



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของเจ้าของสุนัขในการใช้บริการ
สถานพยาบาลสัตว์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาวิชาการค้นคว้าอิสระ (Independent Study) ของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามชุดนี้จะใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น

ผู้ศึกษาจึงขอความกรุณาท่านโปรดให้ข้อมูลตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยทำเครื่องหมาย หน้าข้อความที่ท่านเห็นด้วยและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถามชุดนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ

1. ไม่เกิน 20 ปี

2. 21 – 30 ปี

3. 31 – 40 ปี

4. 41 – 50 ปี

5. 51 ปี ขึ้นไป

3. สถานภาพ

1. โสด

2. สมรส

3. หม้าย/หย่าร้าง

4. อื่น ๆ

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษา 2. มัธยมศึกษา/ปวช./ปวท.
3. อนุปริญญา/ปวส. 4. ปริญญาตรี
5. สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

1. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 2. พ่อบ้าน/แม่บ้าน
3. พนักงานบริษัทเอกชน 4. นักเรียน/นักศึกษา
5. รับจ้างทั่วไป 6. อื่นๆ

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ไม่เกิน 10,000 บาท 2. 10,001 – 20,000 บาท
3. 20,001 – 30,000 บาท 4. 30,001 บาท ขึ้นไป

7. สายพันธุ์สุนัขที่เลี้ยง

1. สายพันธุ์ไทยแท้ เช่น บางแก้ว หลังอน
2. สายพันธุ์ต่างประเทศ เช่น ชิห์สุ ชิววา เซาเซา พุดเคิ้ล ปัก ปักกิ่ง ปอมเมอเรเดียน ฯลฯ
3. มีทั้งสายพันธุ์ไทยและสายพันธุ์ต่างประเทศ
4. พันธุ์ผสมทั่วไป เช่น สุนัขที่เลี้ยงไว้เฝ้าบ้าน

8. วัตถุประสงค์ในการเลี้ยงสุนัข (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. เลี้ยงไว้เพื่อเฝ้าบ้าน | <input type="checkbox"/> 2. เพาะพันธุ์ขาย |
| <input type="checkbox"/> 3. เลี้ยงไว้เป็นเพื่อนแก้เหงา | <input type="checkbox"/> 4. มีคนให้มาจึงต้องเลี้ยง |
| <input type="checkbox"/> 5. เลี้ยงตามแฟชั่น | <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ |

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานพยาบาลสัตว์ที่ผู้บริโภครู้จักใช้บริการอยู่ในปัจจุบัน

9. ส่วนใหญ่ท่านเลือกพาสุนัขไปรักษาที่ใด (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

1. สถานพยาบาลสัตว์ (คลินิกรักษาสัตว์)
2. โรงพยาบาลสัตว์

10. ความถี่ในการนำสุนัขมารับการรักษาที่สถานพยาบาลสัตว์

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. นาน ๆ ครั้ง | <input type="checkbox"/> 2. 1-2 ครั้ง/เดือน |
| <input type="checkbox"/> 3. 3-4 ครั้ง/เดือน | <input type="checkbox"/> 4. 5-6 ครั้ง/เดือน |
| <input type="checkbox"/> 5. 6 ครั้ง/เดือน ขึ้นไป | |

11. ช่วงเวลาใดที่ท่านใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์เป็นส่วนใหญ่ (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

1. จันทร์-ศุกร์ 8.00-17.00 น.
2. จันทร์-ศุกร์ 17.01-21.00 น.
3. เสาร์-อาทิตย์ 8.00-17.00 น.
4. เสาร์-อาทิตย์ 17.01-21.00 น.

12. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง ในการไปใช้บริการรักษาสุนัขที่สถานพยาบาลสัตว์

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 300 บาท/ครั้ง | <input type="checkbox"/> 2. 301 – 600 บาท/ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> 3. 601 – 900 บาท/ครั้ง | <input type="checkbox"/> 4. 901 – 1,200 บาท/ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> 5. 1,201 บาท/ครั้ง ขึ้นไป | |

13. ท่านรู้จักหรือได้รับข่าวสารของสถานพยาบาลสัตว์จากแหล่งใด

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. คนรู้จักแนะนำ | <input type="checkbox"/> 2. ป้ายหน้าร้าน |
| <input type="checkbox"/> 3. วิทยู | <input type="checkbox"/> 4. อินเทอร์เน็ต |
| <input type="checkbox"/> 5. ป้ายโฆษณา | <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ |

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของเจ้าของสุนัขในการใช้
บริการสถานพยาบาลสัตว์

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่แสดงระดับความสำคัญ ที่ท่านเห็นว่า มีผลต่อการตัดสินใจ
ใช้บริการที่สถานพยาบาลสัตว์ และขอความกรุณาตอบคำถามทุกข้อ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1. สถานพยาบาลสัตว์มีชื่อเสียงและมีภาพลักษณ์ที่ดี					
2. สถานพยาบาลสัตว์เป็นสถานพยาบาลที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในการตรวจรักษาและป้องกันโรคเฉพาะทางสำหรับสุนัข					
3. ใ้เช่าที่มีคุณภาพในการรักษา					
4. ใ้ได้รับการอธิบายและคำแนะนำจากสัตวแพทย์ประจำสถานพยาบาลสัตว์					
5. มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย					
6. มีบริการรับดูแลสัตว์เลี้ยงแบบค้างคืน					
7. มีบริการหลากหลาย เช่น อ่างน้ำ ตัดแต่งขน					
8. มีอาหารสุนัขและอุปกรณ์สำหรับสุนัขจำหน่าย					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านราคา (Price)					
9. ระดับราคาไม่แตกต่างจากสถานพยาบาลสัตว์อื่น					
10. ค่าใช้จ่ายในการรักษาถูกกว่าสถานพยาบาลสัตว์ในบริเวณใกล้เคียง					
11. ค่าใช้จ่ายเหมาะสมต่อการรักษาในแต่ละครั้ง					
12. มีการให้เครดิตหรือส่วนลดกับลูกค้า					
13. มีการคิดอัตราค่าบริการแสดงให้ลูกค้าทราบ					
14. เลือกชำระค่าสินค้าหรือบริการได้หลายวิธี เช่น เงินสด บัตรเครดิต					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)					
15. ตั้งอยู่ในบริเวณแหล่งชุมชน การเดินทางสะดวก					
16. มีบริการสั่งซื้อสินค้า จองคิว รวมทั้งการให้คำปรึกษาด้านการป้องกันและรักษาโรคของสุนัขทางโทรศัพท์					
17. มีป้ายแสดงเวลาเปิด - ปิด สถานพยาบาลสัตว์ให้ลูกค้าทราบ					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
18. มีเอกสารความรู้เกี่ยวกับสุนัขแจกให้กับลูกค้า					
19. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุท้องถิ่น ป้ายโฆษณา เคเบิลทีวี					
20. มีการแจกของแถมเมื่อซื้อสินค้าหรือใช้บริการครบตามที่กำหนด					
21. มีโปรโมชั่นพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ เช่น การสะสมแต้มการให้ส่วนลด					
22. มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสถานพยาบาลสัตว์ให้ลูกค้าทราบเป็นระยะ					
ด้านบุคลากร (People)					
23. ความมีชื่อเสียงของสัตวแพทย์					
24. สัตวแพทย์มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ความชำนาญเฉพาะด้านสุนัขสูง					
25. สัตวแพทย์และเจ้าหน้าที่ประจำสถานพยาบาลสัตว์ต้องมีความรักสัตว์					
26. ความเอาใจใส่ดูแลลูกค้าของเจ้าหน้าที่ประจำสถานพยาบาลสัตว์					
27. ความรวดเร็วในการปฏิบัติงานของสัตวแพทย์และเจ้าหน้าที่ประจำสถานพยาบาลสัตว์					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
28. เจ้าหน้าที่ประจำสถานพยาบาลสัตว์มีน้ำใจไมตรี มี กิจกรรมอาสาเรียบร้อย แสดงความเป็นกันเองกับลูกค้า					
29. สัตวแพทย์ให้คำปรึกษา แนะนำ และสามารถตอบข้อ สงสัยของลูกค้าได้เป็นอย่างดี					
30. มีสัตวแพทย์และเจ้าหน้าที่ประจำสถานพยาบาลสัตว์ ให้บริการอย่างเพียงพอ					
ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)					
31. มีการจัดทำแฟ้มประวัติและมีบัตรประจำตัวสุนัข					
32. มีการชี้แจงรายละเอียดการรักษาทุกครั้ง					
33. มีระบบการให้บริการที่เป็นมาตรฐาน					
34. ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการรักษา					
35. ความรวดเร็วของการให้บริการ					
36. มีการอธิบายสรรพคุณของยาแต่ละชนิดให้ทราบ					
37. มีกระบวนการติดตามผลการรักษาอย่างต่อเนื่อง					
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)					
38. บรรยากาศภายในสถานพยาบาลสัตว์หอมสดชื่น อากาศ ถ่ายเท มีเครื่องปรับอากาศ และมีแสงสว่างเพียงพอ					
39. เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการรักษาใหม่ ทันสมัย และสะอาด					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
40. มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ น้ำดื่ม ห้องน้ำ ที่นั่งระหว่างรอการตรวจรักษา					
41. สถานที่มีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย					
42. สถานพยาบาลสัตว์มีการจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน					
43. การจัดวางสินค้าภายในสถานพยาบาลสัตว์ดึงดูดใจลูกค้า					
44. มีป้ายบอกหรือเตือนเขตอันตรายขณะปฏิบัติงาน					
45. มีพื้นที่จอดรถรองรับลูกค้าได้เป็นจำนวนมาก					

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะต่าง ๆ

ปัญหาที่ท่านพบจากการใช้บริการที่สถานพยาบาลสัตว์

.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับการใช้บริการที่สถานพยาบาลสัตว์

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวห่อขวัญ เมืองน้อย	
วัน เดือน ปีเกิด	28 ธันวาคม 2519	
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต (การบริหารงานอุตสาหกรรม) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ปีการศึกษา 2542 สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ปีการศึกษา 2548	
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2550 - ปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่ธุรกิจขนาดย่อม สำนักงานธุรกิจ ขนาดย่อม สมุทรสาคร ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
พ.ศ. 25	49 - 2550	เจ้าหน้าที่จัดซื้อ ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล
อันสงการช่าง		
พ.ศ. 254	3 - 2549	เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อและเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน บริษัท ศิริแสงอาร่าพี จำกัด