีดีโอ ดีวีดี เพลง / คำเทศนา จากสื่อมวลชนเสียงสันติ มากที่สุด รองลงมาคือ หนังสือความรู้เกี่ยวกับคริสเตียน และของที่ระลึก การใช้บริการ พบว่า องค์กรธุรกิจ เคยใช้บริการ การ สำเนา เทป, ซีดี, ดีวีดี และการใช้บริการ ห้องประชุม / สัมมนา จากสื่อมวลชนเสียงสันติ มีจำนวนเท่ากัน มากที่สุด รองลงมาคือ การบันทึกเสียง การบันทึกเทปวีดิทัศน์ และการฝึกอบรมด้านการผลิตสื่อ มีจำนวนเท่ากัน

#### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะตามผลที่ได้จากการศึกษาดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก คือสื่อที่ผลิตมีคุณภาพดีตรงตามความต้องการ

ของลูกค้า ควรมีการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า

ด้านราคาจากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก คือ มีอัตราค่าใช้บริการติดแสดงไว้ชัดเจน การตั้งราคาห้องบันทึกภาพและเสียง รวมทั้งการให้บริการอื่นๆ ควรตั้งราคาโดยพิจารณาจากตลาดและคู่แข่งกัน เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ

ด้านการจัดจำหน่ายจากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับระดับความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ควรปรับปรุงในเรื่องของป้ายบอกทางเข้า-ออก สื่อมวลชนเสียงสันติ ให้เห็นชัดเจน ควรจัดทำโบรชัวร์ แผ่นผังแสดงที่ตั้งการให้บริการต่างๆ และประเภทสินค้า เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าได้รับทราบ

ด้านส่งเสริมการตลาด จากปัญหาที่พบมากที่สุดคือ การประชาสัมพันธ์น้อย ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ทางสื่อ วิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ และนำเสนอสินค้าและบริการต่างๆ ทางสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อให้ลูกค้าได้รับทราบ ให้ส่วนลดหากลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์ลักษณะเดียวกัน จำนวน 12 ชิ้นขึ้นไป รับส่วนลด 10 –15 เปอร์เซ็นต์ หรือให้ลูกค้าสมัครเป็นสมาชิกร้านค้า จะได้ราคาลดพิเศษ 10 –15 เปอร์เซ็นต์ ส่งเสริมการขายในช่วงเทศกาลควรมีการแจกปฏิทิน ของชำร่วย ให้แก่ลูกค้า การเพิ่มจำนวนลูกค้าในการใช้บริการห้องบันทึกเสียงและภาพ ควรเชิญลูกค้าและกลุ่มองค์กรต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ เข้าเยี่ยมชมกิจการผลิตสื่อระบบดิจิทัลภายในสำนักงานสื่อมวลชนเสียงสันติเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์งานและจัดส่งเอกสารและ โบรชัวร์ประชาสัมพันธ์การให้บริการห้องบันทึกเสียงและภาพ ถึงองค์กรภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา และเครือข่ายคริสตจักรต่างๆ

ด้านบุคลากร จากการศึกษ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยลำดับสุดท้าย คือพนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดี น่าเชื่อถือ และมีปัญหาที่พบมากที่สุดคือ พนักงานไม่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน ดังนั้นควรฝึกอบรมพัฒนาองค์ความรู้ด้านการบริการลูกค้าแก่เจ้าหน้าที่ เน้นการมีจิตสำนึกในการให้บริการแก่ลูกค้า และมีใจรักในการบริการ ฝึกอบรมให้ความรู้เพิ่มทักษะด้านเทคนิคการผลิตและความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำงาน อย่างครบครัน เพื่อนำเสนองานและทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ด้านกระบวนการในการให้บริการ จากการศึกษพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มี

ระดับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการอยู่ในระดับมาก ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ ไม่มีการติดตามงานหลังการให้บริการ ดังนั้นการให้บริการด้านการผลิตสื่อขององค์กรนับว่า มีความสำคัญอย่างยิ่ง คือเป็นการมอบคุณค่าอันสูงสุดแก่ลูกค้า ควรมีการติดตามงานหลังการให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าจดจำและเข้ามาใช้บริการซ้ำในครั้งต่อไป และติดตามงานที่ให้บริการว่ามีปัญหาอะไรหรือไม่ หากลูกค้ามีปัญหาเกี่ยวกับงาน ทางองค์กรจะรับผิดชอบและแก้ไขงานให้ทันทีหลังได้รับการแจ้ง จากลูกค้า

ด้านหลักฐานทางกายภาพจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพอยู่ในระดับมาก ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ ไม่มีห้องพักรับรองลูกค้า ควรปรับปรุงสถานที่ให้บริการห้องพักรับรองลูกค้า โดยตกแต่งห้องพักให้น่าอยู่ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ เครื่องเสียง คอมพิวเตอร์ น้ำดื่ม ชา กาแฟ หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ เก้าอี้ โซฟา ไว้รับรองลูกค้าระหว่างรอรับบริการ และมีห้องน้ำที่สะอาดเพื่อความประทับใจในการเข้ามาใช้บริการ เน้นคุณภาพของงานระดับมืออาชีพ แสดงให้เห็นถึงคุณภาพของการให้บริการ และสร้างความพึงพอใจอย่างสูงสุดแก่ลูกค้า