

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ
ของ บริษัท ที-แอกเคานท์ จำกัด

ผู้เขียน นายยงยุทธ พลอยทับทิม

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดารารัตน์ บุญเจือย ประธานกรรมการ
อาจารย์นิตยา วัฒนคุณ กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของ บริษัท ที-แอกเคานท์ จำกัด เก็บข้อมูลจากลูกค้าของบริษัท ที-แอกเคานท์ จำกัด จำนวน 215 รายโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิเคราะห์ ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ไม่ได้จบการศึกษาด้านบัญชีโดยตรงและมีตำแหน่งงานเป็นพนักงานบัญชี สำหรับผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้สำนักงานบัญชีส่วนใหญ่คือเจ้าของกิจการ และมีรูปแบบการประกอบธุรกิจเป็นบริษัทจำกัดมากกว่าแบบอื่น โดยเป็นกิจการที่จำหน่ายสินค้าทั่วไป(ซื้อมา/ขายไป)มากกว่าประเภทอื่น ระยะเวลาดำเนินงาน มากกว่า 10 ปีขึ้นไป มีเงินทุนจดทะเบียน 1,000,001 - 5,000,000 บาท และมีจำนวนพนักงานในบริษัท 10-15 คน ส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการของสำนักงานบัญชีที่อื่นมาก่อน เหตุผลลำดับแรกที่เลือกใช้บริการของบริษัท ที-แอกเคานท์ จำกัด เพราะบริษัทนี้มีความรับผิดชอบสูง โดยทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท ที-แอกเคานท์ จำกัดจากการแนะนำของผู้อื่นมากกว่า และส่วนใหญ่ใช้บริการมานานกว่า 5 ปีขึ้นไป

โดยบริการด้านการจัดทำบัญชีที่ใช้มากกว่าด้านอื่นคือ การจัดทำบัญชีรายเดือน/รายไตรมาส/รายปี ส่วนบริการด้านการจดทะเบียนจัดตั้งห้างหุ้นส่วนบริษัท ที่ใช้มากกว่าด้านอื่นคือ การจดทะเบียนจัดตั้งห้างหุ้นส่วนบริษัท ด้านบริการงานประกันสังคมที่ใช้มากกว่าด้านอื่นคือ บริการยื่นแบบประกันสังคมรายเดือน ด้านบริการวางระบบบัญชีและโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้บริการมากกว่าด้านอื่นคือ บริการวางระบบบัญชีและให้คำปรึกษาบัญชี ส่วนบริการอื่นๆ นอกเหนือจากบริการหลักคือ การตรวจสอบบัญชีภายใน (Internal Audit) และบริการที่ลูกค้าต้องการเพิ่มเติม คือ การวิเคราะห์งบการเงินเพื่อการบริหารภายใน

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับดังนี้คือ ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา(ค่าธรรมเนียมบริการ) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยคือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

สำหรับปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอันดับแรก สำหรับแต่ละปัจจัยมีดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ได้แก่ บริการจดทะเบียนเป็นผู้ประกันตน ปัจจัยด้านราคา (ค่าธรรมเนียมบริการ) ได้แก่ ค่าบริการทำบัญชีรายเดือน ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ มีระบบการติดต่อทางโทรศัพท์และแฟกซ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การนำเสนอบริการแถมโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย และการโฆษณาประชาสัมพันธ์งานบริการของบริษัท ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ การมีมนุษยสัมพันธ์ ความสุภาพ ของพนักงาน ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ การมีอุปกรณ์สำนักงานที่ดีและทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ การให้บริการถูกต้องครบถ้วน

สำหรับปัญหาที่พบจากการให้บริการในแต่ละด้านดังนี้

ปัจจัยผลิตภัณฑ์/ บริการ ได้แก่ การบันทึกรายการบัญชีไม่ถูกต้อง ปัจจัยราคา (ค่าธรรมเนียมบริการ) ได้แก่ การคิดค่าธรรมเนียมบริการจัดทำบัญชีสูงกว่าที่อื่น ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ระยะเวลาทำการไม่เหมาะสมเช่น ไม่เปิดทำการวันเสาร์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ไม่มีการแจ้งข่าวสารเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงใหม่ ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน ได้แก่ พนักงานไม่มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเท่าที่ควร ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ไม่มีที่จอดรถที่สะดวกสบายอย่างเพียงพอ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ การให้บริการงานไม่เสร็จตรงตามเวลา

Independent Study Title Customer Satisfaction Towards Services Marketing Mix of
T-Account Company Limited

Author Mr. Yongyut Ploythabthim

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Assistant Professor Dararatana Boonchaliew Chairperson

Lecturer Nitaya Watanakun Member

ABSTRACT

The objective of this study was to explore customer satisfaction towards services marketing mix of T-Account Company Limited. Data collection was completed through questionnaire distributed to 215 customers. All collected data was, then, analyzed by descriptive statistics using for frequency, percentage, and means.

It was found from the study that most respondents were female at the ages between 21-30 years old with Bachelor's degree. Though they did not graduate from the Account field, they were in a position of accountant. The authority in selecting Accounting Company belonged to the company owners whose businesses were registered as Company Limited for distributing general products (sale/purchase). Their business had been operated for over than 10 years with 1,000,001 – 5,000,000 baht as registration capital fund, with 10-15 staffs. The majority had never taken accounting services from other company besides T-Account Company Limited. The first reason for choosing T-Account Company Limited was mentioned for the great responsibility of the company. They mostly learnt about the company via the recommendations from others. Most of them had taken the accounting services from T-Account Company Limited for more than 5 years.

From all types of service majority respondents mentioned for the sub-services they mostly used as follows. They mostly took the monthly / three-month / annual accounting service as categorized in a type of accounting service, and the Limited Partnerships registration service as categorized in a type of registration service. In a type of social security service, they mostly asked for the monthly payment form submission service, while in a type of settlement of accounting system and computer program service, they mostly called for the settlement of accounting system and consultation services. Besides the main mentioned services the respondents also took services namely Internal Audit. The additional service that customers needed to take from the company was the financial budget analysis for internal administration more than the other.

According to the study on service marketing mix factors, the respondents paid their satisfaction average at high level for the factors namely people/employees services process, place, price (service fee rate), and product/service, in orderly. However, they rated average at low level for the factors namely physical evidence and presentation, and promotion.

According to the first sub-factor that the respondents consider as the highest satisfaction were as following : For product/service factors was the insured service. For price (service fee rate) was the rate of monthly accounting work. For place factors, was the availability of doing contact via telephone and facsimile. For promotion factors, was the free service plus and the service advertisement and publicity of the company. For people factors, was the friendliness and politeness of staffs. For physical evidence and presentation factors, was the effective and modern office equipment i.e. computer. For service process factors, was the accuracy of service providing.

The first problems found in each type of service were shown hereafter.

In terms of product/service, problem was found through the inaccurate record of accounting lists, while in terms of price (service charge fee), the problems was found through the high rate for accounting work comparing with other companies. In terms of place, they complained for the inappropriateness of working hours since the company was close on Saturdays. In terms of promotion, the company did not inform its customers about the changes of each service. In terms of people, the staffs did not take care of the customers as they should.

In terms of physical evidence and presentation, they complained for inconvenient and insufficient parking lots. Lastly, the late submission of works was mentioned for the problem in terms of service process.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University.
All rights reserved