

## บทคัดย่อ

177694

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อคลินิกสวนสั้ม-บริษัท ไทยอโกรเทค เซอร์วิส จำกัดอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ การเก็บข้อมูลจากสมาชิก จำนวน 278 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส การศึกษาขั้นสูงสุดระดับประถมศึกษา มีประสบการณ์ในการปลูกสั้ม 1-3 ปี โดยมีพื้นที่ปลูกสั้มน้อยกว่า 50 ไร่ และมีรายได้เฉลี่ยต่อไร่ต่อปี 100,000-300,000 บาท ส่วนใหญ่เป็นสมาชิก 1 ปีขึ้นไป โดยบริการที่มารับจากคลินิกสวนสั้มมากที่สุดคือการบริการและคำแนะนำเรื่องปุ๋ย การใช้ปุ๋ย และเหตุผลที่เลือกเป็นสมาชิกของคลินิกสวนสั้ม คือ เพื่อคุณภาพและมาตรฐานของสั้มที่ผลิตได้

ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนด้านที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ด้านการให้บริการของพนักงานของคลินิกสวนสั้ม ด้านกระบวนการบริการของคลินิกสวนสั้ม ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ หัวข้อในการอบรมบรรยายสัมมนาและการให้ความรู้ด้านวิชาการ การใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัย ระยะเวลาที่ใช้ในการอบรมบรรยายสัมมนา และการให้ความรู้ด้านวิชาการในแต่ละครั้ง และชื่อเสียงและมาตรฐานของการให้บริการของคลินิกสวนสั้ม

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมในการอบรมสัมมนาด้านวิชาการ ค่าบริการในการวิเคราะห์ดิน น้ำ และธาตุอาหารในใบสั้ม และอัตราค่าธรรมเนียมสมาชิกต่อปี (100 บาทต่อปี)

ด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ สถานที่ตั้งของคลินิกสวนสั้ม ติดต่อสะดวกและหาง่าย จำนวนสาขาของคลินิกสวนสั้มซึ่งปัจจุบันมีสาขาเดียวและมีพนักงานเข้าไปให้บริการนอกสถานที่ถึงสวนสั้มของท่านได้

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้ส่วนลดแก่สมาชิกคลินิกสวนสั้มในการซื้อสินค้าจากกิจการในเครือ เช่น ปุ๋ย ยากำจัดศัตรูพืช กัลลาสั้ม ฯลฯ และการให้ความช่วยเหลือในการจัดการด้านการตลาด การมีพนักงานของคลินิกสวนสั้ม ไปชักชวนให้ท่านสมัครเป็นสมาชิกและมาใช้บริการ และการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ป้ายโฆษณา จดหมาย

ด้านการบริการของพนักงานของคลินิกสวนสั้ม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความรู้และประสบการณ์ของวิทยากรผู้อบรมบรรยาย การถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ของวิทยากรผู้อบรม และการตอบคำถามแก่สมาชิกของวิทยากรผู้อบรมบรรยาย

ด้านกระบวนการบริการของคลินิกสวนสั้ม ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจปัจจัยย่อยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ขั้นตอนการติดต่อเป็นสมาชิก สะดวก รวดเร็ว ขั้นตอนการเข้ารับการอบรมทางวิชาการความรู้เกี่ยวกับสวนสั้ม ขั้นตอนการติดต่อซื้อต้นพันธุ์สั้มการขอคำปรึกษาต่างๆ

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความกว้างขวาง ใ้โถงของสำนักงานคลินิกสวนสั้ม สถานที่ในการอบรมบรรยายและสัมมนา และเครื่องมือและอุปกรณ์ในการอบรมบรรยาย

สำหรับปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ไม่มีเวลาเพียงพอในการ เข้ารับการอบรมสัมมนา รองลงมาคือ เกิดจากความรู้อที่ได้รับไม่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และความไม่สะดวกในการเดินทางเข้ามารับบริการ

## **ABSTRACT**

**177694**

This objective of this independent study was to study the satisfaction towards Suan Som Clinic, Thai Agrotech Service Co., Ltd., Fang District, Chiang Mai province. Research data was collected from the distribution of questionnaire to 278 members of Suan Som Clinic. Then, the researcher applied the descriptive statistic which consisted of frequency, percentage, and mean in order to analyze all collecting data.

According to the study, it was found that most respondents were 31-40 years-old married males whose highest level of education was Primary based. They had had 1-3 years of experience in operating the orange farms, and the size of land they used for growing oranges was lesser than 50 Rais. The average income they earned in a year per Rai was 100,000 – 300,000 baht. Most of them had subscribed for the clinic's membership for over than 1 year. The most favorite services they took from the clinic were about the services and the suggestions regarding the use of fertilizer. The reason of becoming the member at Suan Som Clinic was mentioned on the matters of the qualities and standards of their oranges.

Based upon the study of the satisfaction towards the service marketing mix factors, it was found that the respondents rated at the high level of satisfaction towards the product factor. However, they rated at the moderate level of satisfaction towards the following

factors; physical evidence, the people, the process, the price, the service channel, and the promotion.

In term of product factor, it was rated at the high level of satisfaction towards the three following sub-factors; the topics of training/lecture/seminar/ including other academic trainings, the application of modern technology and equipments in the trainings, the time spent in a training together with the knowledge received from attending in each training. The last sub-factors received the high level of satisfaction was about the good reputation and the service standards of Suan Som Clinic.

In terms of price factor, it was rated at the highest level of satisfaction towards the three following sub-factors; no fee for an attention of training, the service fee for the analysis of soil/water/ and nutrient element in orange leaf, and the annual fee for membership (100 baht a year).

In terms of service channel factor, it was rated at the highest level of satisfaction towards the three following sub-factors; the location of Suan Som Clinic that was convenient and easy to approach the number of Suan Som Clinic's branch that had only one branch, and the service that allowed employees to offer out-of-office service, in another word, to provide service directly to the members' orange orchards.

In terms of promotion factor, it was rated at the highest level of satisfaction towards the three following sub-factors; the reduction for members when buying any product such as fertilizer, insecticide for plants, orange sprout, and etc. that were categorized in the Clinic's business network. Another two sub-factors were mentioned as follows; the Suan Som Clinic offered them the marketing management assistance by sending the employees of the clinic to invited people to subscribe for membership and use services, and there were advertisements through media such as radio, local newspaper, billboard, and letters.

In terms of people factor, it was rated at the highest level of satisfaction towards the three following sub-factors; the knowledge and experience of lecturers, the way to evacuate the knowledge and experience of lecturers, and the answers for members provided by the lecturers.

In terms of service process factor, it was rated at the highest level of satisfaction towards the three following sub-factors; the convenient and fast membership

application process, the process in requesting for attention in any training concerning on orange orchards, the process in buying the strains of orange and other advises.

In terms of physical evidence factor, it was rated at the highest level of satisfaction towards the three following sub-factors; the large area of Suan Som Clinic's office, the revenues for trainings/lectures/and seminars, and the tools and equipments used in each training.

However, the problems that the respondents mostly found were about the insufficient time for training, the unpractical knowledge they got from the trainings and the inconvenient transportation to approach to services.