

สารนิพนธ์

เรื่อง

แผนการตลาดห้องปฏิบัติการงานสถานเวชศาสตร์ชั้นสูง
ศูนย์สุขภาพองค์รวมและเวชศาสตร์ชั้นสูง คณะเทคนิคการแพทย์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร

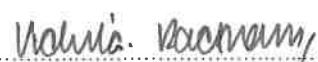
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 29 กรกฎาคม พ.ศ. 2567


นางสาวเบญจรัตน์ ชัยวโรดม
ผู้วิจัย


ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิสดา ปีติสันต์,
Ph.D.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์


ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุเทพ นิมสาย,
Ph.D.
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์


รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,
Ph.D.
รักษาการแทนคณบดีวิทยาลัยการจัดการ
มหาวิทยาลัยมหิดล


สทนต์ อารีราษฎร์,
Ph.D.
กรรมการสอบสารนิพนธ์

แผนการตลาดห้องปฏิบัติการงานสถานเวชศาสตร์ชั้นสูง ศูนย์สุขภาพองค์รวมและเวชศาสตร์ชั้นสูง
คณะเทคนิคการแพทย์ มหาวิทยาลัยมหิดล

MARKETING PLAN FOR MEDICAL DIAGNOSTIC LABORATORY UNIT
FACULTY OF MEDICAL TECHNOLOGY MAHIDOL UNIVERSITY

เบญจรัตน์ รัชวโรดม 6450921

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาการนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัฒนา ปิติสันต์, Ph.D.,
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุเทพ นิมสา, Ph.D., สหรัถย์ อารีราษฎร์, Ph.D.

บทคัดย่อ

ห้องปฏิบัติการงานสถานเวชศาสตร์ชั้นสูง เป็นส่วนงานภายใต้ศูนย์สุขภาพองค์รวมและเวชศาสตร์ชั้นสูง คณะเทคนิคการแพทย์ มหาวิทยาลัยมหิดล ให้บริการตรวจทดสอบแก่ผู้ป่วยโรงพยาบาลศิริราช ผู้รับบริการทั้งภาครัฐและเอกชน ปัจจุบัน ห้องปฏิบัติการไม่มีแผนการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่ดี ทำให้ไม่เป็นที่รู้จักกับผู้รับบริการภายนอกเครือข่ายองค์กร ผู้วิจัยจึงจัดทำแผนการตลาดนี้ขึ้นเพื่อสร้างการรับรู้ของแบรนด์ ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดและยอดขายให้ธุรกิจ

แผนการตลาดนี้ ใช้กลยุทธ์แบบ Market Penetration สร้างการรับรู้ของแบรนด์ผ่านช่องทางออนไลน์ ด้วยการสร้างเว็บไซต์และบัญชี Social Media และมีการใช้กลยุทธ์แบบ Product Development โดยพัฒนาการให้บริการในรูปแบบที่ทันสมัยมากขึ้น ผ่านระบบการจองคิวรับบริการและระบบการรับผลออนไลน์ การจัดแพ็คเกจ โปรโมชั่น โดยสัมภาษณ์ผู้รับบริการ ผู้ประกอบการธุรกิจและบุคลากรในส่วนงานจำนวน 32 คน เพื่อนำมาพัฒนาแผนการตลาดให้เหมาะสม

จากการศึกษาผลการดำเนินธุรกิจระยะยาวในระยะเวลา 5 ปี โดยใช้แผนการตลาดที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้น พบว่าธุรกิจจะมีมูลค่าปัจจุบัน (NPV) อยู่ที่ 13,987,386 บาท มีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) 72.66% และใช้ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) ภายใน 3 ปี 6 เดือน

คำสำคัญ: ห้องปฏิบัติการ/ แผนการตลาด/ สุขภาพ