

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของคลินิกรักษา
ผู้มีบุตรยาก : กรณีศึกษาคลินิกกกุลพัฒนการแพทย์

ชื่อผู้เขียน นายอานันท์ ฤงจินดา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ เรนีส เสริมบุญสร้าง	ประธานกรรมการ
อาจารย์ สุจรชัยพันธ์ สุวรรณพันธ์	กรรมการ
อาจารย์ ชรินทร์ สิงห์รุ่งเรือง	กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของคลินิก
รักษาผู้มีบุตรยาก : กรณีศึกษาคลินิกกกุลพัฒนการแพทย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจ
ของสตรีมีบุตรยากต่อการบริการตรวจรักษาของคลินิกกกุลพัฒนการแพทย์ โดยการคัดเลือกตัวอย่าง
แบบเจาะจงเฉพาะสตรีมีบุตรยากที่เคยเข้ารับบริการตรวจรักษาในคลินิกกกุลพัฒนการแพทย์แล้ว ใน
ช่วงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2544 ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2545 จำนวน 150 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบ
ถามรวบรวมข้อมูลและทำการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่
ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี มีการศึกษา
ระดับปริญญาตรี มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน ส่วนใหญ่มีรายได้ของครอบครัว
เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 20,001 – 40,000 บาท โดยมีระยะเวลาของการมีบุตรยาก หรือระยะเวลาที่มี
ปัญหา มีบุตรยากมานานมากกว่า 5 ปีขึ้นไป สื่อที่ทำให้ได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับคลินิกกกุลพัฒน
การแพทย์มากที่สุด คือ เพื่อนหรือญาติแนะนำ จำนวนรอบที่เข้ารับการรักษาภาวะมีบุตรยากที่
คลินิกกกุลพัฒนการแพทย์ คือ สองรอบมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์
การรักษาภาวะมีบุตรยากจากสถานพยาบาลอื่นมาก่อน และผลการรักษาภาวะมีบุตรยากครั้งล่าสุด

ส่วนใหญ่ไม่มีการตั้งครรภ์ แต่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความมั่นใจว่าจะเลือกกลับมาใช้บริการใหม่ และจะแนะนำต่อให้กับผู้อื่นที่ต้องการรักษาภาวะมีบุตรยาก

ด้านความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้คือ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงาน การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยด้านราคา มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจสูงสุดต่อปัจจัยย่อยด้าน การให้ข้อมูลที่ชัดเจนเข้าใจได้ครบถ้วน เช่น ด้านขั้นตอนการรักษา ค่าใช้จ่ายการรักษา ภาวะแทรกซ้อน ความเสี่ยงและอาการข้างเคียง สาเหตุความผิดปกติของผู้รับบริการและผลการรักษา เป็นต้น

ด้านผลิตภัณฑ์หรือการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจสูงสุดต่อปัจจัยย่อยด้าน ความสามารถและความเชี่ยวชาญของแพทย์และบุคลากรทางการแพทย์

ด้านพนักงานหรือบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจสูงสุดต่อปัจจัยย่อยด้านความสุภาพและอัธยาศัยไมตรีของพนักงาน เช่นการพูดจาความเป็นกันเอง ความมีน้ำใจ เป็นต้น

ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจสูงสุดต่อปัจจัยย่อยด้านความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในคลินิก

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจสูงสุดต่อปัจจัยย่อยด้านวารสารกุลพัฒนการแพทย์ในคำนำรูปแบบและเนื้อหา

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจสูงสุดต่อปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งใกล้ที่พักหรือที่ทำงาน

และด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง

Independent Study Title Customer Satisfaction towards the Services of Infertile Clinic:
A Case Study of Kullapat Medical Clinic

Author Mr. Arnunt Tungchinda

M.B.A.

Examining Committee

Lecturer Renus Sermboonsang	Chairman
Lecturer Sujanpin Suwannapan	Member
Lecturer Chanin Singrungreung	Member

ABSTRACT

The independent study on “Customer Satisfaction towards the Services of Infertile Clinic: A Case Study of Kullapat Medical Clinic” aimed to investigate the satisfaction of infertile women towards the services marketing mixed factors of Kullapat Medical Clinic. This study was done by using the purposive sampling method, which 150 samples of infertile women who used to get services from Kullapat Medical Clinic during October 2001 to October 2002 were selected as research population. The study was based on questionnaires. Then, the researcher applied descriptive statistic: percentage, frequency, means and standard deviation, to analyze all data. Results of the study were presented as follows:

It was found out that the majority of respondents were in the age of 26-35 with bachelor degree. They were all infertile women who stayed in Chiang Mai and Lumpoon provinces with 20,001 – 40,000 baht as monthly income. Most of them had faced with the infertile period for over 5 years. The most effective medium that leded respondents to access into the clinic’s information was the recommendation from friends or relatives. Most respondents had admit the treatment from this clinic twice and used to be treated in infertile problem from other clinics. Although they had not succeeded in infertile treatment, they believed that Kullapat Clinic would be re-selected and be advised to other infertile couples.

In term of satisfaction towards service marketing mix factors, it found out that the average of respondents' satisfaction was highly towards factors as follows: service process, product, people or officer, physical evidence and presentation, promotion and place, in orderly. However, the satisfaction towards price factor was in moderate mean.

Respondents were highly satisfied with service process especially in parts of clear and accurate information such as treatment process, payment, complicated symptoms, risk and side-effect, cause of infertility of customers and treatment's result.

Product or service factor was also in high rank of satisfaction particularly the ability and proficiency of doctors and medical staffs.

Another high satisfaction towards the services from Kullapat Clinic was people. They were most satisfied in politeness and good relation of officers in terms of nice conversation, friendliness, and their kindness for example.

Respondents were highly satisfied in the physical evidence and presentation : clean and well-managed atmosphere.

For the promotion factor, it was very satisfying especially Medical Kullapat Newsletter which satisfied customer both in its figure and content.

The satisfaction of respondents towards place was very high because it was located nearby their residence or working place. However, the price factor was satisfied in moderate range.