

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	น
สารบัญ	๗
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	๓
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม	
แนวคิดส่วนประสมการตลาด	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	12
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
ขอบเขตการศึกษา	15
วิธีการศึกษา	16
สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาและรวบรวมข้อมูล	18
ระยะเวลาในการดำเนินการ	18
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	19
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่	26

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา (ต่อ)	
ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าที่สั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของ ร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่	38
ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อยาผ่านร้านค้า ส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตาม กลุ่มรายได้ของ ร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อ เดือนและมูลค่าที่สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง	43
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	79
อภิปรายผล	87
ข้อค้นพบ	89
ข้อเสนอแนะ	96
บรรณานุกรม	103
ภาคผนวก	105
ประวัติผู้เขียน	115

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของร้านขายยา	19
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบของการบริหารร้านขายยา	20
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตัดสินใจในการสั่งซื้อยาเข้าร้านขายยา	20
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของยอดขายของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน	21
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของช่องทางในการสั่งซื้อยา	21
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้าส่งยาที่ร้านขายยาเลือกสั่งซื้อยา	22
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน	22
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการสั่งซื้อยาจากผู้แทนยาเฉลี่ยต่อเดือน	23
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการสั่งซื้อยาที่ร้านค้าส่งยาเลือกใช้	23
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการรับยาจากร้านค้าส่งยา	24
4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการชำระค่ายาที่ได้รับจากร้านค้าส่งยา	24
4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของช่องทางในการชำระเงินแก่ร้านค้าส่งยา	25
4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของมูลค่าที่สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง	25
4.14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการสั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้าน ผลิตภัณฑ์	26
4.15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการสั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้าน ราคา	29
4.16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการสั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้าน สถานที่	32
4.17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการสั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้าน การส่งเสริมการตลาด	35

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.18 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการสั่งซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่	37
4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	38
4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา	39
4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านสถานที่	40
4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	41
4.23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม กลุ่มรายได้ของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน	43
4.24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านราคา จำแนกตาม กลุ่มรายได้ของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน	46
4.25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านสถานที่ จำแนกตาม กลุ่มรายได้ของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน	49
4.26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตาม กลุ่มรายได้ของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน	52
4.27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม ความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน	55

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.28	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้าน ราคา จำแนกตาม ความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน	58
4.29	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้าน สถานที่ จำแนกตาม ความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน	61
4.30	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้าน การส่งเสริมการตลาดจำแนกตาม ความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อ เดือน	64
4.31	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้าน ผลិតภัณฑ์ จำแนกตาม มูลค่าที่สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง	67
4.32	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้าน ราคา จำแนกตาม มูลค่าที่สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง	70
4.33	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้าน สถานที่ จำแนกตาม มูลค่าที่สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง	73
4.34	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้าน การส่งเสริมการตลาดจำแนกตาม มูลค่าที่สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง	76
5.1	แสดงสรุป 10 ลำดับแรกของระดับที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อ การสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้าน ขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่	90

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
5.2	แสดงสรุป 10 ลำดับสุดท้ายของระดับที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้าน ขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่	91
5.3	แสดงสรุป 10 ลำดับแรกของปัญหาที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้าน ขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่	92
5.4	แสดงสรุประดับที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้าน ขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามยอดขายของร้าน ขายยาเฉลี่ยต่อเดือน	93
5.5	แสดงสรุประดับที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้าน ขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน	94
5.6	แสดงสรุประดับที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้าน ขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามมูลค่าที่สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง	95

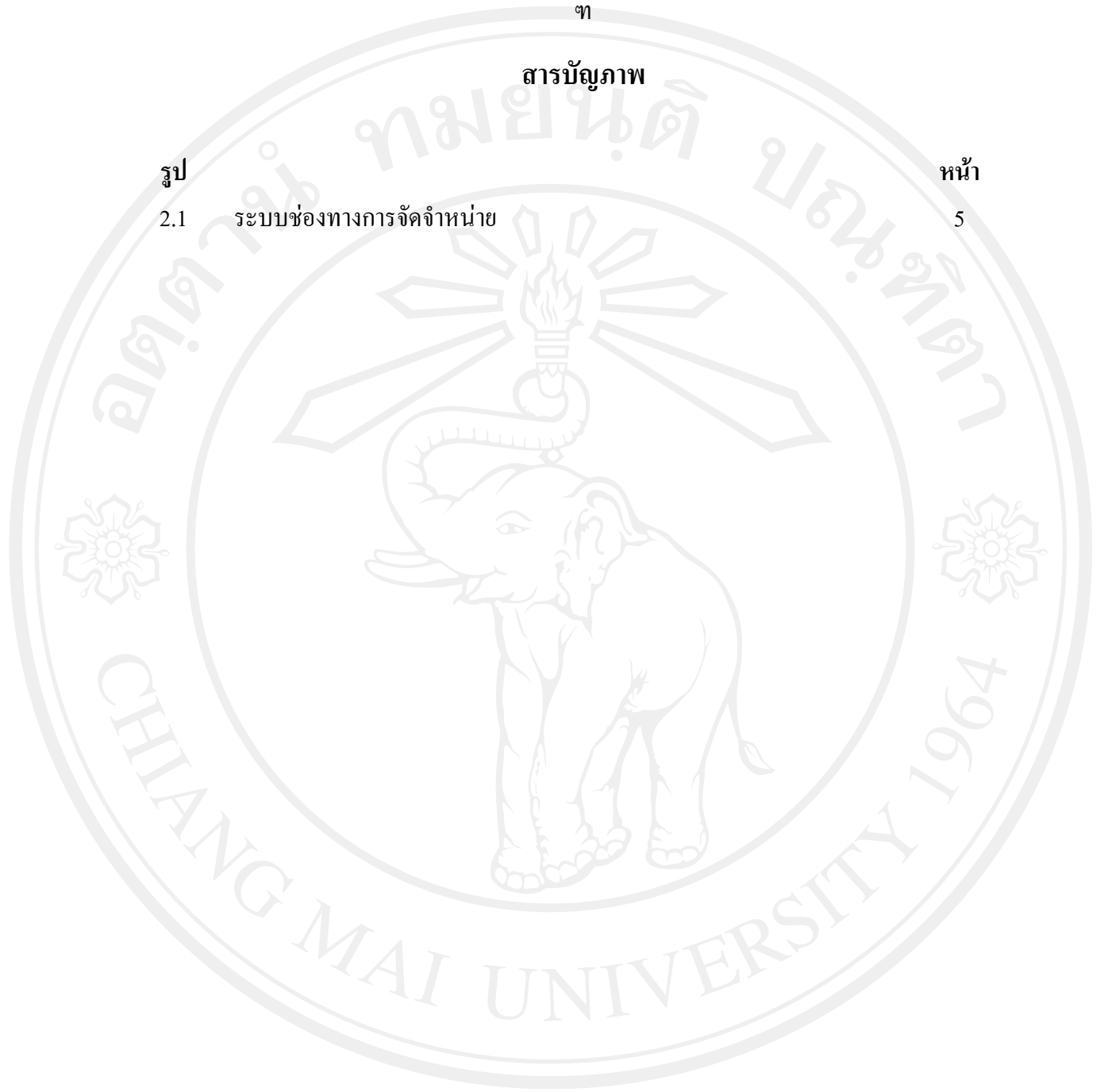
สารบัญภาพ

รูป

2.1 ระบบช่องทางการจัดจำหน่าย

หน้า

5



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved