

บทที่ 3

ระเบียบวิธีศึกษา

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของบริษัททักยะเพอเฟ็คท์ ฟริเซนท์เทชั่น เอเจนซี่ จำกัด สาขาเชียงใหม่ มีขอบเขตและวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาคความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของบริษัททักยะเพอเฟ็คท์ ฟริเซนท์เทชั่น เอเจนซี่ จำกัด สาขาเชียงใหม่ ในครั้งนี้ประกอบด้วยการศึกษาคความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการให้บริการของผู้ให้บริการ ก่อนรับบริการ ระหว่างรับบริการ และหลังรับบริการ รวมทั้งศึกษาถึงปัญหาในการเข้ารับบริการ จากบริษัททักยะเพอเฟ็คท์ ฟริเซนท์เทชั่น เอเจนซี่ จำกัด

ขอบเขตประชากรและขนาดตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาคครั้งนี้คือ ลูกค้าของบริษัททักยะเพอเฟ็คท์ ฟริเซนท์เทชั่น เอเจนซี่ จำกัดระหว่างปี พ.ศ. 2547 - 2550 จำนวนทั้งหมด 150 ราย (แผนกการตลาด บริษัททักยะเพอเฟ็คท์ ฟริเซนท์เทชั่น เอเจนซี่ จำกัด, 2550)

วิธีการศึกษา

การศึกษาคความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของบริษัททักยะเพอเฟ็คท์ ฟริเซนท์เทชั่น เอเจนซี่ จำกัด สาขาเชียงใหม่ ในครั้งนี้ประกอบด้วย

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ข้อมูลจาก ลูกค้าบริษัท ทักยะเพอเฟ็คท์ ฟริเซนท์เทชั่น เอเจนซี่ จำกัด ที่เคยใช้บริการกับทางบริษัทฯ ระหว่างปี พ.ศ. 2547 - 2550 จำนวน 150 ราย โดยใช้ แบบสอบถาม (Questionnaire) และขอความร่วมมือจากพนักงานการตลาด พนักงานฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ หรือเจ้าของกิจการ ของกิจการที่เป็นลูกค้า ที่เป็นผู้รับผิดชอบและเข้ามาติดต่อประสานงาน การใช้บริการกับทักยะเพอเฟ็คท์ ฟริเซนท์เทชั่น เอเจนซี่ จำกัด เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งโครงสร้างแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับองค์กร ได้แก่ขนาดขององค์กร ลักษณะของกิจการ ประเภทของกิจการ ความถี่ในการใช้บริการ และสินค้าหรือบริการที่ใช้บริการจากบริษัทฯ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ ก่อนรับบริการ ระหว่างรับบริการ และหลังรับบริการ ของบริษัท ทักษะเพื่อเฟล็คท์ พรีเมนท์เทชั่น เอเจนซี่ จำกัด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะของลูกค้าในการใช้บริการจาก บริษัท ทักษะเพื่อเฟล็คท์ พรีเมนท์เทชั่น เอเจนซี่ จำกัด

โดยการวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ ก่อนรับบริการ ขณะรับบริการ และ หลังรับบริการนั้น ได้แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุด โดยใช้มาตราวัดของลิคอร์ท (Likert Scales) โดยมีคะแนนในแต่ละระดับดังนี้ (คุณชาติ เวชสาร, 2546)

ระดับความพึงพอใจ

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

ผลคะแนนที่ได้จะนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย โดยคะแนนเฉลี่ยที่ได้จะนำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย	เกณฑ์ความพึงพอใจ
4.50 – 5.00	มากที่สุด
3.50 – 4.49	มาก
2.50- 3.49	ปานกลาง
1.50 – 2.49	น้อย
1.00 – 1.49	น้อยที่สุด

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าจาก หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูล และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าสถิติที่ใช้ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และ ค่าเฉลี่ย (Mean)

สถานที่ในการดำเนินการศึกษา และรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้ คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สถานที่ตั้งของบุคคล องค์กรธุรกิจ ห้างร้าน ผู้มาใช้บริการ กับทางทักษะ เพอเฟ็คท์ พรีเมนท์เทชั่นเอเจนซี่ จำกัด ระหว่างปี 2547-2550 และที่บริษัท ทักษะ เพอเฟ็คท์ พรีเมนท์เทชั่น เอเจนซี่ จำกัด

ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ระหว่างเดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2550 - เมษายน พ.ศ. 2551 และระยะเวลาในการเก็บข้อมูลใช้เวลาจำนวน 2 เดือน คือเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved