

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาคความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของบริษัท ที-แอกเคานท์ จำกัด มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้ทำการศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าในการใช้บริการของบริษัท ที-แอกเคานท์ จำกัด ทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product/Services) ด้านราคา(ค่าธรรมเนียมบริการ) (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) หรือ พนักงาน (Employees) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ได้แก่ ลูกค้าของบริษัท ที-แอกเคานท์ จำกัด จำนวน 215 ราย (อาร์ม มงคลสมัย สัมภาษณ์ : 1 กันยายน 2549)

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ทำการเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลจากประชากรของลูกค้าของบริษัท ที-แอกเคานท์ จำกัด จำนวน 215 ราย

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารตำราวิชาการ วารสาร บทความ รายงานวิจัย Website และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของบริษัท ที-แอกเคานท์ จำกัด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบในการใช้บริการและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ข้อมูลที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของบริษัท ที-แอกเคานท์ จำกัด ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546: 75)

คะแนน	ระดับความพึงพอใจ
5	มากที่สุด
4	มาก
3	น้อย
2	น้อยที่สุด
1	ไม่พึงพอใจ

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วง
ค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความพึงพอใจ
4.50 - 5.00	มากที่สุด
3.50 - 4.49	มาก
2.50 - 3.49	น้อย
1.50 - 2.49	น้อยที่สุด
1.00 - 1.49	ไม่พึงพอใจ

ระยะเวลาและสถานที่ที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาคั้งใช้เวลาตั้งแต่เดือนมกราคม - พฤษภาคม 2550 ระยะเวลาเก็บข้อมูล
เดือนมีนาคม 2550 สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และบริษัท
ที-แอกเคานท์ จำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved