

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการ
ของบริษัท ล้านนาแล็บ จำกัด

ผู้เขียน

นายอนุรักษ์ โจรณ์ธนศิริวิณิช

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ ดร. เขมกร ไชยประสิทธิ์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท ล้านนาแล็บ จำกัด กลุ่มตัวอย่างคือลูกค้าทั่วไปที่มาใช้บริการตรวจสุขภาพที่ บริษัท ล้านนาแล็บ จำกัด จำนวน 350 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง อายุ 31 ปี - 40 ปี 41 ปี - 50 ปี เท่ากัน มีรายได้ต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท มีการศึกษาปริญญาตรี อาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีวัตถุประสงค์มารับบริการคือตรวจเลือดเพื่อตรวจสุขภาพ ส่วนใหญ่ผู้จ่ายค่าใช้จ่ายในการตรวจรักษาคือจ่ายเอง การรู้จักบริษัท ล้านนาแล็บ มีคนแนะนำ ความถี่ที่มาใช้บริการที่บริษัท ล้านนาแล็บ จำกัด ไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับ อาการหรือความต้องการ และวันที่มาใช้บริการคือ จันทร์ - ศุกร์ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ 8.00 - 12.00 น

ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท ล้านนาแล็บ จำกัด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ ความถูกต้องของผลตรวจ รองลงมาคือ ความปลอดภัยในเครื่องมือ อุปกรณ์ทางการแพทย์

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรก คือ ค่าบริการมีความเหมาะสมและยุติธรรมกับการให้บริการ รองลงมาคือ การแจ้งราคาค่าบริการ ก่อนการใช้บริการ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรก คือ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ รองลงมาสถานที่ให้บริการใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือเอกสารที่เกี่ยวข้องกับบริการ และการรักษาพยาบาลอ่านเข้าใจง่าย รองลงมาคือข้อความการโฆษณาเข้าใจได้ง่าย และมีความน่าเชื่อถือ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ นักเทคนิคการแพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน รองลงมาคือ นักเทคนิคการแพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือของการปฏิบัติงาน รองลงมาคือ กลิ่นภายในบริษัท ไม่อับไม่เหม็นกลิ่นยา

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือความถูกต้องในการให้บริการ รองลงมาคือ การส่งผลตรวจทางอีเมลล์ หรือ การทางไปรษณีย์

Independent Study Title Customer Satisfaction Towards Services Marketing Mix of
Lanna Lab Company Limited

Author Mr. Anuruck Rogntanasirivanich

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Lecturer Dr. Kemakorn Chaiprasit

ABSTRACT

The purpose of this study was to study customer satisfaction towards services marketing mix of Lanna Lab Company Limited. The samples were 350 general customers using health check-up services at the company. Questionnaires were used to collect data. Descriptive statistics such as frequency, percentage, and average were used to analyze the data.

The study found that most respondents were females, age of 31-40 or 41-50 years equally. Mostly their income was between 10,000 and 20,000 baht. A majority of them were educated at bachelor's degree level and worked as employee or company employee. They visited the company for health check-up by using blood analysis service and paid for it themselves. They knew the company through people's recommendation. The frequencies of visit were uncertain depending on symptoms or demands. Visiting days were Monday to Friday between 8:00 and 12:00.

For the customer satisfaction towards services marketing mix of Lanna Lab Company Limited, the respondents were satisfied at a high level on products, personnel, process of service, price, marketing channel, presenting physical characteristic, and marketing promotion.

For the product factor, the respondents were satisfied at a high level with the accuracy of the results followed by the safety in tools and the medical equipment used.

For the price factor, the respondents were satisfied at a high level with the service prices, which were appropriate and fair, followed by the price notifications before services being rendered.

For the marketing channel factor, the respondents were satisfied at a high level with the conveniences in travelling followed by the short distance from there residents and working place

For the marketing promotion factor, the respondents were satisfied at a high level with the easy-to-read service and treatment documents followed by the reliable easy-to-read advertisement.

For the personnel factor, the respondents were satisfied at a high level with the skillful medical technicians followed by the reliable and sufficient advice given by the technicians.

For the presenting physical characteristic factor, the respondents were satisfied at a high level with the reliable operations followed by the absence of mildew and medicine odors in the company.

For the process of service factor, the respondents were satisfied at a high level with the accuracy services followed by the delivery of the test results through post or e-mail.