

ภาคผนวก จ
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

วิทยานิพนธ์ เรื่อง การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดและกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจยาสำหรับสัตว์ใน
ประเทศไทย

เพื่อประกอบการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต(สาขาธุรกิจการเกษตร)
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

โดย

นายสมชาติ ธนะ

คำชี้แจง

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ที่จะใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาถึงโครงสร้างตลาดและกลยุทธ์
ทางการตลาดของธุรกิจยาสำหรับสัตว์ในประเทศไทย จึงใคร่ขอความกรุณาท่านในการตอบ
แบบสอบถามและข้อมูลที่สอบถามเหล่านี้จะเป็นความลับ เพื่อใช้ประโยชน์ทางวิชาการเป็นสำคัญ
และการนำเสนอจะเสนอเป็นภาพรวมมิใช่เป็นบริษัทใดบริษัทหนึ่ง ผู้วิจัยขอขอบคุณที่ให้ความ
ร่วมมือมา ณ โอกาสนี้ด้วย

แบบสอบถามประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลบริษัท และตลาดยาโรคบิด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทางการตลาด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลบริษัท และตลาดยารักษาโรคบิด

แบบสอบถามบริษัทตัวแทนจำหน่ายยารักษาโรคบิดในไก่เนื้อ

1. ชื่อบริษัท _____
2. ที่อยู่ _____
3. โทรศัพท์ _____
4. บุคคลที่ติดต่อ
 - 4.1 ชื่อ _____ ตำแหน่ง _____ โทรศัพท์ _____
 - 4.2 ชื่อ _____ ตำแหน่ง _____ โทรศัพท์ _____
 - 4.3 ชื่อ _____ ตำแหน่ง _____ โทรศัพท์ _____
5. ประเภทของธุรกิจ _____
6. ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย / เป็นตัวแทน
 - 6.1 ชื่อ _____ ผู้ผลิต _____ ประเทศ _____
7. ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในอุตสาหกรรมเลี้ยงไก่

ไก่เนื้อ : ชื่อ _____ จำนวน _____

ชื่อ _____ จำนวน _____
- ยากันเชื้อโรคที่เป็นตัวแทนจำหน่ายโดยบริษัท คือ

ชื่อ _____ ชื่อทางเคมี _____ ของประเทศ _____

ไก่เนื้อ _____ ดัชนียาต่ออาหาร _____ บาท
9. บริษัทส่วนของตลาดเป็น _____

ส่วนของคู่แข่งตัวยากันเชื้อโรค

 - 9.1 ชื่อบริษัท _____ ชื่อยา _____ คิดเป็น _____
 - 9.2 ชื่อบริษัท _____ ชื่อยา _____ คิดเป็น _____

9.3 ชื่อบริษัท_____ ชื่อยา_____ คิดเป็น_____

9.4 ชื่อบริษัท_____ ชื่อยา_____ คิดเป็น_____

10. ปัจจุบัน ราคาตัวยากันเชื้อบิตของบริษัท

10.1 ชื่อ_____ ราคา_____ บาท/กิโลกรัม

10.2 ชื่อ_____ ราคา_____ บาท/กิโลกรัม

10.3 ชื่อ_____ ราคา_____ บาท/กิโลกรัม

11. ราคาตัวยากันเชื้อบิตคู่แข่งที่ผ่านทราบ

11.1 ชื่อ_____ ของบริษัท_____ ราคา_____

11.2 ชื่อ_____ ของบริษัท_____ ราคา_____

11.3 ชื่อ_____ ของบริษัท_____ ราคา_____

11.4 ชื่อ_____ ของบริษัท_____ ราคา_____

12. การจัดจำหน่ายยากันเชื้อบิต

12.1 บริษัทเก็บสต็อกให้แล้วขายแก่โรงงาน_____

12.2 บริษัทเก็บสต็อกให้แล้วขายแก่เกษตรกร_____

13. การจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้ากระทำโดยวิธี

13.1 _____

13.2 _____

14. รายการส่งเสริมการขายที่ผู้ขายยากันเชื้อบิตนิยม จัดให้มีขึ้น

14.1 _____ แก่_____

14.2 _____ แก่_____

14.3 _____ แก่_____

15. รายการส่งเสริมการขายที่บริษัทใช้อยู่ เพื่อส่งเสริมการขายด้วยกันเชื่อปิดในอุตสาหกรรมคือ

15.1 _____ แก่ _____

15.2 _____ แก่ _____

16. การจัดให้มีการสนับสนุนทางด้านเทคนิค / วิชาการ ทั่วไป

16.1 ☐ มีเจ้าหน้าที่ทางเทคนิคมาเยี่ยมเป็นประจำ

16.2 ☐ มีเอกสารทางวิชาการสม่ำเสมอ

16.3 ☐ มีการให้คำปรึกษาแก้ปัญหา

17. แนวการเปลี่ยนแปลงการใช้ด้วยกันเชื่อปิดของโรงงาน ต่อด้วยกันเชื่อปิดของบริษัท

18. หนังสือ / วารสารใดบ้างที่ท่านทำการโฆษณาผลิตภัณฑ์ของท่าน

18.1 _____

18.2 _____

18.3 _____

18.4 _____

18.5 _____

19. สื่อการโฆษณาใดบ้างที่ท่านคิดว่าจำเป็นต้องใช้ เพื่อกระตุ้นการขาย

19.1 _____

19.2 _____

19.3 _____

20. ท่านมีความเห็นต่อผลิตภัณฑ์ด้วยกันเชื่อบิดเหล่านี้เช่นใด

<u>ชนิด</u>	<u>ข้อดี-ข้อเสีย</u>	<u>ราคา</u>
AVATEC		
MONENSIN		
COXISTAC		
STENOROL		

21. ท่านคิดว่าด้วยกันเชื่อบิดมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการเลี้ยงไก่ของประเทศมากน้อยเพียงใด

22. ขบวนการในการตัดสินใจใช้ด้วยกันเชื่อบิดของผู้ใช้

23. ปัญหาที่มักพบทั่วไปในการจำหน่ายด้วยกันเชื่อบิดคือ.

- 25.1 _____ แนวทางแก้ไข _____
- 25.2 _____ แนวทางแก้ไข _____

24. โรงงานอาหารสัตว์ที่ปัจจุบันใช้ตัวยากันเชื้อบิด

ชื่อโรงงาน/บริษัท	กำลังการผลิต (ตัน / เดือน)	ใช้ยากันเชื้อบิดชื่อ
24.1 _____	_____	_____
24.2 _____	_____	_____
24.3 _____	_____	_____
24.4 _____	_____	_____
24.5 _____	_____	_____
24.6 _____	_____	_____
24.7 _____	_____	_____
24.8 _____	_____	_____
24.9 _____	_____	_____
24.10 _____	_____	_____

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทางการตลาด

โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงใน ☐ และ/หรือเติมข้อความในช่องที่กำหนดให้

1. การส่งเสริมการตลาด

1.1 บริษัทของท่านมีแนวทางในการพัฒนารูปแบบด้านผลิตภัณฑ์อย่างไรบ้าง และบริษัทของท่านให้ความสำคัญในแต่ละรูปแบบด้านผลิตภัณฑ์มากน้อยเพียงใด

ถ้าความสำคัญมากที่สุดให้คะแนน = 4 และ ความสำคัญน้อยที่สุดให้คะแนน = 1

รูปแบบด้านผลิตภัณฑ์	คะแนนความสำคัญ			
	4	3	2	1
1. ระบบการควบคุมการผลิตที่มีคุณภาพมาตรฐาน				
2. การวิจัยและพัฒนาสินค้าให้มีรูปแบบแตกต่างจากคู่แข่ง				
3. มีหน่วยงานควบคุมคุณภาพ (QC) รับคืนสินค้าเมื่อมี ปัญหาและหาทางแก้ไข				
4. บริการด้านเทคนิคเมื่อลูกค้ามีปัญหาและให้คำแนะนำ				
5. บริการส่งสินค้าตรงเวลาและครบจำนวน				
6. มีบรรจุก๊าซสะดวกและทันสมัย				
7. อื่น ๆ โปรดระบุ				

1.2 บริษัทของท่านมีรูปแบบด้านช่องทางการจำหน่ายอยู่ในรูปแบบใดมากที่สุด จงเรียงลำดับความสำคัญ

☐ รูปแบบที่ 1 บริษัท $\implies$ ลูกค้า (End user)

☐ รูปแบบที่ 2 บริษัท $\implies$ ตัวแทนจำหน่าย (Trading) $\implies$ ลูกค้า

1.3 บริษัทของท่านมีรูปแบบการส่งเสริมการขายอย่างไร และให้ความสำคัญในแต่ละวิธีมากน้อยเพียงใด

ถ้าความสำคัญมากที่สุดให้คะแนน = 4 และ ความสำคัญน้อยที่สุดให้คะแนน = 1

รูปแบบของการส่งเสริมการขาย	คะแนน ความสำคัญ			
	4	3	2	1
1. การโฆษณา (Advertising) เช่น การจัดส่ง Catalog แนะนำบริษัท, การโฆษณาซื้อบริษัท-ตราสินค้า ที่กล่องบรรจุ, การโฆษณาทางโทรทัศน์, อื่นๆ โปรดระบุ				
2. การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) โดยการเสนอขายโดยใช้ผู้แทน (Sales Representative) โดยตรง, มีตัวอย่างสินค้าในการเสนอขาย (Samples), อื่นๆ โปรดระบุ				
3. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เช่น การแข่งขันชิงโชค, ของแถม ของแจก, คุปอง, การแสดงสินค้า, อื่นๆ โปรดระบุ				
4. การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เช่น รายงานประจำปี, การเป็นสปอนเซอร์, การตีพิมพ์เอกสาร, การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน, อื่นๆ โปรดระบุ				
5. อื่นๆ โปรดระบุ				

1.4 บริษัทของท่านส่วนใหญ่ใช้วิธีใดในการขายยารักษาโรคบิด เพื่อให้ลูกค้าซื้อสินค้ามากขึ้นและในแต่ละวิธีนั้นท่านให้ความสำคัญในระดับใด

ถ้าให้ความสำคัญมากที่สุดให้คะแนน = 4 และ ให้ความสำคัญน้อยที่สุดให้คะแนน = 1

สิ่งจูงใจในเรื่องของราคา				
	4	3	2	1
1. ส่วนลดการค้า (Trade Discount) คือ ส่วนลดที่ให้แก่มือถือกำหนดเป็นเปอร์เซ็นต์ส่วนลดตามปริมาณสินค้าที่สั่งซื้อไปรคระบุ.....				
2. ส่วนลดเงินสด (Trade Discount) คือ การลดราคาให้ลูกค้าซื้อเงินสดไปรคระบุ.....				
3. ส่วนปริมาณ (Quantity Discount) คือ ส่วนลดที่ให้เมื่อซื้อถึงปริมาณที่กำหนดในช่วงระยะเวลาที่กำหนดไว้ ไปรคระบุ.....				
4. อื่นๆ ไปรคระบุ.....				

2. การตั้งราคาผลิตภัณฑ์ของบริษัทของท่านใช้วิธีการใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ คำนึงถึงการตั้งราคาของผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุด (Price Leader)
- ☐ คำนึงถึงการตั้งราคาโดยเฉลี่ยให้ใกล้เคียงกับคู่แข่งรายอื่นๆ
- ☐ การตั้งราคาโดยการบวกส่วนเพิ่มลงไปในการาคาสินค้า
- ☐ อื่น (ไปรคระบุ)