

บรรณานุกรม

- กรมปศุสัตว์แห่งประเทศไทย. 2551. “การขยายตัวของธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง”. [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา <http://www.dld.go.th/flood/p002> (12 ตุลาคม 2551).
- กรุงเทพธุรกิจ. 2553. “โศกแสนสุขบนกองเงินกองทอง”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
<http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/finance/finance/20100822/349081/โศกแสนสุข-บนกองเงินกองทอง.html> (22 สิงหาคม 2553).
- กัลยา วาณิชบัญชา. 2545. การวิเคราะห์สถิติสำหรับการบริหารและการวิจัย. กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา มะโนใจ. 2546. การกระจายตัวและขอบเขตการให้บริการสถานพยาบาลสัตว์ชั้นหนึ่งใน
เขตเทศบาลนครเชียงใหม่. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- “การเลี้ยงสุนัข”. 2550. สัตว์รักสัตว์เลี้ยง. 12, 45 (16 กรกฎาคม): 16-20.
- กิตติเทพ เหลือวานิช . 2545. การศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกซื้ออาหารสุนัขของผู้เลี้ยง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์
ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กุนทลี เวชสาร. 2545. การวิจัยการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กุลวดี กุฬโรจนานนท์. 2545. การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกสร เกียรติกังวานชน. 2552. สัตว์รักสัตว์เลี้ยง. กรุงเทพฯ: บริษัท อภิวัฒน์มีเดีย จำกัด.
- คลังปัญญาไทย. 2548. “พระราชบัญญัติสถานพยาบาลสัตว์ พ.ศ. 2533”. [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา <http://www.panyathai.or.th/p33> (22 มกราคม 2548).
- _____. 2550. “สัตว์แพทย์”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
<http://www.panyathai.or.th/wiki/index.php/สัตว์แพทย์> (17 ธันวาคม 2550).
- ชมรมผู้บริหารสถานพยาบาลสัตว์. 2551. “สถานพยาบาลสัตว์”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
<http://www.thaivet.org>. (9 มกราคม 2548).
- นิตยาพร เสมอใจ. 2547. การจัดการและการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2547. การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ. ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- _____. 2551. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ. ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ธงชัย สันติวงษ์. 2539. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์.
- ธนาคารกสิกรไทย. 2550. ธุรกิจสัตว์เลี้ยง. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย.

ธนาคารทหารไทยจำกัด. 2549. “ธุรกิจสัตว์เลี้ยงและสถานพยาบาลสัตว์”. ผู้จัดการรายสัปดาห์ 12, 669 (27 กันยายน- 3 ตุลาคม): 91-104.

ชานินทร์ ศิลปจารุ. 2549. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ: บริษัท อินเทอร์เน็ต.

บุญชุม ศรีสะอาด. 2543. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.

ประมวล คิ้วสุวรรณ. 2542. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการใช้บริการของโรงพยาบาลสัตว์เล็ก คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ปิยะมาศ คงถึง. 2549. การศึกษาประชากรสุนัขจรจัดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.

เชียงใหม่: การค้นคว้าอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พชรวรรณ โสภณภาค. 2546. พฤติกรรมการเลี้ยงดูสุนัขของประชาชน ในเขตอำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสระบุรี . กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พัชรา ดันติประภา. 2546. พฤติกรรมผู้บริโภค. เชียงใหม่ : ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พายุ ศรีสุกร. 2552. “การเลี้ยงสุนัข.” นิตยสารสัตว์เลี้ยงแสนรัก 12, 34 (25 พฤษภาคม): 67.

พาณิชย์ ยศปัญญา. 2541. สัตว์เศรษฐกิจเล่ม 2. กรุงเทพฯ: มติชน.

พินุล ทิปะปาล. 2547. การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ :อมรการพิมพ์.

มกริน พรหมโยธี. 2548. สัตว์ที่สัตว์เลี้ยง. กรุงเทพฯ: บริษัทเมเรียล ประเทศไทยจำกัด.

รัชต์ ชัดติยะ. 2542. การวิเคราะห์ความต้องการด้านการให้บริการของโรงพยาบาลสัตว์เล็ก คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ. 2550. “ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสถานพยาบาลสัตว์”. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา <http://www.thonglorpet.com/knowledge2551> (1 กรกฎาคม 2550).

วรารกร เกสัชชา. 2548. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์เลี้ยงในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วินัส พิษวนิชย์ และสมจิต วัฒนาศาขกุล. 2537. สถิติสำหรับนักสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: ประกายพริก.

วีระ ชีรภัทร. 2551ก. “ธุรกิจสัตว์เลี้ยง.” กรุงเทพฯธุรกิจ. 1 ธันวาคม:18.

_____. 2551ข. “มูลค่าตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง.” กรุงเทพฯธุรกิจ. 1 สิงหาคม:13.

ศักรินทร์ ปัทมชุตี ศัลยพงษ์ วงศ์บุญเกิด และศิริโรจน์ ไวตรวงโรค. 2551. **ฉลาดด้วยดีด็อกซ์**.

กรุงเทพฯ: บริษัท ศูนย์สรรพสินค้าสัตว์เลื้อย จำกัด.

ศิริชัย กาญจนวสีและคณะ. 2540. **การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมกับงานวิจัย**. กรุงเทพฯ: บริษัท

พชรกานต์พับลิชเคชั่น จำกัด.

ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2544. **การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์**. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ:

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2533. **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

_____. 2534. **กลยุทธ์การตลาด**. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

_____. 2539. **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

_____. 2545. **การวิจัยการตลาดฉบับสมบูรณ์**. กรุงเทพฯ: ดวงกมลสมัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ปริญ ลักษิตานนท์ สุกร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวาณิช. 2546.

การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บจก. ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

_____. 2543. **หลักการการตลาด**. กรุงเทพฯ: บจก.ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

ศูนย์กฎหมายแห่งประเทศไทย. 2548. “ผู้ประกอบการวิชาชีพสัตวแพทย์”. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา <http://www.thailandlawyercenter.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=538975422&Ntype=19> (13 มีนาคม 2548).

ศูนย์บริการข้อมูล. 2548. “ข้อกำหนดมาตรฐานสถานพยาบาลสัตว์”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<http://w4.thaiwebwizard.com>. (8 สิงหาคม 2548).

ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว. 2550. “โรงพยาบาลสัตว์ในประเทศไทย”. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา www.tourthai.com/page6. (17 มกราคม 2550).

ศูนย์รวมสุนัขในประเทศไทย. 2550. “การเลี้ยงสุนัขและปัญหาในการเลี้ยง.” [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา <http://www.thaidogcenter.com>. (5 มีนาคม 2550).

ศูนย์สารสนเทศกรมปศุสัตว์. 2553. “ฐานข้อมูลผู้เลี้ยงสัตว์”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

http://www.dld.go.th/ict/th/index.php?option=com_content&view=section&id=20&Itemid=1 (1 มกราคม 2553).

สมาคมพัฒนาพันธุ์สุนัขแห่งประเทศไทย. 2550. “สถิติฟาร์มสุนัข”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<http://www.kcthailand.org/> (1 มีนาคม 2550).

สำนักงานควบคุม ป้องกันและบำบัดโรคสัตว์. 2550. “สัตว์เลื้อย : ธุรกิจฟาร์มสุนัข”.

สัตว์เลื้อยแสนรัก, 10 (50) : 21.

สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. 2553. “กฎกระทรวงสถานพยาบาลสัตว์”. กรุงเทพฯ:

สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. (จุลสาร)

สำนักงานปลัดจังหวัดเชียงใหม่. 2551. “สถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดเชียงใหม่”.

[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.dld.go.th/pvlo_cmi/dcontrol/18Clinic/clinic/name_clinic_all.htm (7 กุมภาพันธ์ 2551).

_____. 2552. “สถิติผู้มาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.dld.go.th/pvlo_cmi/index.php?option=com_content&view=article&id=60&Itemid=50 (14 กรกฎาคม 2552).

_____. 2553. “สถานพยาบาลสัตว์ในเขตภาคเหนือ”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.dld.go.th/pvlo_cmi/index.php?option=com_content&view=article&id=62&Itemid=59 (14 กรกฎาคม 2552).

สุดาตวง เรืองรุจิระ. 2540. การตลาด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

_____. 2543. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : ปรกาศพริก.

เสรี วงษ์มณฑา. 2542. กลยุทธ์การตลาด: การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ: บจก.ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2549. กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อนุพันธ์ บุญชื่น. 2551. “ธุรกิจบริการสุนัข”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://cms.sme.go.th/news/details.aspx?id=44456> (27 ธันวาคม 2551).

Etzel, Michael., Bruce J. Walker and William J. Stanton., 1997. **Marketing** . 19th ed. New York: McGraw-Hill.

Kotler, P. 2000. **Marketing Management**. 7th ed. USA: The Prentice Hall international.

_____. 2003. **Marketing Management: analysis planning implementation and control**. 9th ed. New Jersey: A Simon & Schuster Company.

Walker, Orville C. Jr., Harper W. Boyd, Jr., Jean-Claude Larreche and John W. Mullins. 1999. **Marketing Strategy**. 3rd ed. Boston: R.D. Irwin.

Rust, Roland., Anthony J. Zahorik and Timothy L. keiningham. 1996. **Service Marketing**. 3rd ed. New york: Harper Collins College Publisher.

Macfarland, Dalton E.. 1997. **Marketing Management: Principle and Practices**. 29th ed. New York: CBS College Publishing.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์

แบบสอบถาม

เรื่อง กลยุทธ์การตลาดของสถานพยาบาลสัตว์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้วิจัย

นางสาววรรณภักดิ์ ศรีนวลไชย

นักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

แบบสอบถามฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์ในการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาศึกษาวิเคราะห์ถึง กลยุทธ์การตลาดของสถานพยาบาลสัตว์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาในระดับมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ในรายวิชาการศึกษาค้นคว้าอิสระ ให้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ของรายวิชา

ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อจะได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ อนึ่งข้อมูลของท่านจะได้รับการรักษาเป็นความลับ และจะไม่ก่อให้เกิดความเสียหาย หรือส่งผลกระทบต่อผู้ให้ข้อมูลแต่อย่างใด

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นการสอบถามเรื่องกลยุทธ์การตลาดของสถานพยาบาลสัตว์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ลักษณะของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการมาใช้บริการของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
- ส่วนที่ 3 การตัดสินใจด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
- ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 1 ลักษณะของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน [] หน้าคำตอบของท่าน

1. เพศ

[] 1. ชาย

[] 2. หญิง

2. อายุ

[] 1. น้อยกว่า 20 ปี

[] 2. 20-30 ปี

[] 3. 31-40 ปี

[] 4. 41-50 ปี

[] 5. 51-60 ปี

[] 6. มากกว่า 60 ปี

3. สถานภาพ

[] 1. โสด

[] 2. สมรส

[] 3. หม้าย

[] 4. หย่าร้าง

[] 5. แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

[] 1. มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า

[] 2. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

[] 3. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า

[] 4. ปริญญาตรี

[] 5. ปริญญาโท

[] 6. ปริญญาเอก

5. อาชีพ

[] 1. รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ

[] 2. ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท

[] 3. เกษตรกร / แรงงาน

[] 4. ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย

[] 5. นักเรียน / นักศึกษา

[] 6. พ่อบ้าน / แม่บ้าน

[] 7. ไม่ระบุ /ว่างงาน

[] 8. อื่นๆ ระบุ.....

6. รายได้ต่อเดือน

[] 1. น้อยกว่า 5,000 บาท

[] 2. 5,001 - 10,000 บาท

[] 3. 10,001 - 20,000 บาท

[] 4. 20,001 - 30,000 บาท

[] 5. 30,001 บาทขึ้นไป

**ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการมาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่**

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน [] หน้าคำตอบของท่าน

7. ประเภทสัตว์เลี้ยงที่ท่านนำมาใช้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

[] 1. สุนัข

[] 2. แมว

[] 3. กระต่าย

[] 4. หนู

[] 5. นก

[] 6. อื่นๆ ระบุ.....

8. ท่านนำสัตว์เลี้ยงไปใช้บริการจากสถานพยาบาลสัตว์กี่ครั้งต่อเดือน (เลือกตอบได้ 1 ข้อ)

[] 1. 1 ครั้ง

[] 2. 2 ครั้ง

[] 3. 3 ครั้ง

[] 4. มากกว่า 3 ครั้ง

9. ค่าใช้จ่ายในการไปใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ต่อครั้ง (เลือกตอบได้ 1 ข้อ)

[] 1. 0 – 100 บาท

[] 2. 101 – 500 บาท

[] 3. 501 – 1,000 บาท

[] 4. 1,001 – 2,000 บาท

[] 5. 2,000 บาทขึ้นไป

10. วันใดที่ท่านไปใช้บริการจากสถานพยาบาลสัตว์เป็นประจำ (เลือกตอบได้ 1 ข้อ)

[] 1. วันจันทร์ - วันศุกร์

[] 2. วันเสาร์ - วันอาทิตย์

[] 3. ไม่ระบุวันที่แน่นอน

[] 4. อื่นๆ ระบุ.....

11. ช่วงเวลาใดที่ท่านไปใช้บริการจากสถานพยาบาลสัตว์เป็นประจำ (เลือกตอบได้ 1 ข้อ)

[] 1. ช่วงเช้า 08.00 – 12.00 น.

[] 2. ช่วงกลางวัน 12.01 – 16.00 น.

[] 3. ช่วงเย็น 16.01 – 21.00 น.

[] 4. นอกช่วงเวลาระบุ.....

12. แหล่งข้อมูลใดที่ทำให้ท่านตัดสินใจมาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

[] 1. หนังสือพิมพ์

[] 2. นิตยสาร

[] 3. แผ่นพับ / ใบปลิว

[] 4. โทรทัศน์

[] 5. วิทยุ

[] 6. ป้ายโฆษณา/ ป้ายสถานประกอบการ

[] 7. วิธีการบอกกล่าวปากต่อปาก

[] 8. อื่นๆ ระบุ.....

13. ท่านเคยนำสัตว์เลี้ยงของท่านไปใช้บริการใดจากสถานพยาบาลสัตว์บ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| ☐ 1. ตรวจรักษาโรคทั่วไป | ☐ 2. โปรแกรมวัคซีน |
| ☐ 3. รักษาโรคเฉพาะทาง (หัวใจ, ไต, ตา,...) | ☐ 4. ศัลยกรรม |
| ☐ 5. แลป / ตรวจพิเศษ | ☐ 6. ทันตกรรม |
| ☐ 7. อุปกรณ์เอกเรย์ (X-RAY) | ☐ 8. ผ่าตัด |
| ☐ 9. อัลตราซาวด์ | ☐ 10. ทำหมัน / คู่หมั้น |
| ☐ 11. บริการเสริมสวยอาบน้ำตัดแต่งขน | ☐ 12. อุปกรณ์ไมโครชิพ |
| ☐ 13. บริการฝากเลี้ยง / ฝากใช้ | ☐ 14. บริการรถรับส่ง |
| ☐ 15. บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และอาหารสัตว์ | ☐ 16. บริการนอกสถานที่ |
| ☐ 17. บริการสระว่ายน้ำ | ☐ 18. อื่นๆ ระบุ..... |

14. ข้อใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากสถานพยาบาลสัตว์ของท่านมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน หรือแหล่งที่พักอาศัย
- ☐ 2. ชื่อเสียงของสถานพยาบาลสัตว์ และสัตวแพทย์ผู้ให้บริการตรวจรักษา
- ☐ 3. ราคาข้อมเข่าเป็นกันเอง และมีความสมเหตุสมผล
- ☐ 4. รายการพิเศษ โปรโมชั่น ส่วนลด ส่วนแถม
- ☐ 5. เพื่อน คนใกล้ชิดหรือคนรู้จักแนะนำมา
- ☐ 6. สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวางและเพียงพอ
- ☐ 7. สถานที่ตั้งหาได้ง่าย และป้ายโฆษณา/ ป้ายร้าน มองเห็นได้ชัดเจน
- ☐ 8. ความครบวงจรของการให้บริการ เช่น มีบริการอาบน้ำตัดขนสัตว์เลี้ยง
บริการร้านจำหน่ายยา อาหารและอุปกรณ์สัตว์เลี้ยงในสถานพยาบาลสัตว์นั้น
- ☐ 9. ภาพลักษณ์ของสถานพยาบาลสัตว์ เช่น โรงพยาบาลสัตว์ คลินิกสัตว์

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่แสดงระดับความสำคัญ ที่ท่านเห็นว่าปัจจัยดังต่อไปนี้
มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ของท่าน ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง
น้อย และน้อยที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ (Product)					
1. สถานพยาบาลสัตว์มีชื่อเสียง และภาพลักษณ์ที่ดี					
2. สถานพยาบาลสัตว์มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการ เช่น มีความสะอาด และปลอดภัยในการตรวจรักษา					
3. สัตวแพทย์สามารถตรวจรักษาโรคและผ่าตัดได้ทุกอย่าง					
4. มีความพร้อมในด้านอุปกรณ์การแพทย์และเวชภัณฑ์ยา					
5. มีบริการรับฝากเลี้ยง และฝากใช้สัตว์ป่วย					
6. มีบริการเสริมสวยอาบน้ำตัดแต่งขนสัตว์เลี้ยง					
7. มีร้านจำหน่ายยา อุปกรณ์ และอาหารสัตว์เลี้ยง					
8. มีบริการรถรับส่งสัตว์เลี้ยง					
9. มีบริการการตรวจรักษาและฉีดวัคซีนนอกสถานที่					
10. มีบริการสระว่ายน้ำสำหรับสัตว์เลี้ยง					
11. มีบริการศูนย์ฝึกสุนัข					
12. อื่นๆ.....					
ด้านราคา (Price)					
1. อัตราค่าผลิตภัณฑ์และบริการมีความสมเหตุสมผล					
2. มีการให้ส่วนลดกับผู้มาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง					
3. มีการประกาศหรือป้ายแสดงอัตราค่าบริการอย่างชัดเจน					
4. มีการให้ผ่อนชำระค่าบริการ					
5. อื่นๆ.....					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านสถานที่ (Place)					
1. สถานที่ตั้งของสถานพยาบาลสัตว์หาได้ง่าย และสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการของผู้ใช้บริการ					
2. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งที่พักอาศัย					
3. มีบริการผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต เช่น ให้คำปรึกษา					
4. มีห้องพักรับรองหรือที่นั่งรอตรวจอย่างเพียงพอ					
5. มีบริเวณที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง และเพียงพอ					
6. ห้องน้ำมีความสะอาดและมีจำนวนเพียงพอต่อการใช้งาน					
7. มีแผนผัง หรือสัญลักษณ์ แสดงทางเดิน และห้องต่างๆ ภายในสถานพยาบาลสัตว์อย่างชัดเจน					
8. การตกแต่งอาคารสถานที่มีความสวยงาม และเหมาะสม					
9. อาคารสถานที่สะอาด อากาศถ่ายเท และได้มาตรฐาน					
10. อื่นๆ.....					
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
1. การจัดรายการพิเศษ โปรโมชัน ส่วนลด ส่วนแถม					
2. การลงโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ					
3. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมต่างๆ เช่น กิจกรรมรณรงค์การฉีดพิษสุนัขบ้าฟรี ร่วมกับกรมปศุสัตว์					
4. วิธีการบอกกล่าวปากต่อปาก					
5. การแจ้งข้อมูลข่าวสาร และความเคลื่อนไหวต่างๆ อย่างทั่วถึง เช่น การแจ้งเดือนการมารับบริการ					
6. อื่นๆ.....					
ด้านบุคลากร (People)					
1. สัตวแพทย์มีความรู้ความสามารถ และความชำนาญในการรักษาและผ่าตัด					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2. สัตวแพทย์มีชื่อเสียงและมีความน่าเชื่อถือ					
3. มีจำนวนบุคลากรที่เพียงพอในการให้บริการ					
4. บุคลากรมีมนุษยสัมพันธ์ และ ดูแลเอาใจใส่ผู้ให้บริการดี					
5. บุคลากรสามารถให้คำแนะนำ ปรีกษา และช่วยแก้ปัญหาให้แก่ผู้ให้บริการได้					
6. อื่นๆ.....					
ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)					
1. มีความสะดวก และรวดเร็ว					
2. มีความถูกต้อง และชัดเจน					
3. การให้บริการเป็นขั้นเป็นตอน และเป็นระบบระเบียบ					
4. มีการติดตามผลการรักษา และประเมินผลการมาใช้บริการ					
5. มีการรับประกันคุณภาพในการรักษา และบริการ					
6. การให้บริการแก่สัตว์เลี้ยงทุกตัวอย่างเสมอภาคกัน					
7. มีศูนย์ หรือกล่องรับเรื่องราว ความคิดเห็น					
8. มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย เช่น โทรทัศน์ เครื่องดื่ม					
9. มีบุคลากรคอยให้บริการดูแลและให้คำปรึกษาตลอดเวลา					
10. การสื่อสารข้อมูลเกิดความเข้าใจตรงกัน ไม่คลาดเคลื่อน					
11. อื่นๆ.....					
ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร (Physical evidence)					
1. เป็น โรงพยาบาลสัตว์แบบมีที่พักสัตว์ป่วยเกิน 10 ที่					
2. เป็น โรงพยาบาลสัตว์แบบมีที่พักสัตว์ป่วยไม่เกิน 10 ที่					
3. เป็นคลินิกสัตว์แบบมีที่พักสัตว์ป่วยไม่เกิน 10 ที่					
4. เป็นคลินิกสัตว์แบบไม่มีที่พักสัตว์ป่วย					
5. เป็นสถานพยาบาลสัตว์ชั้นสอง					

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่แสดงระดับปัญหาและอุปสรรคที่พบ ซึ่งท่านเห็นว่า
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อไปนี้ เป็นปัญหาและอุปสรรคที่ท่านพบจากการมาใช้บริการ
สถานพยาบาลสัตว์ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับปัญหาและอุปสรรคที่พบ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1. สถานพยาบาลสัตว์ไม่มีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี					
2. สถานพยาบาลสัตว์ไม่มีความน่าเชื่อถือ					
3. สัตวแพทย์ไม่สามารถรักษาโรคและผ่าตัดได้ทุกอย่าง					
4. สถานพยาบาลสัตว์ไม่มีความพร้อมในด้านอุปกรณ์ทางการแพทย์และเวชภัณฑ์ยา					
5. บริการรับฝากเลี้ยง และดูแลสัตว์ป่วยยังไม่มีคุณภาพดีพอ					
6. บริการอาบน้ำและตัดแต่งขนสัตว์เลี้ยงยังไม่มีคุณภาพดีพอ					
7. บริการร้านจำหน่ายยา อุปกรณ์ และอาหารสัตว์เลี้ยงยังไม่มีคุณภาพดีเพียงพอ					
8. การบริการรถรับส่งสัตว์เลี้ยง ยังไม่มีคุณภาพดีเพียงพอ					
9. การบริการนอกสถานที่ยังไม่มีคุณภาพดีเพียงพอ					
10. การบริการศูนย์ฝึกสุนัขยังไม่มีคุณภาพดีเพียงพอ					
11. การบริการสระว่ายน้ำยังไม่มีคุณภาพดีเพียงพอ					
12. อื่น ๆ					
ด้านราคา (Price)					
1. อัตราค่าผลิตภัณฑ์และบริการไม่สมเหตุสมผล หรือแพง					
2. ไม่มีการให้ส่วนลด กับผู้มาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง					
3. ไม่มีการประกาศ หรือจัดบอร์ดแสดงอัตราค่าบริการ					
4. สถานพยาบาลสัตว์ไม่มีการให้ผ่อนชำระค่าบริการ					
5. อื่นๆ.....					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับปัญหาและอุปสรรคที่พบ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านสถานที่ (Place)					
1. สถานที่ตั้งของสถานพยาบาลสัตว์หาได้ยาก และไม่สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการของผู้ใช้บริการ					
2. อากาศภายในสถานพยาบาลสัตว์ไม่ถ่ายเท มีกลิ่นเหม็นอับชื้นและสถานที่ไม่สะอาด มีความสกปรก					
3. สถานที่คับแคบและอึดอัด ไม่มีความโอ่อากว้างขวาง					
4. การจัดตกแต่งอาคารสถานที่ไม่มีความเหมาะสม ไม่ได้มาตรฐาน และไม่มีความสวยงามเพียงพอ					
5. ไม่มีห้องพักรับรอง หรือที่นั่งรอตรวจอย่างเพียงพอ					
6. บริเวณที่จอดรถไม่กว้างขวาง ไม่สะดวกและไม่เพียงพอ					
7. ไม่มีบริการห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอต่อการใช้งาน					
8. ไม่มีแผนผังหรือสัญลักษณ์ แสดงทางเดิน และห้องต่างๆ ภายในสถานพยาบาลสัตว์					
9. ไม่มีบริการผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตหรือเว็บไซต์					
10. อื่นๆ.....					
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
1. ไม่มีการจัดรายการพิเศษ โปรโมชัน ส่วนลด ส่วนแถม					
2. ไม่มีการลงโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ					
3. การไม่มีส่วนร่วมในกิจกรรมสังคมต่างๆ เช่น การรณรงค์ฉีดพิษสุนัขบ้าฟรี ร่วมกับกรมปศุสัตว์					
4. ข้อมูลข่าวสารที่ผิดพลาด ไม่เปลี่ยนแปลงให้ทันสมัย					
5. การประชาสัมพันธ์ การแจ้งข่าวสาร และความเคลื่อนไหวต่างๆ ของสถานพยาบาลสัตว์ไม่ทั่วถึง					
6. อื่นๆ.....					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับปัญหาและอุปสรรคที่พบ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านบุคลากร (People)					
1. สัตวแพทย์ไม่มีชื่อเสียง และไม่น่าเชื่อถือ					
2. สัตวแพทย์ไม่มีความรู้ความสามารถและความชำนาญดี					
3. บุคลากรไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ไม่มีความสุภาพเรียบร้อย ไม่อ่อนน้อมถ่อมตน และไม่ให้เกิดผู้ใช้บริการ					
4. บุคลากรไม่สามารถให้คำแนะนำปรึกษา และแก้ปัญหาให้กับผู้ใช้บริการได้					
5. บุคลากรขาดความกระตือรือร้น ไม่เอาใจใส่ผู้ใช้บริการ					
และไม่น่าเชื่อถือ					
6. บุคลากรไม่เพียงพอต่อการให้บริการ					
7. การแต่งกายของพนักงานไม่สุภาพ เรียบร้อย และไม่มี ความเหมาะสม					
8. อื่นๆ.....					
ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)					
1. ผู้ใช้บริการเสียเวลาในการรอคอยนาน และการบริการไม่ รวดเร็วทันใจ					
2. การตรวจรักษาและการให้บริการไม่มีความถูกต้อง ชัดเจน					
3. การให้บริการไม่เป็นขั้นตอน และไม่เป็นระบบระเบียบ					
4. การติดต่อสื่อสารหรือให้ข้อมูลยังไม่ดีพอ เกิดการเข้าใจ ไม่ตรงกันระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ					
5. ไม่มีการติดตามและประเมินผลการรักษา และการมาใช้บริการ					
6. ไม่มีการรับประกันคุณภาพในการตรวจรักษา					
7. คุณภาพในการตรวจรักษายังไม่มีความถูกต้องชัดเจน					
8. บุคลากรให้บริการแก่สัตว์เลี้ยงทุกตัวไม่เสมอภาคกัน					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับปัญหาและอุปสรรคที่พบ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
9. ไม่มีศูนย์หรือกล่อง รับเรื่องราวความคิดเห็น					
10. ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายระหว่างที่มาใช้บริการ เช่น เครื่องดื่ม โทรศัพท์ หนังสือพิมพ์					
11. ไม่มีการดูแลและให้คำแนะนำปรึกษาแก่ผู้ใช้บริการใน ทุกขั้นตอนของการให้บริการ					
12. อื่นๆ.....					
ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร (Physical evidence)					
1. ภาพลักษณ์ยังไม่มีคุณภาพ มาตรฐานและความเหมาะสม ที่ดีเพียงพอ					
2. ภาพลักษณ์ยังไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้ ทั้งหมด เช่น เป็นโรงพยาบาลแต่ผ่าตัดกระดูกไม่ได้					
3. อื่นๆ.....					

ข้อเสนอแนะ / ความคิดเห็น

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข

แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสถานพยาบาลสัตว์

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง กลยุทธ์การตลาดของสถานพยาบาลสัตว์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้วิจัย

นางสาววรรณภักดิ์ ศรีนวลไชย

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์ในการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาศึกษาวิเคราะห์ถึง กลยุทธ์การตลาดของสถานพยาบาลสัตว์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาในระดับมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ในรายวิชาการศึกษาค้นคว้าอิสระ ให้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ของรายวิชา

ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสัมภาษณ์ตามความเป็นจริง เพื่อจะได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ อนึ่งข้อมูลของท่านจะได้รับการรักษาเป็นความลับ และจะไม่ก่อให้เกิดความเสียหาย หรือส่งผลกระทบต่อผู้ให้ข้อมูลแต่อย่างใด

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นการสัมภาษณ์ เรื่องกลยุทธ์การตลาดของสถานพยาบาลสัตว์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ประกอบการและสถานพยาบาลสัตว์

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสถานพยาบาลสัตว์

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคของสถานพยาบาลสัตว์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ประกอบการและสถานพยาบาลสัตว์

1. ชื่อสถานพยาบาลสัตว์

.....

2. ที่อยู่ / สถานที่ตั้งของสถานพยาบาลสัตว์

.....

.....

.....

3. ดำเนินการโดย (เจ้าของกิจการ)

(นาย / นาง / นางสาว)

4. อายุ.....ปี

5. สถานภาพ.....

6. ระดับการศึกษา.....

7. รายได้ต่อเดือน.....บาท

8. เว็บไซต์ (Website)

.....

9. เบอร์โทรศัพท์.....

10. เริ่มก่อตั้งสถานพยาบาลสัตว์เมื่อ

.....

11. ช่วงเวลาให้บริการ

.....

12. โดยเฉลี่ยมีผู้มาใช้บริการวันละ.....คน

13. สัดส่วนผู้มาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์

ช่วงเช้า	08.00 – 12.00 น.	%
ช่วงกลางวัน	12.01 – 16.00 น.	%
ช่วงเย็น	16.01 – 21.00 น.	%
นอกช่วงเวลา		%

14. รายการให้บริการ

- ☐ ตรวจรักษาโรคทั่วไป
- ☐ ตรวจรักษาโรคเฉพาะทาง (หัวใจ, ไต, ตา,...)
- ☐ โปรแกรมวัคซีน
- ☐ โปรแกรมการรักษาพยาธิภายใน/ พยาธิภายนอก
- ☐ ผ่าตัดเฉพาะทาง เช่น ผ่าตัดกระดูกลำไส้ กระเพาะอาหาร
- ☐ การคุมกำเนิด/ ทำหมัน
- ☐ ศัลยกรรม
- ☐ ทันตกรรม
- ☐ บริการ LAB / ตรวจพิเศษ
- ☐ บริการฝากเลี้ยงสัตว์ปกติ/ บริการฝากไข่สัตว์ป่วย
- ☐ บริการเสริมสวย อาบน้ำตัดแต่งขนสัตว์เลี้ยง
- ☐ บริการร้านจำหน่ายยา อุปกรณ์ และอาหารสัตว์เลี้ยง
- ☐ บริการนอกสถานที่
- ☐ บริการรถรับส่ง
- ☐ บริการสระว่ายน้ำสำหรับสัตว์เลี้ยง
- ☐ บริการศูนย์ฝึกสุนัข
- ☐ เครื่องดมยาสลบ
- ☐ เครื่องเอกเรย์
- ☐ เครื่องอัลตราซาวด์
- ☐ เครื่องตรวจวัดคลื่นหัวใจ
- ☐ อุปกรณ์ไมโครชิพ (เครื่องติดตามตัวสัตว์เลี้ยง)
- ☐ อื่นๆ ระบุ.....

15. ภาพลักษณ์ของสถานพยาบาลสัตว์

- ☐ โรงพยาบาลสัตว์แบบมีที่พักสัตว์ป่วยเกิน 10 ที่
- ☐ โรงพยาบาลสัตว์แบบมีที่พักสัตว์ป่วยไม่เกิน 10 ที่
- ☐ คลินิกสัตว์แบบมีที่พักสัตว์ป่วยไม่เกิน 10 ที่
- ☐ คลินิกสัตว์แบบไม่มีที่พักสัตว์ป่วย
- ☐ สถานพยาบาลสัตว์ชั้นสอง

16. คุณลักษณะ, เอกลักษณะเฉพาะ , การสร้างความแตกต่าง (Feature)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสถานพยาบาลสัตว์

คำชี้แจง ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่แสดงระดับความสำคัญ ที่ผู้ประกอบการเห็นว่าปัจจัยดังต่อไปนี้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1. สถานพยาบาลสัตว์มีชื่อเสียง และภาพลักษณ์ที่ดี					
2. สถานพยาบาลสัตว์มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการ เช่น มีความสะอาด และปลอดภัย ในการตรวจรักษา					
3. สถานพยาบาลสัตว์มีสัตวแพทย์ซึ่งสามารถตรวจรักษาโรคและผ่าตัดได้ทุกอย่าง					
4. สถานพยาบาลสัตว์มีความพร้อมในด้านอุปกรณ์ทางการแพทย์และเวชภัณฑ์ยา					
5. มีบริการรับฝากเลี้ยง และฝากใช้สัตว์ป่วย					
6. มีบริการอาบน้ำ และตัดแต่งขนสัตว์เลี้ยง					
7. มีบริการจำหน่ายยา อุปกรณ์ และอาหารสัตว์					
8. มีบริการรถรับส่งสัตว์เลี้ยง					
9. มีบริการการตรวจรักษาและฉีดวัคซีนนอกสถานที่					
10. มีบริการศูนย์ฝึกสุนัข					
11. มีบริการสระว่ายน้ำสำหรับสัตว์เลี้ยง					
12. อื่นๆ.....					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านราคา (Price)					
1. กำหนดอัตราราคา พิจารณาจากต้นทุน					
2. การกำหนดอัตราราคา พิจารณาจากคู่แข่ง					
3. การกำหนดอัตราราคา พิจารณาจากความสมเหตุสมผล					
4. มีการให้ส่วนลดกับผู้ที่มาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง					
5. มีการผ่อนชำระค่าบริการ					
6. อื่นๆ					
ด้านสถานที่ (Place)					
1. สถานที่ตั้งหาได้ง่าย สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ					
2. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งที่พักอาศัยของผู้ใช้บริการ					
3. มีบริการทางอินเทอร์เน็ต หรือมีเว็บไซต์					
4. มีห้องพักรับรองหรือที่นั่งรอตรวจอย่างเพียงพอ					
5. บริเวณที่จอดรถมีความสะดวก กว้างขวาง และเพียงพอ					
6. มีบริการห้องน้ำที่สะอาด และมีจำนวนที่เพียงพอ					
7. มีแผนผัง หรือสัญลักษณ์ แสดงทางเดิน และห้องต่างๆ					
ภายในสถานพยาบาลสัตว์					
8. การตกแต่งอาคารสถานที่มีความเหมาะสมและสวยงาม					
9. อาคารสถานที่สะอาด ไม่มีกลิ่นเหม็นอับ และอากาศถ่ายเทได้สะดวก					
10. เวลาเปิดปิดของสถานพยาบาลสัตว์สะดวกต่อการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ					
11. อื่นๆ.....					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
1. การจัดรายการพิเศษ จัดโปรโมชัน ส่วนลด ส่วนแถม					
2. การลงโฆษณา และประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ใบปลิว แผ่นพับต่างๆ เว็บไซต์					
3. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมสังคมต่างๆ เช่น กิจกรรมรณรงค์การฉีดพิษสุนัขบ้าฟรี ร่วมกับกรมปศุสัตว์					
4. วิธีการบอกกล่าวปากต่อปาก					
5. การแจ้งข้อมูลข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์ทั่วถึง					
6. อื่นๆ.....					
ด้านบุคลากร (People)					
1. สัตวแพทย์มีความรู้ความสามารถ และความชำนาญในการรักษาและผ่าตัดเฉพาะทาง					
2. สัตวแพทย์มีชื่อเสียง และมีความน่าเชื่อถือ					
3. มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ					
4. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และดูแลเอาใจใส่ผู้ให้บริการดี					
5. พนักงานสามารถให้คำแนะนำปรึกษาและแก้ปัญหาแก่ผู้ให้บริการได้					
6. มีสวัสดิการ โบนัส และประกันสังคมแก่พนักงาน					
7. พนักงานมีวุฒิการศึกษาและประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับสัตว์					
8. พนักงานมีจิตใจที่รักสัตว์					
9. มีชุดยูนิฟอร์มแก่พนักงาน					
10. อื่นๆ.....					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)					
1. การรักษาและบริการมีความสะดวก และรวดเร็ว					
2. การรักษาและบริการมีความถูกต้อง และชัดเจน					
3. กระบวนการให้บริการเป็นขั้นตอน เป็นระบบระเบียบ และไม่ซับซ้อน					
4. มีการติดตาม และประเมินผลการรักษาและการบริการ					
5. มีการรับประกันคุณภาพในการรักษา และบริการ					
6. ให้บริการแก่สัตว์เลี้ยงทุกตัวอย่างเสมอภาคกัน					
7. มีศูนย์ หรือกล่องรับเรื่องราว ความคิดเห็น					
8. มีพนักงานคอยช่วยเหลือ ให้บริการและดูแลผู้ใช้บริการตลอดเวลา					
9. มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้บริการ เช่น เครื่องดื่ม โทรทัศน์					
10. ผู้ประกอบการเข้ามาดูแลและบริหารงานเอง					
11. การสื่อสารข้อมูลเกิดความเข้าใจตรงกันระหว่างผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ					
12. อื่นๆ.....					
ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร (Physical evidence)					
1. เป็นโรงพยาบาลสัตว์แบบมีที่พักสัตว์ป่วยเกิน 10 ที่					
2. เป็นโรงพยาบาลสัตว์แบบมีที่พักสัตว์ป่วยไม่เกิน 10 ที่					
3. เป็นคลินิกสัตว์แบบมีที่พักสัตว์ป่วยไม่เกิน 10 ที่					
4. เป็นคลินิกสัตว์แบบ ไม่มีที่พักสัตว์ป่วย					
5. เป็นสถานพยาบาลสัตว์ชั้นสอง					

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคของสถานพยาบาลสัตว์

คำชี้แจง ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่แสดงระดับปัญหาและอุปสรรคที่พบ ที่ผู้ประกอบการพบ ปัญหาและอุปสรรคจากการดำเนินงาน ได้แก่ มากที่สุด มากปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับปัญหาและอุปสรรคที่พบ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ (Product)					
1. ความรู้ ความสามารถ และความชำนาญในการรักษาโรคและผ่าตัดของสัตวแพทย์ยังไม่ดีเพียงพอ					
2. อุปกรณ์ทางการแพทย์ไม่ทันสมัยและมีจำนวนไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้					
3. การละทิ้งสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการ					
4. อื่น ๆ					
ด้านราคา (Price)					
1. การต่อราคาเพื่อขอลดค่าบริการของผู้ใช้บริการ					
2. การไม่ชำระค่าบริการของผู้ใช้บริการ					
4. อื่นๆ.....					
ด้านสถานที่ และช่องทางจัดจำหน่าย (Place)					
1. อาคารสถานที่คับแคบ อึดอัด และไม่กว้างขวาง					
2. สถานที่ไม่สะอาด มีกลิ่นเหม็น และอากาศไม่ถ่ายเท					
3. บริเวณที่จอดรถไม่มีความสะดวก ไม่กว้างขวาง และไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้					
4. อื่นๆ.....					
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาด (Promotion)					
1. ขาดการสนับสนุนและประชาสัมพันธ์จากรัฐบาล					
2. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง					
3. อื่นๆ.....					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับปัญหาและอุปสรรคที่พบ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านบุคลากร (People)					
1. การลาออกของพนักงาน					
2. พนักงานมีจำนวนไม่เพียงพอ					
3. พนักงานไม่ซื่อสัตย์และมีการลักขโมย					
4. อื่นๆ.....					
ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)					
1. การสื่อสารข้อมูลเกิดความเข้าใจไม่ตรงกัน					
และมีความคลาดเคลื่อนของข้อมูล					
2. อื่นๆ.....					
ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร (Physical evidence)					
1. ความไม่เข้มงวดในมาตรฐานสถานพยาบาลสัตว์					
2. อื่นๆ.....					

ข้อเสนอแนะ / ความคิดเห็น

.....

.....

.....

.....

.....

* ขอขอบคุณผู้ประกอบการและผู้บริหารสถานพยาบาลสัตว์ที่เอื้อเฟื้อข้อมูลและให้การสัมภาษณ์

ภาคผนวก ค

ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย



- ชื่อ - สกุล : นางสาววัลชนาภักดิ์ ศรีนวลไชย
- วันเดือนปีเกิด : 27 กุมภาพันธ์ 2521
- ประวัติการศึกษา : ปริญญาตรีบริหารธุรกิจ วิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยโยนก
 ปริญญาตรีบริหารธุรกิจ การตลาด มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
 ปริญญาตรีสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร
- ประวัติการทำงาน : พนักงานฝ่ายบุคคล มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต กรุงเทพฯ
 พนักงานฝ่ายบริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์บางเขน
 พนักงานฝ่ายการตลาด บริษัทอูธูรยาอิลันซ์ ซีพี
 ธุรกิจส่วนตัว จำหน่ายอุปกรณ์ ยา และอาหารสำหรับสัตว์เลี้ยง

