

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด
บริการของปณิภาคลินิก

ผู้เขียน

นางสาวเกศรินทร์ ชัดเปา

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์อรรถ มณีสงฆ์

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของปณิภาคลินิก โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าจำนวน 200 ตัวอย่าง แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากทุกปัจจัยโดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยรวม ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด 10 อันดับแรกเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้ดังนี้คือ ความหลากหลายของบริการ เช่น ทริทเม้นท์ ลดริ้วลอย นิดโบ๊ท้อก มาร์คหน้า เป็นต้น รองลงมา คือ การบริการน้ำดื่ม ลูกอม ขณะรอรับบริการ แพทย์มีความเป็นกันเอง ยิ้มแย้ม อธิบายดี บรรยากาศภายในคลินิก เช่น ไม่มีกลิ่นเหม็นอับ ไม่เหม็นยา สุขภาพอนามัยของพนักงาน มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ แพทย์มีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ วิธีในการแจ้งข่าวสาร โปรโมชันพิเศษประจำเดือน ทัวถึง ชัดเจน และถูกต้อง เช่น ผ่าน SMS และป้ายตั้งหน้าเค๊าท์เตอร์ ความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสม ความรวดเร็ว และถูกต้องในการคิดเงิน มีที่นั่งสำหรับรอรับบริการเพียงพอ และคลินิกมีการตกแต่งสวยงาม ทันสมัย

Independent Study Title Customer Satisfaction Towards Services Marketing Mix of Panipha Clinic

Author Miss Kassarin Khatpao

Degree Master of Business Administration (Marketing)

Independent Study Advisor Assoc. Prof. Orachorn Maneesong

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to study Customers Satisfaction Towards Services Marketing Mix of Panipha Clinic In this study, Questionnaire was used as a tool to collect data from customer. There are 200 samples. All obtained data were analyzed by descriptive statistics, which were frequency, percentage and mean.

The results showed that almost customers were satisfied in a service marketing mix factors at high level. The highest average ranking of factor was Physical Evidence factor, People factor, Place factor, Process factor, Product factor, Price factor and Promotion factor.

This study found that the ten highest average ranking of satisfied factor was the variety of services, examples AHA Treatment, Botox and Face Mask. The second there was candy and drinking water service. Next, friendly and kindly of doctor, atmosphere of clinic examples no bad smell in clinic, hygienic of staffs, comfortable to go to clinic, reliability of doctors, good advices, clearly, correctly and throughout promotion informing example via sms and front counter stand, rapidly and correctly in payment, enough waiting chairs and modern clinic decoration.