

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท ล้านนาแล็บ จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท ล้านนาแล็บ จำกัด กลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าทั่วไปที่มาใช้บริการตรวจสอบสุขภาพที่บริษัท ล้านนาแล็บ จำกัด จำนวน 350 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง ร้อยละ 56.6 อายุ 31 ปี - 40 ปี 41 ปี - 50 ปี เท่ากัน ร้อยละ 24.3 มีรายได้ต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท ร้อยละ 28.6 มีการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 48.3 อาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 35.7 มีวัตถุประสงค์มารับบริการคือตรวจเลือดเพื่อตรวจสุขภาพ ร้อยละ 70.3 ส่วนใหญ่ผู้ออกค่าใช้จ่ายในการตรวจรักษา จ่ายเอง ร้อยละ 85.4 การรู้จักบริษัท ล้านนาแล็บ มีคนแนะนำ ร้อยละ 82.9 ความถี่ที่มาใช้บริการที่บริษัท ล้านนาแล็บ จำกัด ไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับ อาการหรือความต้องการ ร้อยละ 35.0 ส่วนใหญ่วันที่มาใช้บริการ จันทร์ - ศุกร์ ร้อยละ 47.4 และช่วงเวลาที่มาใช้บริการ 8:00 - 12:00 น ร้อยละ 84.3

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท ล้านนาแล็บ จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.01) รองลงมาคือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.99) ด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.81) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.74) ด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ ความถูกต้องของผลตรวจ (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมาคือ ความปลอดภัยในเครื่องมือ อุปกรณ์ทางการแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 4.17) และภาพลักษณ์ของบริษัทมีความเชี่ยวชาญในการทำงานและเป็นมืออาชีพ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น สามารถตรวจวินิจฉัยโรคได้อย่างแม่นยำ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรก คือ ค่าบริการมีความเหมาะสม และยุติธรรมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.01) รองลงมาคือ การแจ้งราคาค่าบริการ ก่อนการใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.89) และมีใบแสดงราคาและตัดป้ายชัดเจนสำหรับบริการแต่ละประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.81)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรก คือ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือสถานที่ให้บริการใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.68) และมีที่จอดรถกว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือเอกสารที่เกี่ยวข้องกับบริการ และการรักษาพยาบาลอ่านเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.67) รองลงมาคือ ข้อความการโฆษณาเข้าใจได้ง่าย และมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.58) และมีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ นักเทคนิคการแพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมาคือ นักเทคนิคการแพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.07) และพนักงานทำการทักทายและขอบคุณทุกครั้งที่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือของการปฏิบัติงาน (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมาคือ กลิ่นภายในบริษัทไม่อับ ไม่เหม็นกลิ่นยา (ค่าเฉลี่ย 4.03) และห้องน้ำสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือความ

ถูกต้องในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมาคือ การส่งผลตรวจทางอีเมล หรือ การทางไปรษณีย์ (ค่าเฉลี่ย 3.99) และกระบวนการทำงานที่เป็นมาตรฐาน ความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท ล้านนาแล็บ จำกัด จำแนกตามเพศ อายุ และการออกค่าใช้จ่ายในการตรวจรักษา

3.1 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท ล้านนาแล็บ จำกัด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดคือปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.98) และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมาคือปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.99) และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดคือ ความถูกต้องของผลตรวจ (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมา ความปลอดภัยในเครื่องมือ อุปกรณ์ทางการแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 4.14) และภาพลักษณ์ของบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญในการทำงานและเป็นมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดคือ ความถูกต้องของผลตรวจ (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมา ความปลอดภัยในเครื่องมือ อุปกรณ์ทางการแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 4.20) และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น สามารถตรวจวินิจฉัยโรคได้อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดคือ ค่าบริการมีความเหมาะสมและยุติธรรมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมา การแจ้งราคาค่าบริการ ก่อนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.84) และมีใบแสดงราคาและคิดป้ายชัดเจนสำหรับบริการแต่ละประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดคือ ค่าบริการมีความเหมาะสมและยุติธรรมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมา การแจ้งราคาค่าบริการ ก่อนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.93) และมีใบแสดงราคาและคิดป้ายชัดเจนสำหรับบริการแต่ละประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมาคือ สถานที่ให้บริการใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.60) และมีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.59)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา สถานที่ให้บริการใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.74) และ มีที่จอดรถกว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ เอกสารที่เกี่ยวข้องกับบริการ และการรักษาพยาบาลอ่านเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมา ข้อความการโฆษณาเข้าใจได้ง่าย และมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.59) และมีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ เอกสารที่เกี่ยวข้องกับบริการ และการรักษาพยาบาลอ่านเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.64) รองลงมา ข้อความการโฆษณาเข้าใจได้ง่าย และมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.58) และมีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ นักเทคนิคการแพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา พนักงานทำการทักทายและขอบคุณทุกครั้งที่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.07) และพนักงานบริการประทับใจยิ้มแย้ม และมีธรรมาศยดี (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ นักเทคนิคการแพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา มีพนักงาน หรือเจ้าหน้าที่อธิบายและแนะนำบริการในเบื้องต้น (ค่าเฉลี่ย 4.07) และนักเทคนิคการแพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือของการปฏิบัติงาน (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา ห้องน้ำสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.95) และ กลิ่นภายในบริษัทไม่อับ ไม่เหม็นกลิ่นยา (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือของการปฏิบัติงาน (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมา กลิ่นภายในบริษัทไม่อับ ไม่เหม็นกลิ่นยา (ค่าเฉลี่ย 4.11) และห้องน้ำสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความถูกต้องในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.01) รองลงมา กระบวนการทำงานที่เป็นมาตรฐาน ความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.96) และ ไม่ต้องรอนาน รับคำปรึกษา และตรวจได้ทันที การส่งผลตรวจทางอีเมล หรือ การทางไปรษณีย์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การส่งผลตรวจทางอีเมล หรือ การทางไปรษณีย์ (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมา ความถูกต้องในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และกระบวนการทำงานที่เป็นมาตรฐาน ความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.00)

3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท ล้านนาแล็บ จำกัด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ต่ำกว่า 30 ปีมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.97) และปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.96) และ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.98) และ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.03) และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปีมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความถูกต้องของผลตรวจ (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา ภาพลักษณ์ของบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญในการทำงานและเป็นมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.11) และความปลอดภัยในเครื่องมือ อุปกรณ์ทางการแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความถูกต้องของผลตรวจ (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา ความปลอดภัยในเครื่องมือ อุปกรณ์

ทางการแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 4.12) และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น สามารถตรวจวินิจฉัยโรคได้อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด อันดับแรกคือ ความถูกต้องของผลตรวจ ความปลอดภัยในเครื่องมือ อุปกรณ์ทางการแพทย์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมา ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น สามารถตรวจวินิจฉัยโรคได้อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.12) และชื่อเสียงของบุคลากรทางการแพทย์ เช่น นักเทคนิคการแพทย์ ความทันสมัยและความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปีมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด อันดับแรกคือ ค่าบริการมีความเหมาะสมและยุติธรรมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.01) รองลงมา มีใบแสดงราคาและติดป้ายชัดเจนสำหรับบริการแต่ละประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.92) และการแจ้งราคาค่าบริการ ก่อนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด อันดับแรกคือ ค่าบริการมีความเหมาะสมและยุติธรรมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) รองลงมา การแจ้งราคาค่าบริการ ก่อนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.91) และมีการบริการชำระด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด อันดับแรกคือ ค่าบริการมีความเหมาะสมและยุติธรรมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา การแจ้งราคาค่าบริการ ก่อนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.89) และมีใบแสดงราคาและติดป้ายชัดเจนสำหรับบริการแต่ละประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด อันดับแรกคือ ค่าบริการมีความเหมาะสมและยุติธรรมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา การแจ้งราคาค่าบริการ ก่อนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.88) และราคาถูกกว่าคลินิก หรือ บริษัทอื่นๆ มีใบแสดงราคาและติดป้ายชัดเจนสำหรับบริการแต่ละประเภท เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปีมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด อันดับแรกคือ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) รองลงมาคือสถานที่ให้บริการใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.73) และมีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด
แรกคือ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมาคือสถานที่ให้บริการ
ใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.69) และมีที่จอดรถกว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด
แรกคือ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมาคือสถานที่ให้บริการ
ใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.68) และมีที่จอดรถกว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก
ลำดับแรกคือ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมา มีที่จอดรถ
กว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.74) และ สถานที่ให้บริการ ใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปีมีความพึงพอใจ
มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ เอกสารที่เกี่ยวข้องกับบริการ และการรักษาพยาบาลอ่าน
เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมา ข้อความการโฆษณาเข้าใจได้ง่าย และมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย
3.67) และมีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด
แรกคือ เอกสารที่เกี่ยวข้องกับบริการ และการรักษาพยาบาลอ่านเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.62) รองลงมา
มีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.54) และข้อความการโฆษณาเข้าใจได้ง่าย และ
มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด
แรกคือ เอกสารที่เกี่ยวข้องกับบริการ และการรักษาพยาบาลอ่านเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.67) รองลงมา
ข้อความการโฆษณาเข้าใจได้ง่าย และมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.62) และมีแผ่นพับ
ประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.49)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก
ลำดับแรกคือ เอกสารที่เกี่ยวข้องกับบริการ และการรักษาพยาบาลอ่านเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.66)
รองลงมา ข้อความการโฆษณาเข้าใจได้ง่าย และมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.55) และมีแผ่นพับ
ประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปีมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ย
สูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีพนักงาน หรือเจ้าหน้าที่อธิบายและแนะนำบริการในเบื้องต้น
(ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา นักเทคนิคการแพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ
(ค่าเฉลี่ย 4.08) และนักเทคนิคการแพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ นักเทคนิคการแพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมา มีพนักงานหรือเจ้าหน้าที่อธิบายและแนะนำบริการในเบื้องต้น (ค่าเฉลี่ย 4.05) และ นักเทคนิคการแพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ พนักงานมีสุขภาพอนามัยที่ดี เช่น หน้าตาสดใส ความสะอาดของร่างกาย ไม่เป็นโรคติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา นักเทคนิคการแพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.06) และนักเทคนิคการแพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน พนักงานบริการประทับใจ ยิ้มแย้ม และมีอัธยาศัยดี เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ นักเทคนิคการแพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา พนักงานบริการประทับใจ ยิ้มแย้ม และมีอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.12) และนักเทคนิคการแพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือของการปฏิบัติงาน (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา กลิ่นภายในบริษัทไม่อับ ไม่เหม็นกลิ่นยา (ค่าเฉลี่ย 4.10) และห้องน้ำสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ ห้องน้ำสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมา ความน่าเชื่อถือของการปฏิบัติงาน (ค่าเฉลี่ย 4.04) และกลิ่นภายในบริษัทไม่อับ ไม่เหม็นกลิ่นยา (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือของการปฏิบัติงาน (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา กลิ่นภายในบริษัทไม่อับ ไม่เหม็นกลิ่นยา (ค่าเฉลี่ย 4.05) และห้องน้ำสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือของการปฏิบัติงาน (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมา กลิ่นภายในบริษัทไม่อับ ไม่เหม็นกลิ่นยา และห้องน้ำสะอาด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.95) และมีน้ำดื่มไว้คอยให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ ความถูกต้องในการให้บริการ การส่งผลตรวจทางอีเมลล์ หรือ การทางไปรษณีย์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมา กระบวนการทำงานที่เป็นมาตรฐาน

ความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.01) และความรวดเร็วและใช้เวลาที่เหมาะสมต่อครั้งในการให้บริการลูกค้าแต่ละคน (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ การส่งผลตรวจทางอีเมลล์ หรือ การทางไปรษณีย์ (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา ความถูกต้องในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และความรวดเร็วและใช้เวลาที่เหมาะสมต่อครั้งในการให้บริการลูกค้าแต่ละคน (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ การส่งผลตรวจทางอีเมลล์ หรือ การทางไปรษณีย์ (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา ความถูกต้องในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.06) และ กระบวนการทำงานที่เป็นมาตรฐาน ความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ ความถูกต้องในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมา ขั้นตอนการกรอกเอกสาร ประวัติ ไม่ยุ่งยาก ชับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.98) และไม่ต้องรอนาน รับคำปรึกษา และตรวจได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 3.97)

3.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท ด้านนาแล็บ จำกัด จำแนกตามการออกค่าใช้จ่ายในการตรวจ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามออกค่าใช้จ่ายเอง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านบุคลากร เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.96) และปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้เองเอง ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมาคือปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.78) และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามออกค่าใช้จ่ายเอง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ ความถูกต้องของผลตรวจ (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมา ความปลอดภัยในเครื่องมือ อุปกรณ์ทางการแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 4.20) และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น สามารถตรวจวินิจฉัยโรคได้อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้เองเอง ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ ความถูกต้องของผลตรวจ (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา ชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่รู้จัก เป็นที่

น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.04) และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น สามารถตรวจวินิจฉัยโรคได้อย่างแม่นยำ ความปลอดภัยในเครื่องมือ อุปกรณ์ทางการแพทย์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามออกค่าใช้จ่ายเอง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ค่าบริการมีความเหมาะสมและยุติธรรมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมา การแจ้งราคาค่าบริการ ก่อนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.92) และมีใบแสดงราคาและติดป้ายชัดเจนสำหรับบริการแต่ละประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่ได้ออกเอง ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ค่าบริการมีความเหมาะสมและยุติธรรมกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.92) รองลงมา การแจ้งราคาค่าบริการ ก่อนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.76) และมีใบแสดงราคาและติดป้ายชัดเจนสำหรับบริการแต่ละประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามออกค่าใช้จ่ายเอง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีที่จอดรถกว้างขวาง และเพียงพอ สถานที่ให้บริการใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมาคือสถานที่ให้บริการใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน และ ที่จอดรถกว้างขวาง และเพียงพอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่ได้ออกเอง ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมาคือ สถานที่ให้บริการใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.67) และ ที่จอดรถกว้างขวาง และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.59)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามออกค่าใช้จ่ายเอง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ เอกสารที่เกี่ยวข้องกับบริการ และการรักษาพยาบาลอ่านเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมา ข้อความการโฆษณาเข้าใจได้ง่าย และมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.63) และมีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่ได้ออกเอง ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.37) รองลงมา เอกสารที่เกี่ยวข้องกับบริการ และการรักษาพยาบาลอ่านเข้าใจง่าย ข้อความการโฆษณาเข้าใจได้ง่าย และมีความน่าเชื่อถือ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.33) และมีการให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.10)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามออกค่าใช้จ่ายเอง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ นักเทคนิคการแพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา นักเทคนิคการแพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ พนักงานทำการทักทายและขอขอบคุณทุกครั้งที่มาใช้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.09) และ มีพนักงาน หรือ เจ้าหน้าที่อธิบายและแนะนำบริการในเบื้องต้น (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้บอกเอง ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดคือ
แรกคือ นักเทคนิคการแพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.94)
รองลงมา นักเทคนิคการแพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน (ค่าเฉลี่ย 3.88) และพนักงานมี
สุขภาพอนามัยที่ดี เช่น หน้าตาสดใส ความสะอาดของร่างกาย ไม่เป็นโรคติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามออกค่าใช้จ่ายเอง มี
ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดคือ ความน่าเชื่อถือของการปฏิบัติงาน
(ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา กลิ่นภายในบริษัทไม่อับ ไม่เหม็นกลิ่นยา (ค่าเฉลี่ย 4.07) และห้องน้ำ
สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้บอกเอง ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดคือ
แรกคือ ความน่าเชื่อถือของการปฏิบัติงาน (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา ภายในบริษัทสะอาด และ เป็น
ระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.82) และห้องน้ำสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามออกค่าใช้จ่ายเอง มีความพึง
พอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดคือ ความถูกต้องในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.04)
รองลงมา การส่งผลตรวจทางอีเมล หรือ การทางไปรษณีย์ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และกระบวนการทำงาน
ที่เป็นมาตรฐาน ความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้บอกเอง ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดคือ
แรกคือ ความถูกต้องในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมา กระบวนการทำงานที่เป็นมาตรฐาน
ความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.86) และการให้บริการเท่าเทียมกันสำหรับลูกค้าทุกราย ไม่ต้องรอนาน รับ
คำปรึกษา และตรวจได้ทันที การส่งผลตรวจทางอีเมล หรือ การทางไปรษณีย์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย
3.78)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้ ควรทำการเปิดบริการให้เข้าขึ้นจาก
8:00 น. เป็น 7:00 น. ควรเพิ่มให้มีบริการเจาะเลือดนอกสถานที่ ควรจัดโปรแกรมการตรวจสุขภาพ
แบบ Package และควรทำการประชาสัมพันธ์ให้คนทั่วไปทราบถึงการตรวจสุขภาพสามารถทำการ
ตรวจได้ที่คลินิกเทคนิคการแพทย์

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท
ด้านนาแล็บ จำกัด สามารถอภิปรายผลดังต่อไปนี้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมี
ค่าเฉลี่ยในระดับมาก ซึ่งกับสอดคล้องกับผลการศึกษาของสม โภช แซ่ลี่ (2551) ที่ศึกษาความพึง
พอใจของผู้ป่วยต่อคลินิกทางเดินอาหาร โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบ
แบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ
พิมพ์ขวัญ สุขสันต์ศิริกุล (2552) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการแผนก
ผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลกองบิน 41 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวม
มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของธัญชนม์ สุภรนาทรัพย์ (2552) ได้
ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณของ
ผู้บริโภค ในอำเภอเมืองนครปฐม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมี
ค่าเฉลี่ยในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของชงทวัตร บุญเฟื่อง (2553) ได้ศึกษาพฤติกรรมการ
เลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ผลการศึกษาพบว่า
ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ
มาก ซึ่งกับสอดคล้องกับผลการศึกษาของสม โภช แซ่ลี่ (2551) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อ
คลินิกทางเดินอาหาร โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึง
พอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของพิมพ์ขวัญ สุขสันต์ศิริกุล
(2552) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาล
กองบิน 41 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก
และสอดคล้องกับผลการศึกษาของธัญชนม์ สุภรนาทรัพย์ (2552) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสม
การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง
นครปฐม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก
และสอดคล้องกับผลการศึกษาของชงทวัตร บุญเฟื่อง (2553) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลินิก
เทคนิคการแพทย์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมี
ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก
ซึ่งกับสอดคล้องกับผลการศึกษาของสม โภช แซ่ลี่ (2551) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อคลินิก
ทางเดินอาหาร โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ

โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพิมพ์ขวัญ สุขสันต์ศิริกุล (2552) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลกองบิน 41 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของธัญชรัตน์ สุภชนาทรัพย์ (2552) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกรักษาผิวหนังของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองนครปฐม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับผลการศึกษาของชงทวัตร บุญเฟื่อง (2553) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ซึ่งกับสอดคล้องกับผลการศึกษาของสมโภช แซ่ลี (2551) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อคลินิกทางเดินอาหาร โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของพิมพ์ขวัญ สุขสันต์ศิริกุล (2552) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลกองบิน 41 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของธัญชรัตน์ สุภชนาทรัพย์ (2552) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกรักษาผิวหนังของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองนครปฐม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของชงทวัตร บุญเฟื่อง (2553) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ซึ่งกับไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสมโภช แซ่ลี (2551) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อคลินิกทางเดินอาหาร โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับผลการศึกษาของพิมพ์ขวัญ สุขสันต์ศิริกุล (2552) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลกองบิน 41 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของธัญชรัตน์ สุภชนาทรัพย์ (2552) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกรักษาผิวหนังของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองนครปฐม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมี

ค่าเฉลี่ยในระดับมาก และสอดคล้องผลการศึกษาของชงทวัตร บุญเฟื่อง (2553) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ซึ่งกับสอดคล้องกับผลการศึกษาของสมโภช แซ่ลี (2551) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อคลินิกทางเดินอาหาร โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของพิมพ์ขวัญ สุขสันต์ศิริกุล (2552) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลกองบิน 41 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของธัญชรัตน์ สุภธนาทรัพย์ (2552) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกรักษาผิวหนังของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองนครปฐม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และสอดคล้องผลการศึกษาของชงทวัตร บุญเฟื่อง (2553) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ซึ่งกับสอดคล้องกับผลการศึกษาของสมโภช แซ่ลี (2551) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อคลินิกทางเดินอาหาร โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของพิมพ์ขวัญ สุขสันต์ศิริกุล (2552) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลกองบิน 41 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของธัญชรัตน์ สุภธนาทรัพย์ (2552) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกรักษาผิวหนังของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองนครปฐม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และสอดคล้องผลการศึกษาของชงทวัตร บุญเฟื่อง (2553) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ซึ่งกับสอดคล้องกับผลการศึกษาของสมโภช แซ่ลี (2551) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อคลินิกทางเดินอาหาร โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบ

แบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิมพ์ขวัญ สุขสันต์ศิริกุล (2552) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการแผนก ผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลกองบิน 41 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของธัญชนก สุภรนาทรัพย์ (2552) ได้ ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองนครปฐม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมี ค่าเฉลี่ยในระดับมาก และสอดคล้องผลการศึกษาของชงวภัทร บุญเฟื่อง (2553) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ข้อค้นพบ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท ล้านนาแล็บ จำกัด มีประเด็นข้อค้นพบดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าพบว่า อายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีอายุช่วง 21-30 ปี และ 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ส่วนใหญ่ประมาณ 10,000 – 20,000 บาท มาตรวจ เลือดเพื่อตรวจสุขภาพ โดยจ่ายค่าใช้จ่ายเอง ส่วนใหญ่มาในช่วงเวลา 8:00 - 12:00 น. ในวันจันทร์ – ศุกร์ และส่วนใหญ่มาเพราะมีคนแนะนำ 82.9%

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท ล้านนาแล็บ จำกัด

1. **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุก ปัจจัยย่อยในระดับมาก และมีความพึงพอใจในระดับน้อยมากที่สุดคือความถูกต้องของผลการ ตรวจ และพบว่าทั้งเพศชายหญิง ระดับอายุต่างๆ และการออกค่าใช้จ่าย มีความพึงพอใจในระดับ ย่อยมากที่สุดคือความถูกต้องของผลการตรวจ และมีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุดคือมีห้อง เจาะเลือดหลายห้อง

2. **ปัจจัยด้านราคา** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกปัจจัย ย่อยในระดับมาก และมีความพึงพอใจในระดับน้อยมากที่สุดคือค่าบริการมีความเหมาะสมและ ยุติธรรมกับการให้บริการ และพบว่าทั้งเพศชายหญิง ระดับอายุต่างๆ และการออกค่าใช้จ่าย มีความ พึงพอใจในระดับน้อยมากที่สุดคือค่าบริการมีความเหมาะสมและยุติธรรมกับการให้บริการ และมี ความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุดคือมีการบริการชำระด้วยบัตรเครดิตยกเว้น ระดับอายุ 31-40 ปีที่

มีความพึงพอใจระดับน้อยที่สุดคือมีใบแสดงราคาและติดป้ายชัดเจนสำหรับบริการแต่ละประเภท

3. **ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก และมีความพึงพอใจในระดับน้อยมากที่สุดคือมีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ และพบว่าทั้งเพศชายหญิง ระดับอายุต่างๆ และการออกค่าใช้จ่าย มีความพึงพอใจในระดับน้อยมากที่สุดคือมีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ และมีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุดคือ ที่ตั้งของบริษัทหาง่าย เห็นได้ชัดเจนยกเว้นยกเว้น ระดับอายุ 51 ปีขึ้นไป และผู้ที่ไม่ได้ออกค่าใช้จ่ายเองที่มีความพึงพอใจระดับน้อยที่สุดคือที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่หรือถนนสายหลัก

4. **ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในระดับมากยกเว้น มีการให้ส่วนลดสำหรับลูกค้ามีความพึงพอใจระดับปานกลาง และมีความพึงพอใจในระดับน้อยมากที่สุดคือมีเอกสารที่เกี่ยวข้องกับบริการและการรักษาพยาบาลอ่านเข้าใจง่าย และพบว่าทั้งเพศชายหญิง ระดับอายุต่างๆ และการออกค่าใช้จ่าย มีความพึงพอใจในระดับน้อยมากที่สุดคือมีเอกสารที่เกี่ยวข้องกับบริการและการรักษาพยาบาลอ่านเข้าใจง่าย ยกเว้นผู้ที่ไม่ได้ออกค่าใช้จ่ายเองมีความพึงพอใจมากที่สุดคือมีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ และมีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุดคือ มีการให้ส่วนลดสำหรับลูกค้า

5. **ปัจจัยด้านบุคลากร การตลาด** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก และมีความพึงพอใจในระดับน้อยมากที่สุดคือนักเทคนิคการแพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน และพบว่าเพศชาย ระดับอายุต่ำกว่า 30 ปี และผู้ออกค่าใช้จ่ายเอง มีความพึงพอใจในระดับน้อยมากที่สุดคือนักเทคนิคการแพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน เพศหญิง ระดับอายุอื่นๆ และผู้ที่ไม่ได้ออกค่าใช้จ่ายเองมีความพึงพอใจมากที่สุดคือนักเทคนิคการแพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ

6. **ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง มีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ หรือ คอมพิวเตอร์ ลักษณะการตกแต่งภายในบริษัทสวยงาม ความกว้างขวางของบริษัทฯ และตกแต่งภายนอก และหน้าบริษัทสวยงาม น่าสนใจ ที่มีความพึงพอใจในระดับปาน

7. **ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก และมีความพึงพอใจในระดับน้อยมากที่สุดคือความถูกต้องในการให้บริการ และพบว่าเพศชาย การออกค่าใช้จ่าย มีความพึงพอใจในระดับน้อยมากที่สุดคือความ

ถูกต้องของการให้บริการ เพศหญิงมีระความพึงพอใจมากที่สุดคือการส่งผลการตรวจทางอีเมลล์หรือทางไปรษณีย์

8. ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ 10 อันดับสุดท้ายมีดังนี้

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก (7 P's)	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
มีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร วิทยู	ด้านสิ่งนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	3.18	ปานกลาง	1
มีการให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าสมาชิก	การส่งเสริม การตลาด	3.28	ปานกลาง	2
ความกว้างขวางของบริษัท	ด้านสิ่งนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	3.41	ปานกลาง	3
ตกแต่งภายนอกและหน้าบริษัทสวยงามน่าสนใจ	ด้านสิ่งนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	3.43	ปานกลาง	4
ลักษณะการตกแต่งภายในบริษัทสวยงาม	ด้านสิ่งนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	3.47	ปานกลาง	5
ที่ตั้งของบริษัทหาง่าย เห็นได้ชัดเจน	ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	3.52	ปานกลาง	6
มีห้องเจาะเลือดหลายห้อง	ด้านผลิตภัณฑ์	3.53	ปานกลาง	7
ที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ หรือถนนสายหลัก	ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	3.54	ปานกลาง	8
มีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ	การส่งเสริม การตลาด	3.55	ปานกลาง	9
ที่นั่งสำหรับรอรับบริการเพียงพอ	ด้านสิ่งนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	3.57	ปานกลาง	10

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท ล้านนาแล็บ จำกัด มีข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาที่ลูกค้ามีความพึงพอใจ ที่บริษัทควรให้ความสำคัญในการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้น ดังนี้

จากการค้นพบจาก ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบว่าลูกค้าที่มารับบริการ ที่บริษัท ล้านนาแล็บ จำกัด ส่วนใหญ่มาจากการแนะนำ แสดงให้เห็นว่าลูกค้าที่มารับบริการจะต้องมีความพึงพอใจต่อการได้รับบริการและแนะนำต่อ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของบริษัท ล้านนาแล็บ จำกัด ในระดับมากของทุกปัจจัย ดังนั้นบริษัท ล้านนาแล็บ จำกัด จึงควรให้ความสำคัญในพัฒนาปรับปรุง เพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้าของบริษัทในทุกปัจจัยให้มีระดับที่ดีขึ้น ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ บริษัท ล้านนาแล็บ จำกัด ควรให้ความสำคัญกับการถูกต้องของผลการตรวจโดยควรเน้นย้ำต่อลูกค้าให้ทราบถึงเรื่องการควบคุมคุณภาพของบริษัท โดยเริ่มตั้งแต่ก่อนเจาะเลือดจนได้รับผลการตรวจรวมทั้งการได้รับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ต่อผลการตรวจที่ได้รับ

2. ปัจจัยด้านราคา บริษัท ล้านนาแล็บ จำกัด ควรสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าถึงราคา ค่าบริการเหมาะสมและยุติธรรมกับการให้บริการ โดยเน้นย้ำถึงผลประโยชน์จากการตรวจที่ได้รับ และความถูกต้อง แง้นนอกจากนั้นอาจแจ้งให้ลูกค้าทราบว่าค่าบริการของบริษัทส่วนใหญ่ใช้ราคาของกรมบัญชีกลางซึ่งเท่ากับโรงพยาบาลรัฐบาล

3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัท ล้านนาแล็บ ควรปรับปรุงป้ายบริษัทให้ง่ายต่อการสังเกตและชัดเจน สามารถเห็นได้ง่าย นอกจากนี้ อาจเพิ่มช่องทางการให้บริการโดยการออกไปให้บริการนอกสถานที่

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด บริษัท ควรจัดทำเอกสารที่เกี่ยวข้องกับบริการ การเตรียมตัวก่อนการตรวจสุขภาพ สมุดรวบรวมผล ที่อ่านเข้าใจง่ายเพื่อให้ลูกค้าสามารถเก็บประวัติตัวเองนอกจากนั้นอาจจัดทำระบบ Customer Relationship Management (CRM) จัดประวัติลูกค้าประจำเพื่อให้ส่วนลดหรือการตรวจฟรีในโอกาสสำคัญต่างๆ พร้อมจัดทำการตรวจแบบชุดการตรวจต่างๆ เช่น ชุดตรวจสุขภาพทั่วไป ชุดตรวจสำหรับการเตรียมตัวตั้งครรภ์ ในราคาพิเศษ จัดทำระบบ CRM

5.ปัจจัยด้านบุคลากร บริษัทควรมีนโยบายส่งเสริมให้นักเทคนิคการแพทย์มีการพัฒนาเรียนรู้ ฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีความรู้ที่ทันสมัยต่อการตรวจวิเคราะห์ห้อยู่เสมอ

6.ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอลักษณะ พบว่าบริษัทควรปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกให้สะอาดน่าดู นอกจากนั้นอาจจัดทำสวนหย่อมเพื่อให้ลูกค่านั่งพักหลังจากเจาะเลือดและมีบริการ น้ำดื่ม นม ขนม สำหรับผู้ที่อดอาหารมาเพื่อเจาะเลือด

7.ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ บริษัทจะต้องมีกระบวนการที่สามารถตรวจสอบได้เช่นการลงทะเบียนชื่อที่อยู่ การเขียนชื่อระบุสิ่งส่งตรวจ การรายงานผลการตรวจนอกจากนี้บริษัทอาจเพิ่มช่องทางการติดต่อสอบถามข้อมูลนอกเหนือจากทาง โทรศัพท์ เช่นช่องทางอินเตอร์เน็ตให้ลูกค้าสอบถามข้อมูลและสามารถดาวน์โหลดผลการตรวจของลูกค้าได้เอง