



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถามชุดผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อ

เลขที่แบบสอบถาม _____

เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการชื้อน้ำยาในการตรวจการเข้ากัน ได้ของเลือดของ
โรงพยาบาลในเขตภาคเหนือ

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นการหาข้อมูลเพื่อประกอบการค้นคว้าแบบอิสระของนักศึกษาปริญญา
โท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามชุดนี้จะใช้เพื่อ
การศึกษาเท่านั้น ดังนั้นจึงขอให้ท่านกรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงมากที่สุดทุกข้อและ
ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบ ครั้งนี้

กรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่อง () หรือข้อความลงในช่องว่าง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1.() ชาย

2.() หญิง

2. อายุ

1.() 20-30 ปี

2.() 31-40 ปี

3.() 41-50 ปี

4.() 50 ปีขึ้นไป

3. การศึกษาสูงสุด

1.() อนุปริญญา

2.() ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

3.() สูงกว่าปริญญาตรี

4.() อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. ประเภทโรงพยาบาลที่ท่านทำงานอยู่

1.() โรงพยาบาลเอกชน

2.() โรงพยาบาลรัฐบาล

5. ตำแหน่งหน้าที่ของท่านในองค์กร

1.() หัวหน้างานชั้นสูงของโรงพยาบาล

2.() หัวหน้างานธนาคารเลือด

3.() อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

6.ท่านมีอำนาจในการตัดสินใจชื้อน้ำยาในการตรวจการเข้ากัน ได้ของเลือดหรือไม่

1.() มี

2.() ไม่มี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อน้ำยาในการตรวจการ
เข้ากันได้ของเลือด

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่แสดงระดับความสำคัญตามที่ท่านเห็นว่ามีผลต่อการซื้อ
น้ำยาในการตรวจการเข้ากันได้ของเลือด

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1.1 ยี่ห้อของผลิตภัณฑ์					
1.2 ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้มาตรฐาน ตามที่ AABB กำหนดไว้					
1.3 ผลิตภัณฑ์มีหลายชนิดให้เลือก					
1.4 ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง					
1.5 ให้ผลการทดสอบที่ถูกต้องใน การทดสอบแต่ละครั้ง					
1.6 สามารถอ่านปฏิกิริยาที่เกิดขึ้นได้ อย่างชัดเจน					
1.7 ใช้เวลาในการทดสอบน้อย					
1.8 อุปกรณ์ประกอบการใช้งานไม่ ยุ่งยากซับซ้อน					
1.9 สามารถทำการทดสอบได้หลายๆ ตัวอย่างในครั้งเดียว					
1.10 สามารถทำการทดสอบกับ ตัวอย่างที่มีปริมาณน้อยได้					
1.11 มีการรับเปลี่ยนสินค้าหากเกิด ความเสียหาย					
1.12 สามารถเก็บรักษาไว้ได้นานโดย ไม่เสื่อมคุณภาพ					
1.13 มีบริการหลังการขายที่ดี					

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.14 บริษัทที่จำหน่ายเป็นที่เชื่อถือ ของลูกค้า					
1.15 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
2.ด้านราคา (Price)					
2.1 ราคาถูก ต้นทุนต่อหน่วยไม่แพง					
2.2 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
2.3 ราคาเป็นมาตรฐานเท่ากันหมด ทุกที่					
2.4 การมีส่วนลดพิเศษให้					
2.5 มีการให้เครดิตในการชำระเงิน					
2.6 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
3.ด้านช่องทางจัดจำหน่าย(Place)					
3.1 กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก					
3.2 สามารถสั่งซื้อสินค้าได้หลายทาง เช่น Internet Fax โทรศัพท์					
3.3 มีบริการจัดส่งรวดเร็วและตรง เวลา					
3.4 การขนส่งไม่ทำให้น้ำยาเสื่อม คุณภาพ					
3.5 สามารถติดต่อสั่งซื้อสินค้ากับ ผู้แทนหรือบริษัทได้สะดวก					
3.6 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
4.1 มีการลงโฆษณาในวารสารทาง การแพทย์					

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4.2 มีการจัดประชุมทางวิชาการเพื่อนำเสนอความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โดยเชิญวิทยากรที่มีชื่อเสียงมาบรรยาย					
4.3 สนับสนุนให้เจ้าหน้าที่ห้องปฏิบัติการและผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมประชุม					
4.4 มีการร่วมออกร้าน (Booth) และจัดกิจกรรมในงานประชุมต่าง ๆ					
4.5 มีบทความหรือรายงานการใช้ที่ตีพิมพ์ในวารสารทางการแพทย์ทั้งในและต่างประเทศที่เชื่อถือได้					
4.6 มีการให้ส่วนลดแก่ลูกค้า					
4.7 มีการแจกของชำร่วย เช่น ปากกา แก้วน้ำ กระดาษโน้ต					
4.8 มีการให้ข้อมูลข้อดี และข้อเสียของผลิตภัณฑ์					
4.9 มีเอกสารอธิบายถึงหลักการและวิธีการใช้สินค้าอย่างละเอียด					
4.10 ผู้แทนมีบุคลิกลักษณะ และกริยามารยาทที่ดี					
4.11 ความถี่ในการเข้าเยี่ยมลูกค้าของผู้แทน					
4.12 ผู้แทนสามารถให้บริการและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้					
4.13 ผู้แทนมีความสนิทนสนมคุ้นเคยกับลูกค้า					

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4.14 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะที่มีผลต่อการชื้อนํ้ายาในการตรวจการเข้ากันได้ของเลือด
คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่แสดงระดับความสำคัญตามที่ท่านเห็นว่าเป็นปัญหาต่อ
การชื้อนํ้ายาในการตรวจการเข้ากัน ได้ของเลือด

ปัญหา	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. นํ้ายาไม่มีประสิทธิภาพในการตรวจที่ตีพอ					
2. นํ้ายาทำให้เกิดผลการตรวจที่ผิดพลาด					
3. นํ้ายามีราคาสูง					
4. ขาดเอกสารแนบอธิบายการใช้					
5. มีช่องทางในการสั่งซื้อสินค้าน้อย					
6. ความไม่สะดวกในการติดต่อกับผู้แทนขายหรือบริษัท					
7. บริษัทจัดส่งนํ้ายาให้ช้ากว่ากำหนด					
8. ความไม่สม่ำเสมอของผู้แทนขาย					
9. ขาดการสนับสนุนเรื่องวิชาการจากบริษัทที่จัดจำหน่าย					
10. ผู้แทนขายมุ่งแต่จะให้ข้อมูลเพื่อการขายเท่านั้น					
11. ผู้แทนขายไม่สามารถตอบข้อซักถามได้					
12. อื่นๆ(โปรดระบุ).....					

ข้อเสนอแนะ.....
.....
.....
.....
.....



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถามชุดผู้ใช้

เลขที่แบบสอบถาม _____

เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อน้ำยาในการตรวจการเข้ากันได้ของเลือดของโรงพยาบาลในเขตภาคเหนือ

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นการหาข้อมูลเพื่อประกอบการค้นคว้าแบบอิสระของนักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามชุดนี้จะใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ดังนั้นจึงขอให้ท่านกรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงมากที่สุดทุกข้อและขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

กรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่อง () หรือข้อความลงในช่องว่าง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1. () ชาย

2. () หญิง

2. อายุ

1. () 20-30 ปี

2. () 31-40 ปี

3. () 41-50 ปี

4. () 50 ปีขึ้นไป

3. การศึกษาสูงสุด

1. () อนุปริญญา

2. () ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

3. () สูงกว่าปริญญาตรี

4. ประเภทโรงพยาบาลที่ท่านทำงานอยู่

1. () โรงพยาบาลเอกชน

2. () โรงพยาบาลรัฐบาล

5. ตำแหน่งหน้าที่ของท่านในองค์กร

1. () นักเทคนิคการแพทย์

2. () เจ้าหน้าที่งานวิทยาศาสตร์

3. () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. ประสบการณ์ของท่านในการทำงานธนาคารเลือด

1. () น้อยกว่า 1 ปี

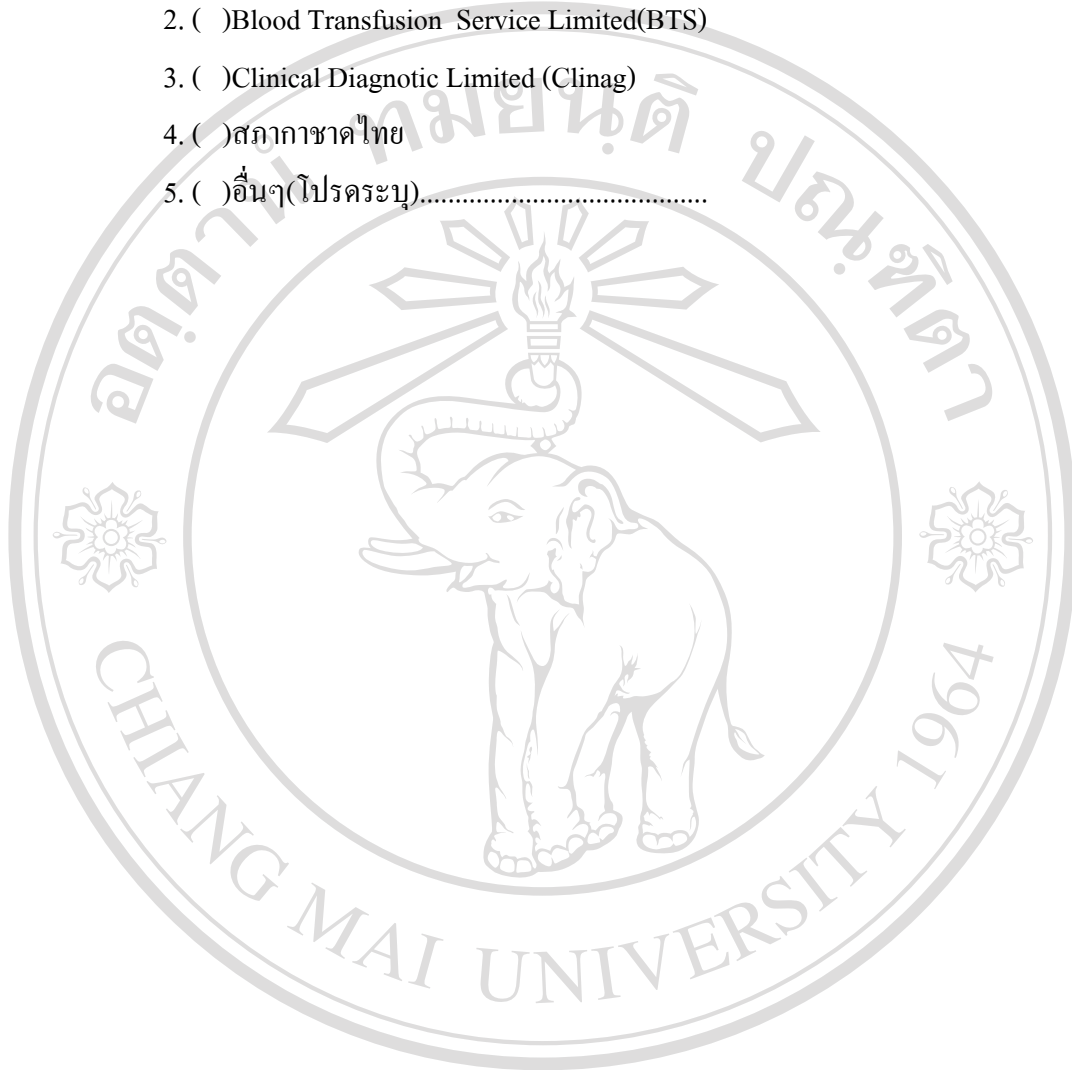
2. () 1-5 ปี

3. () 6-10 ปี

4. () มากกว่า 10 ปี

7. ปัจจุบันท่านใช้น้ำยาในการตรวจการเข้ากันได้ของเลือดจากบริษัทใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ()DiaMed S.E.A. Limited (DiaMed)
2. ()Blood Transfusion Service Limited(BTS)
3. ()Clinical Diagnostic Limited (Clinag)
4. ()สหภาพชาติไทย
5. ()อื่นๆ (โปรดระบุ).....



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ห้องปฏิบัติการธนาคารเลือดต่อส่วน
ประสมทางการตลาดของน้ำยาในการตรวจการเข้ากันได้ของเลือด

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่แสดงระดับความสำคัญตามที่ท่านเห็นว่ามีผลต่อการใช้
น้ำยาในการตรวจการเข้ากันได้ของเลือด

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1.1 ยี่ห้อของผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก					
1.2 ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้มาตรฐานตามที่ AABB กำหนดไว้					
1.3 บริษัทที่จำหน่ายเป็นที่เชื่อถือของลูกค้า					
1.4 ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง					
1.5 ให้ผลการทดสอบที่ถูกต้องในการทดสอบแต่ละครั้ง					
1.6 สามารถอ่านปฏิกิริยาที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจน					
1.7 ใช้เวลาในการทดสอบน้อย					
1.8 อุปกรณ์ประกอบการใช้งานไม่ยุ่งยากซับซ้อน					
1.9 สามารถทำการทดสอบได้หลายๆ ตัวอย่างในครั้งเดียว					
1.10 สามารถทำการทดสอบกับตัวอย่างที่มีปริมาณน้อยได้					
1.11 มีการปรับเปลี่ยนสินค้าหากเกิดความเสียหาย					
1.12 ขั้นตอนการเก็บรักษาไม่ยุ่งยาก					
1.13 มีบริการหลังการขายที่ดี					

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.14 มีบริการ Call Center คอยแก้ไข ปัญหาให้ลูกค้า					
1.15 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
2.ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place)					
2.1 บริการจัดส่งรวดเร็วและตรงเวลา					
2.2 การขนส่งไม่ทำให้น้ำยาเสื่อม คุณภาพ					
2.3 บริษัทสามารถจัดส่งน้ำยาถึงมือผู้ ใช้ได้เลย					
2.4 มีช่องทางในการติดต่อกับผู้แทน หรือบริษัทตัวแทนจำหน่ายได้หลาย ทาง เช่น internet โทรศัพท์ Fax					
2.4 สามารถติดต่อกับผู้แทนขายหรือ บริษัทได้สะดวก					
2.5 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
3.ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
3.1 มีการลงโฆษณาในวารสารทาง การแพทย์					
3.2 มีการจัดประชุมทางวิชาการเพื่อ นำเสนอความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยเชิญวิทยากรที่มีชื่อเสียงมา บรรยาย					
3.3 สนับสนุนให้เจ้าหน้าที่งาน ธนาคารเลือดและผู้ที่เกี่ยวข้องเข้า ร่วมประชุม					

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3.4 มีบทความหรือรายงานการใช้ที่ตีพิมพ์ในวารสารทางการแพทย์ทั้งในและต่างประเทศที่เชื่อถือได้					
3.ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
3.5 มีการแจกของชำร่วย เช่น ปากกา แก้วน้ำ กระดาษโน้ต แก่ผู้ใช้					
3.6 มีการให้ข้อมูลข้อดี และ ข้อเสียของผลิตภัณฑ์					
3.7 มีเอกสารอธิบายหลักการและวิธีการใช้ที่ชัดเจน					
3.8 มีเอกสารหรือคู่มือแนะนำอธิบายเป็นภาษาไทย					
3.9 ผู้แทนมีบุคลิกลักษณะ และกิริยามารยาทที่ดี					
3.10 ความดีในการเข้าเยี่ยมลูกค้าของผู้แทน					
3.11 ผู้แทนสามารถให้บริการและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้					
3.12 ผู้แทนมีความสนิทสนมคุ้นเคยกับลูกค้า					
3.13 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะที่มีผลต่อการใช้น้ำยาในการตรวจการเข้ากันได้ของเลือด
คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่แสดงระดับความสำคัญตามที่ท่านเห็นว่าเป็นปัญหาต่อ
การใช้น้ำยาในการตรวจการเข้ากันได้ของเลือด

ปัญหา	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. น้ำยาไม่มีประสิทธิภาพในการตรวจที่ดีพอ					
2. น้ำยาทำให้เกิดผลการตรวจที่ผิดพลาด					
3. มีช่องทางในการติดต่อกับผู้แทนขายหรือบริษัทตัวแทนจำหน่ายน้อย					
4. ความไม่สะดวกในการติดต่อกับผู้แทนขายหรือบริษัทตัวแทนจำหน่าย					
5. บริษัทจัดส่งน้ำยาให้ช้ากว่ากำหนด					
6. ขาดการสนับสนุนเรื่องวิชาการจากบริษัทที่จัดจำหน่าย					
7. ขาดเอกสารแนบอธิบายการใช้					
8. เอกสารหรือคู่มือที่แนบมากับน้ำยาอ่านเข้าใจยาก					
9. ผู้แทนขายไม่ค่อยเข้ามาพบลูกค้า					
10. ผู้แทนขายมุ่งแต่จะให้ข้อมูลเพื่อการขายเท่านั้น					
11. ผู้แทนขายไม่สามารถตอบข้อซักถามหรือแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้					
12. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					

ข้อเสนอแนะ.....



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	กิตตินาถ กาวี
วัน เดือน ปีเกิด	17 กรกฎาคม 2520
ประวัติการศึกษา	ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระดับปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาเทคนิคการแพทย์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ประวัติการทำงาน	ปี2543-2544 โรงพยาบาลเจตนิน กทม. ตำแหน่ง นักเทคนิคการแพทย์ ปี2544-2547 โรงพยาบาลเพ็ร่าว จ. เชียงใหม่ ตำแหน่ง นักเทคนิค- การแพทย์ ปี2547-2548 บริษัทไดอเมด เอส.อี.อี.จำกัด ตำแหน่ง Sale Representative ปี2548-ปัจจุบัน บริษัทโรช ไดแอกโนสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด ตำแหน่ง Sale Executive

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved