



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยา
ในอำเภอเมืองเชียงใหม่”

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการค้นคว้าแบบอิสระของนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งข้อมูลที่ได้จะนำไปวิเคราะห์และเสนอในภาพรวม และใช้เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาเชิงวิชาการเท่านั้น

ทั้งนี้ผู้ศึกษาจึงขอความกรุณาจากท่านในการทำแบบสอบถามชุดนี้ให้ครบทุกข้อและขอขอบคุณ

ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ ที่นี้

นางสาวสุจิรา สุภาภา

ผู้ศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของร้านขายยาที่ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง

ข้อมูลทั่วไปของร้านขายยา

1. ประเภทของร้านขายยา
 1. ขย.1
 2. ขย.2
 3. อื่น ๆ (โปรดระบุ)
2. รูปแบบของการบริหารร้านขายยา
 1. เจ้าของคนเดียว
 2. ห้างหุ้นส่วน
 3. บริษัท
 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
3. ใครเป็นผู้ตัดสินใจในการสั่งซื้อยาเข้าร้านขายยา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 1. เจ้าของร้านขายยา
 2. เกษีกรประจำร้าน
 3. พนักงานในร้านขายยา
 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
4. ยอดขายของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน
 1. ไม่เกิน 10,000 บาท
 2. 10,000 – 25,000 บาท
 3. 25,001 – 50,000 บาท
 4. 50,001 – 75,000 บาท
 5. 75,001 – 100,000 บาท
 6. 100,001 – 250,000 บาท
 7. 250,001 – 500,000 บาท
 8. 500,000 บาท ขึ้นไป

5. ช่องทางในการสั่งซื้อยา ของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ร้านค้าส่งยา
2. ผู้แทนยา
3. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

6. ร้านค้าส่งยาที่ท่านสั่งซื้อยา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ร้านสยามชัยเภสัช
2. ร้าน ส.เภสัช
3. ร้านธวัชเภสัช
4. ร้านเวชไพศาลเภสัช
5. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

7. ความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยา เฉลี่ยต่อเดือน (สั่งซื้อจาก 1 ร้าน นับเป็น 1 ครั้ง)

- | | |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 ครั้ง | 2. <input type="checkbox"/> 1 ครั้ง |
| 3. <input type="checkbox"/> 2 ครั้ง | 4. <input type="checkbox"/> 3 ครั้ง |
| 5. <input type="checkbox"/> 4 ครั้ง | 6. <input type="checkbox"/> มากกว่า 4 ครั้ง (โปรดระบุ.....) |

8. ความถี่ในการสั่งซื้อยาจากผู้แทนยา เฉลี่ยต่อเดือน (สั่งซื้อจาก 1 ร้าน นับเป็น 1 ครั้ง)

- | | |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 ครั้ง | 2. <input type="checkbox"/> 1 ครั้ง |
| 3. <input type="checkbox"/> 2 ครั้ง | 4. <input type="checkbox"/> 3 ครั้ง |
| 5. <input type="checkbox"/> 4 ครั้ง | 6. <input type="checkbox"/> มากกว่า 4 ครั้ง (โปรดระบุ.....) |

9. วิธีการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาที่เลือกใช้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| 1. <input type="checkbox"/> พนักงานขายของร้านค้าส่งยา | 2. <input type="checkbox"/> ไปซื้อเองที่ร้านค้าส่งยาโดยตรง |
| 3. <input type="checkbox"/> โทรศัพท์ | 4. <input type="checkbox"/> แฟกซ์ |
| 5. <input type="checkbox"/> E-mail | 6. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ) |

10. วิธีการรับยาจากร้านค้าส่งยา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. มารับยาด้วยตนเองที่ร้านค้าส่งยา
2. ร้านค้าส่งยาจัดส่งให้ (ร้านค้าส่งเป็นผู้รับผิดชอบค่าขนส่งให้)
3. จัดส่งผ่านทางบริษัทรับขนส่ง (ร้านค้าเป็นผู้รับผิดชอบค่าขนส่งเอง)
4. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

11. ระยะเวลาในการชำระค่าเช่าที่ได้รับจากร้านค้าส่งยา

- | | |
|---|---|
| 1. <input type="checkbox"/> ชำระทันทีที่สั่งซื้อยา/ได้รับยา | 2. <input type="checkbox"/> เครดิต ไม่เกิน 15 วัน |
| 3. <input type="checkbox"/> เครดิต 15-30 วัน | 4. <input type="checkbox"/> เครดิต 31-45 วัน |
| 5. <input type="checkbox"/> เครดิต 45-60 วัน | 6. <input type="checkbox"/> เครดิต 61 วันขึ้นไป |

12. ช่องทางในการชำระเงินแก่ร้านค้าส่งยา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| 1. <input type="checkbox"/> เงินสด | 2. <input type="checkbox"/> เช็คสั่งจ่าย |
| 3. <input type="checkbox"/> โอนเงินผ่านธนาคาร | 4. <input type="checkbox"/> บัตรเครดิต |
| 5. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ) | |

13. มูลค่าที่สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง

- | | |
|---|---|
| 1. <input type="checkbox"/> น้อยกว่าเท่ากับ 1,000 บาท | 3. <input type="checkbox"/> 1,001 – 5,000 บาท |
| 4. <input type="checkbox"/> 5,001 – 10,000 บาท | 5. <input type="checkbox"/> 10,001 – 50,000 บาท |
| 6. <input type="checkbox"/> 50,001 – 100,000 บาท | 7. <input type="checkbox"/> 100,001 – 500,000 บาท |
| 8. <input type="checkbox"/> 500,000 บาท ขึ้นไป | |

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมือง
เชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					
1. มียาให้เลือกหลากหลายประเภท					
2. มียาให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ					
3. ความน่าเชื่อถือของยาที่นำมาจำหน่าย					
4. ยามีคุณภาพ ได้มาตรฐาน (ไม่เสียหาย) บรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่มีสภาพดี					
5. ภาพลักษณ์ และชื่อเสียง ของร้านค้าส่งยา					
6. บริการส่งยาอื่นจากบริษัทนอกเหนือจากสินค้าที่สต็อกไว้ในร้านให้					
7. ความรวดเร็วในการจัดส่งยา					
8. ส่งยาตรงตามเวลาที่นัดหมาย					
9. มีเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ เช่น การออกแบบใบส่งสินค้า ใบเสร็จรับเงิน ด้วยคอมพิวเตอร์ ซึ่งทำให้เกิดความรวดเร็ว					
10. มีการชี้แจงและตอบคำถามแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี					
11. ยามีความใหม่ (ไม่ใกล้หมดอายุ)					
12. มีการรับเปลี่ยน-รับคืนยา (กรณียาเสียหาย/หมดอายุ)					
ปัจจัยด้านราคา					
13. ราคาขายใกล้เคียงกับร้านค้าส่งยาร้านอื่น					
14. ราคาขายต่ำกว่าร้านค้าส่งยาอื่น					
15. ราคาขายต่ำกว่าการซื้อผ่านผู้แทนยาของบริษัทฯ					
16. ราคาขายมีความคงที่ แต่ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงจะมีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า					
17. ระยะเวลาในการชำระค่ายา/ การให้เครดิต					
18. ราคาขายยืดหยุ่นตามปริมาณการขาย					
19. สามารถต่อรองราคาได้					
20. สามารถชำระเงินได้หลายวิธี / หลายช่องทาง					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านราคา (ต่อ)					
21. การชำระค่าด้วยเงินสด					
22. การชำระค่าด้วยเช็คสั่งจ่าย					
23. การชำระค่าด้วยการโอนเงินผ่านธนาคาร					
24. การชำระค่าด้วยบัตรเครดิต					
25. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและการให้บริการ					
26. ระดับราคามีความหลากหลายตามคุณภาพ					
27. มีการออกไปกำกับภาษีถูกต้องชัดเจน					
ปัจจัยด้านสถานที่ หรือ ด้านการจัดจำหน่าย					
28. มีเวลาเปิดเวลาปิด-ปิด ทำการชัดเจน					
29. การสั่งซื้อผ่านหน้าร้าน					
30. การสั่งซื้อผ่านทางโทรศัพท์					
31. การสั่งซื้อผ่านทาง E-mail					
32. การสั่งซื้อผ่านทางเฟซบุ๊ก					
33. ทำเลที่ตั้งของร้านสามารถหาได้ง่าย เหมาะสม สะดวก					
34. มีการแบ่งประเภทภายในร้านชัดเจน (มีป้ายติดชัดเจน)					
35. ภายในร้านมีแสงสว่างเพียงพอ มีระบบระบายอากาศที่ดี					
36. รูปแบบการจัดตกแต่งร้านสวยงาม					
37. มีบริการจัดส่งยาให้ลูกค้าถึงร้านขายยา (ร้านค้าส่งยา รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนส่งให้)					
38. มีพนักงานบริการยกของให้					
39. ความสะอาดของพื้นที่จัดวางยาในร้าน					
40. ความสะอาดของชุดพนักงาน					
41. ความสวยงามและเป็นระเบียบของป้ายโฆษณาต่างๆ ภายในร้าน					
42. ความสวยงามและเป็นระเบียบของป้ายโฆษณาต่างๆ บริเวณหน้าร้าน					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด					
43. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และป้ายโฆษณาต่างๆ					
44. การให้ส่วนลดเงินสด					
45. การให้ส่วนลดปริมาณ					
46. การส่งเสริมการขาย ได้แก่ ลด แลก แจก แถม					
47. การจัดกิจกรรม สาธิตสินค้า ภายในร้านค้าส่งยา					
48. การสะสมคะแนนจากการซื้อยาเพื่อแลกของรางวัล					
49. มีการแนะนำยาใหม่ๆ อยู่เสมอ จากเจ้าของร้าน					
50. มีพนักงานมาติดต่อเป็นประจำ เพื่อช่วยเหลือด้านการขาย					
51. เจ้าของร้านและพนักงานขายมีความเป็นกันเองกับลูกค้า					
52. พนักงานขายทราบรายละเอียดเป็นอย่างดี					
53. พนักงานขายมีความสุขภาพ อ่อนโยน อธิบายดี					
54. พนักงานมีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า					
55. การขายและแนะนำยาโดยใช้พนักงานขาย					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะของลูกค้าที่สั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่

โปรดทำเครื่องหมาย ในช่องว่าง () หน้าข้อความที่ตรงกับความต้องการของท่าน

ข้อมูลปัญหาของลูกค้าที่สั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยา (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ด้านผลิตภัณฑ์

- 1.1 () มียาให้เลือกไม่หลากหลายประเภท
- 1.2 () มียาให้เลือกไม่หลากหลายยี่ห้อ
- 1.3 () ขาดความน่าเชื่อถือของยาที่นำมาจำหน่าย
- 1.4 () ยาไม่มีคุณภาพ ไม่ได้มาตรฐาน บรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่มีสภาพชำรุด
- 1.5 () ขาดภาพลักษณ์ และชื่อเสียง ของร้านค้าส่งยา
- 1.6 () ไม่มีบริการส่งยาอื่นจากบริษัทนอกเหนือจากสินค้าที่สต็อกไว้ในร้านให้
- 1.7 () การจัดส่งยาล่าช้า
- 1.8 () ส่งยาไม่ตรงตามเวลาที่นัดหมาย
- 1.9 () ไม่มีเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ เช่น การออกแบบใบส่งสินค้า ใบเสร็จรับเงินด้วยคอมพิวเตอร์ เป็นต้น
- 1.10 () ขาดการชี้แจงและตอบคำถามแก่ลูกค้า
- 1.11 () ยาเก่าเก็บ (หรือใกล้หมดอายุ)
- 1.12 () ไม่มีการรับเปลี่ยน-รับคืนยา (กรณียาเสียหาย/หมดอายุ)

2. ด้านราคา

- 2.1 () ราคาไม่ใกล้เคียงกับร้านค้าส่งยาร้านอื่น
- 2.2 () ราคาแพงกว่าร้านค้าส่งยาอื่น
- 2.3 () ราคาแพงกว่าการซื้อยาผ่านผู้แทนยาของบริษัทฯ
- 2.4 () ราคาไม่มีความคงที่ และไม่มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าในกรณีมีการเปลี่ยนแปลง
- 2.5 () ระยะเวลาในการชำระค่ายา/ การให้เครดิต สั้นเกินไป
- 2.6 () ราคาไม่ยืดหยุ่นตามปริมาณการขาย
- 2.7 () ไม่สามารถต่อรองราคาได้

2. ด้านราคา (ต่อ)

- 2.8 () ไม่สามารถชำระเงินได้หลายวิธี หรือหลายช่องทาง
- 2.9 () การชำระค่ายาด้วยเงินสด ไม่สะดวก เช่น ไม่มีเงินทอน เป็นต้น
- 2.10 () ไม่มีบริการการชำระค่ายาด้วยเช็คสั่งจ่าย
- 2.11 () ไม่มีบริการการชำระค่ายาด้วยการโอนเงินผ่านธนาคาร
- 2.12 () ไม่มีบริการการชำระค่ายาด้วยบัตรเครดิต
- 2.13 () ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพยาและการให้บริการ
- 2.14 () ระดับราคาขาดความหลากหลาย
- 2.15 () การออกไปกำกับภาษีมีความผิดพลาด

3. ด้านสถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย

- 3.1 () ไม่มีเวลาบอกเวลาเปิด- ปิด ทำการชัดเจน
- 3.2 () การสั่งซื้อยาผ่านหน้าร้าน ไม่สะดวก
- 3.3 () ไม่มีบริการสั่งซื้อยาผ่านทางโทรศัพท์
- 3.4 () ไม่มีบริการสั่งซื้อยาผ่านทาง E-mail
- 3.5 () ไม่มีบริการสั่งซื้อยาผ่านทางเฟซบุ๊ก
- 3.6 () ท่าเลที่ตั้งของร้านสามารถหายาก ไม่เหมาะสม ไม่สะดวก
- 3.7 () ไม่มีการแบ่งประเภทยาภายในร้านชัดเจน (ไม่มีป้ายติดอย่างชัดเจน)
- 3.8 () ภายในร้านมีแสงสว่างไม่เพียงพอ ระบบระบายอากาศไม่ดี
- 3.9 () รูปแบบการจัดตกแต่งร้านไม่สวยงาม
- 3.10 () ไม่มีบริการจัดส่งยาให้ลูกค้าถึงร้านขายยา
- 3.11 () ไม่มีพนักงานบริการยกของให้
- 3.12 () พื้นที่ตั้งวางยาในร้าน สกปรก หรือไม่เรียบร้อย
- 3.13 () ชุดพนักงาน สกปรก หรือไม่เรียบร้อย
- 3.14 () ป้ายโฆษณาต่างๆภายในร้าน ไม่เป็นระเบียบ หรือไม่เรียบร้อย
- 3.15 () ป้ายโฆษณาต่างๆบริเวณหน้าร้าน ไม่เป็นระเบียบ หรือไม่เรียบร้อย

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

- 4.1 () ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และป้ายโฆษณาต่างๆ
- 4.2 () ไม่มีการให้ส่วนลดเงินสด
- 4.3 () ไม่มีการให้ส่วนลด ในกรณีซื้อปริมาณมาก
- 4.4 () ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม เป็นต้น
- 4.5 () ไม่มีการจัดกิจกรรม สาธิตสินค้า ภายในร้านค้าส่งยา
- 4.6 () ไม่มีการสะสมคะแนนจากการซื้อยาเพื่อแลกของรางวัล
- 4.7 () ไม่มีการแนะนำยาใหม่ ๆ จากเจ้าของร้าน
- 4.8 () ไม่มีพนักงานมาติดต่อเป็นประจำ เพื่อช่วยเหลือด้านการขาย
- 4.9 () เจ้าของร้านและพนักงานขายไม่มีความเป็นกันเองกับลูกค้า
- 4.10 () พนักงานขายไม่ทราบรายละเอียดขายอย่างละเอียด
- 4.11 () พนักงานขายไม่สุภาพ ไม่อ่อนโยน หรือมีอัธยาศัยไม่ดี
- 4.12 () พนักงานไม่มีความกระตือรือร้น หรือ ไม่เอาใจใส่ลูกค้า
- 4.13 () ไม่มีการแนะนำยาโดยใช้พนักงานขาย

ข้อเสนอแนะอื่นๆ ในการใช้บริการร้านค้าส่งยา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

***** ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม *****

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

นางสาวสุจิรา สุภาภา

วัน เดือน ปี เกิด

8 มีนาคม พ.ศ. 2529

ประวัติการศึกษา

สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจากโรงเรียนเรยีนาเชลี
วิทยาลัย ปีการศึกษา 2544

สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย ปีการศึกษา 2547

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะบริหารธุรกิจ สาขา
การตลาด จากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2551

ประวัติการทำงาน

ปี พ.ศ. 2551 – ปัจจุบัน เจ้าหน้าที่ธุรกิจสัมพันธ์ ธนาคารกรุงเทพ
จำกัด (มหาชน)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved