

## บทที่ 4 ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะของลูกค้าที่สั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตาม กลุ่มรายได้ของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการสั่งซื้อจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน และ มูลค่าที่สั่งซื้อจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของร้านขายยา

ประเภทของร้านขายยา	จำนวน	ร้อยละ
ขย.1	155	96.90
ขย.2	5	3.10
รวม	160	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นร้านขายยาประเภท ขย. 1 คิดเป็นร้อยละ 96.90 ส่วนที่เหลือเป็นร้านขายยาประเภท ขย.2 คิดเป็นร้อยละ 3.10

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบของการบริหารร้านขายยา

รูปแบบของการบริหารร้านขายยา	จำนวน (ร้าน)	ร้อยละ
เจ้าของคนเดียว	135	84.40
ห้างหุ้นส่วน	10	6.20
บริษัทจำกัด	15	9.40
รวม	160	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรูปแบบของการบริหารร้านขายยาแบบเจ้าของคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 84.40 รองลงมาคือ มีรูปแบบ การบริหารร้านขายยาแบบบริษัท คิดเป็นร้อยละ 9.40 และ ห้างหุ้นส่วนจำกัด คิดเป็นร้อยละ 6.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตัดสินใจในการสั่งซื้อยาเข้าร้านขายยา

ผู้ตัดสินใจในการสั่งซื้อยาเข้าร้านขายยา	จำนวน (ร้าน)	ร้อยละ
เจ้าของร้านขายยา	156	97.50
เภสัชกรประจำร้าน	32	20.00
พนักงานในร้านขายยา	4	2.50

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนร้านขายยา 160 ร้าน

: พนักงานในร้านขายยา ได้แก่ ลูกจ้าง เภสัชกรชั่วคราวที่ทำงานแทนเภสัชกรประจำร้าน

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีเจ้าของร้านเป็นผู้ตัดสินใจสั่งซื้อยาเข้าร้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 97.50 รองลงมาคือเภสัชกรประจำร้านเป็นผู้ตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 20.00 และพนักงานในร้านเป็นผู้ตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของยอดขายของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน

ยอดขายของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (ร้าน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	1	0.60
10,001 – 25,000 บาท	8	5.00
25,001 – 50,000 บาท	17	10.63
50,001 – 75,000 บาท	38	23.75
75,001 – 100,000 บาท	55	34.38
100,001 – 250,000 บาท	35	21.88
250,001 – 500,000 บาท	3	1.88
500,001 บาท ขึ้นไป	3	1.88
<b>รวม</b>	<b>160</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 75,001 – 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.38 รองลงมียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 75,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.75 และมียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 100,001 – 250,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.88 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของช่องทางในการสั่งซื้อยา

ช่องทาง	จำนวน (ร้าน)	ร้อยละ
ร้านค้าส่งยา	160	100.00
ผู้แทนยา	143	89.38
อื่นๆ	6	3.75

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนร้านขายยา 160 ร้าน

: อื่น ๆ ได้แก่ ซื้อจากเพื่อนหรือคนรู้จัก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อยาจากร้านค้าส่งยา ร้าน คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาคือซื้อจากผู้แทนยา คิดเป็นร้อยละ 89.38 และซื้อจากช่องทางอื่น ได้แก่ ซื้อจากเพื่อนหรือคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 3.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้าส่งยาที่ร้านขายยาเลือกสั่งซื้อยา

ชื่อร้านค้าส่งยา	จำนวน (ร้าน)	ร้อยละ
สยามชัยเภสัช	150	93.75
ส.เภสัช	67	41.88
ธวัชเภสัช	53	33.13
เวชไพศาลเภสัช	24	15.00
ร้านอื่น ๆ	22	13.75

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ จากจำนวนร้านขายยา 160 ร้าน

: ร้านอื่นๆ ได้แก่ ร้าน ฟาสติโน 14 ร้าน ร้านสุขประเสริฐ 3 ร้าน ร้านสยามแมคโค 2 ร้าน  
ร้านวัฒนะอิสถ 2 ร้าน และร้านคนรู้จัก 1 ร้าน

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ร้านค้าส่งยาที่ร้านขายยาสั่งซื้อยามากที่สุด คือร้านสยามชัยเภสัช คิดเป็นร้อยละ 93.75 รองลงมาคือ ร้าน ส.เภสัช คิดเป็นร้อยละ 41.88 และ ร้านธวัชเภสัช คิดเป็นร้อยละ 33.13 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน

ความถี่	จำนวน (ร้าน)	ร้อยละ
น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง	1	0.60
1 ครั้ง	13	8.10
2 ครั้ง	38	23.80
3 ครั้ง	33	20.60
4 ครั้ง	32	20.00
มากกว่า 4 ครั้ง	43	26.90
<b>รวม</b>	<b>160</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.7 พบว่าร้านขายยาส่วนใหญ่มีความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 4 ครั้ง จำนวน 43 ร้านคิดเป็นร้อยละ 26.9 รองลงมาคือ 2 ครั้ง จำนวน 38 ร้าน คิดเป็น ร้อยละ 23.8 และ 3 ครั้ง จำนวน 33 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 20.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการสั่งซื้อยาจากผู้แทนยาเฉลี่ยต่อเดือน

ความถี่	จำนวน (ร้าน)	ร้อยละ
น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง	16	11.30
1 ครั้ง	33	23.00
2 ครั้ง	24	16.90
3 ครั้ง	20	13.80
4 ครั้ง	10	6.90
มากกว่า 4 ครั้ง	40	28.10
<b>รวม</b>	<b>143</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.8 พบว่าร้านขายยาส่วนใหญ่มีความถี่ในการสั่งซื้อยาจากผู้แทนยาเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.10 รองลงมาคือ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.00 และ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการสั่งซื้อยาที่ร้านค้าส่งยาเลือกใช้

วิธีการสั่งซื้อยาที่ร้านค้าส่งยาเลือกใช้	จำนวน (ร้าน)	ร้อยละ
พนักงานขายของร้านค้าส่งยา	19	11.88
ไปซื้อเองที่ร้านค้าส่งยาโดยตรง	88	55.00
โทรศัพท์	121	75.63
แฟกซ์	37	23.13
จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)	3	1.88

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนร้านขายยา 160 ร้าน

จากตารางที่ 4.9 พบว่า วิธีการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้มากที่สุดคือ การโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 75.63 รองลงมาคือไปซื้อเองที่ร้านค้าส่งยาโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 55.00 และสั่งซื้อผ่านทางแฟกซ์ คิดเป็นร้อยละ 23.13 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการรับยาจากร้านค้าส่งยา

วิธีการรับยาจากร้านค้าส่งยา	จำนวน (ร้าน)	ร้อยละ
มารับยาด้วยตนเองที่ร้านค้าส่งยา	94	58.75
ร้านค้าส่งยาจัดส่งให้	112	70.00
จัดส่งผ่านทางบริษัทรับขนส่ง	19	11.88
อื่น ๆ	1	0.63

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนร้านขายยา 160 ร้าน

จากตารางที่ 4.10 พบว่า วิธีการรับยาจากร้านค้าส่งยาที่ร้านขายยาเลือกใช้มากที่สุดคือ ให้ร้านค้าส่งยาจัดส่งให้ คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ การมารับยาด้วยตนเองที่ร้านค้าส่ง คิดเป็นร้อยละ 58.75 และจัดส่งผ่านทางบริษัทขนส่ง คิดเป็นร้อยละ 11.88 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการชำระค่ายาที่ได้รับจากร้านค้าส่งยา

ระยะเวลาในการชำระค่ายา	จำนวน (ร้าน)	ร้อยละ
ชำระทันทีที่สั่งซื้อยา/ได้รับยา	69	43.10
เครดิต ไม่เกิน 15 วัน	-	-
เครดิต 16-30 วัน	19	11.90
เครดิต 31-45 วัน	63	39.40
เครดิต 45-60 วัน	8	5.00
เครดิต 61 วันขึ้นไป	1	0.60
<b>รวม</b>	<b>160</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.11 พบว่าระยะเวลาในการชำระค่ายาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับจากร้านค้าส่งยา คือ ไม่ได้รับเครดิต หรือชำระทันทีที่สั่งซื้อยา/ได้รับยา คิดเป็นร้อยละ 43.10 รองลงมาคือ ได้รับเครดิต 31-45 วัน คิดเป็นร้อยละ 39.4 และ ได้รับเครดิต 16 – 30 วัน คิดเป็นร้อยละ 11.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของช่องทางในการชำระเงินแก่ร้านค้าส่งยา

ช่องทางในการชำระเงิน	จำนวน (ร้าน)	ร้อยละ
เงินสด	94	58.75
เช็คสั่งจ่าย	68	42.50
โอนเงินผ่านธนาคาร	12	7.50
บัตรเครดิต	3	1.88

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนร้านขายยา 160 ร้าน

จากตารางที่ 4.12 พบว่า วิธีการชำระเงินค่ายาแก่ร้านค้าส่งยาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้มากที่สุดคือการจ่ายด้วยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 58.75 รองลงมาคือ การจ่ายด้วยเช็คสั่งจ่าย คิดเป็นร้อยละ 42.50 โอนเงินผ่านทางธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 7.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของมูลค่าที่สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง

มูลค่าที่สั่งซื้อยาเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน (ร้าน)	ร้อยละ
น้อยกว่าเท่ากับ 1,000 บาท	13	8.10
1,001 – 5,000 บาท	105	65.60
5,001 – 10,000 บาท	29	18.10
10,001 – 50,000 บาท	10	6.30
50,001 – 100,000 บาท	3	1.90
<b>รวม</b>	<b>160</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 1,001 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 65.60 รองลงมาคือ 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.10 และ น้อยกว่าเท่ากับ 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.10 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับที่มีผลต่อการซื้อ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1.1 มียาให้เลือก หลากหลายประเภท	46 (28.75)	105 (65.63)	9 (5.63)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.23 (มาก)	2
1.2 มียาให้เลือก หลากหลายยี่ห้อ	38 (23.75)	105 (65.63)	16 (10.00)	1 (0.63)	0 (0.00)	4.13 (มาก)	4
1.3 ความน่าเชื่อถือของ ยาที่นำมาจำหน่าย	33 (20.63)	109 (68.13)	17 (10.63)	1 (0.63)	0 (0.00)	4.09 (มาก)	5
1.4 ยามีคุณภาพ ได้ มาตรฐาน (ไม่ เสียหาย) บรรจุใน บรรจุภัณฑ์ที่มีสภาพ ดี	53 (33.13)	97 (60.63)	8 (5.00)	2 (1.25)	0 (0.00)	4.26 (มาก)	1
1.5 ภาพลักษณ์ และ ชื่อเสียง ของร้านค้า ส่งยา	19 (11.88)	106 (66.25)	34 (21.25)	1 (0.63)	0 (0.00)	3.89 (มาก)	10
1.6 บริการสั่งยาอื่นจาก บริษัทนอกเหนือจาก ที่สต็อกในร้าน	3 (1.88)	19 (11.88)	63 (39.38)	55 (34.38)	20 (12.50)	2.56 (ปาน กลาง)	12
1.7 ความรวดเร็วในการ จัดส่งยา	52 (32.50)	66 (41.25)	35 (21.88)	7 (4.38)	0 (0.00)	4.02 (มาก)	6



ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับที่มีผลต่อการซื้อ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1.8 ส่งยาตรงตามเวลาที่นัดหมาย	51 (31.88)	69 (43.13)	31 (19.38)	8 (5.00)	1 (0.63)	4.01 (มาก)	7
1.9 มีเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ เช่น การออกแบบใบส่งสินค้า ใบเสร็จรับเงิน ด้วยคอมพิวเตอร์ ซึ่งทำให้เกิดความรวดเร็ว	21 (13.13)	70 (43.75)	46 (28.75)	15 (9.38)	8 (5.00)	3.51 (มาก)	11
1.10 มีการชี้แจงและตอบคำถามแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี	43 (26.88)	73 (45.63)	37 (23.13)	7 (4.38)	0 (0.00)	3.95 (มาก)	9
1.11 ขามีความใหม่ (ไม่ใกล้หมดอายุ)	48 (30.00)	95 (59.38)	15 (9.38)	1 (0.63)	1 (0.63)	4.18 (มาก)	3
1.12 มีการรับเปลี่ยน-รับคืนยา (กรณียาเสียหาย/หมดอายุ)	40 (25.00)	88 (55.00)	22 (13.75)	9 (5.63)	1 (0.63)	3.98 (มาก)	8
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.90</b> (มาก)	

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการสั่งซื้อ อยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.90)

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก คือ ขามีคุณภาพได้มาตรฐาน (ไม่เสียหาย) รรจุนบรรจุกัณฑ์ที่มีสภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.26) มียาให้เลือกหลากหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย

4.23) ยามีความใหม่ (ไม่ใกล้หมดอายุ) (ค่าเฉลี่ย 4.18) มียาให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 4.13) ความน่าเชื่อถือของยาที่นำมาจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.09) ความรวดเร็วในการจัดส่งยา (ค่าเฉลี่ย 4.02) ส่งยาตรงตามเวลาที่นัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.01) มีการรับเปลี่ยน-รับคืนยา (กรณียาเสียหาย/หมดอายุ) (ค่าเฉลี่ย 3.98) มีการชี้แจงและตอบคำถามแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.95) ภาพลักษณ์ และชื่อเสียง ของร้านค้าส่งยา (ค่าเฉลี่ย 3.89) และมีเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ เช่น การออกแบบใบส่งสินค้า ใบเสร็จรับเงิน ด้วยคอมพิวเตอร์ ซึ่งทำให้เกิดความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ บริการส่งยาอื่นจากบริษัทนอกเหนือจากที่สต็อกในร้าน (ค่าเฉลี่ย 2.56)

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตั้งชื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับที่มีผลต่อการซื้อ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
2.1 ราคาใกล้เคียงกับร้านค้าส่งร้านอื่น	31 (19.38)	103 (64.38)	24 (15.00)	2 (1.25)	0 (0.00)	4.02 (มาก)	2
2.2 ราคาต่ำกว่าร้านค้าส่งอื่น	35 (21.88)	95 (59.38)	25 (15.63)	5 (3.13)	0 (0.00)	4.00 (มาก)	3
2.3 ราคาต่ำกว่าการชื้อยาผ่านผู้แทนขายของบริษัท	42 (26.25)	97 (60.63)	17 (10.63)	4 (2.50)	0 (0.00)	4.11 (มาก)	1
2.4 ราคามีความคงที่แต่ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงจะมีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า	20 (12.50)	90 (56.25)	43 (26.88)	6 (3.75)	1 (0.63)	3.76 (มาก)	5
2.5 ระยะเวลาในการชำระค่ายา/ การให้เครดิต	17 (10.63)	53 (33.13)	67 (41.88)	18 (11.25)	5 (3.13)	3.37 (ปานกลาง)	7
2.6 ราคาขีดยุ่นตามปริมาณการขาย	6 (3.75)	29 (18.13)	81 (50.63)	36 (22.50)	8 (5.00)	2.93 (ปานกลาง)	11
2.7 สามารถต่อรองราคาได้	2 (1.25)	37 (23.13)	75 (46.88)	35 (21.88)	11 (6.88)	2.90 (ปานกลาง)	12
2.8 สามารถชำระเงินได้หลายวิธี / หลายช่องทาง	9 (5.63)	58 (36.25)	65 (40.63)	20 (12.50)	8 (5.00)	3.25 (ปานกลาง)	8
2.9 การชำระค่ายาด้วยเงินสด	13 (8.13)	62 (38.75)	39 (24.38)	39 (24.38)	7 (4.38)	3.22 (ปานกลาง)	9
2.10 การชำระค่ายาด้วยเช็คตั้งจ่าย	11 (6.88)	55 (34.38)	32 (20.00)	50 (31.25)	12 (7.50)	3.02 (ปานกลาง)	10

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านราคา (ต่อ)

ปัจจัยด้านราคา	ระดับที่มีผลต่อการซื้อ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
2.11 การชำระค่ายาด้วย การโอนเงินผ่าน ธนาคาร	5 (3.13)	7 (4.38)	65 (40.63)	66 (41.25)	17 (10.63)	2.48 (น้อย)	14
2.12 การชำระค่ายาด้วย บัตรเครดิต	4 (2.50)	5 (3.13)	64 (40.00)	63 (39.38)	24 (15.00)	2.39 (น้อย)	15
2.13 ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพยาและการ ให้บริการ	35 (21.88)	86 (53.75)	34 (21.25)	4 (2.50)	1 (0.63)	3.94 (มาก)	4
2.14 ระดับราคามีความ หลากหลายตาม คุณภาพยา	24 (15.00)	84 (52.50)	40 (25.00)	10 (6.25)	2 (1.25)	3.74 (มาก)	6
2.15 มีการออกไปกำกับ ภาษีถูกต้องชัดเจน	7 (4.38)	27 (16.88)	59 (36.88)	44 (27.50)	23 (14.38)	2.69 (ปานกลาง)	13
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.32</b> (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการสั่งซื้อ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32)

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก คือ ราคาต่ำกว่าการซื้อยาผ่านผู้แทนขายของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ราคาใกล้เคียงกับร้านค้าส่งยาอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.02) ราคาต่ำกว่าร้านค้าส่งยาอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.00) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพยาและการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) ราคายามีความคงที่ แต่ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงจะมีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.76) และ ระดับราคามีความหลากหลายตามคุณภาพยา (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ ระยะเวลาในการชำระค่ายา/  
การให้เครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.37) สามารถชำระเงินได้หลายวิธี / หลายช่องทาง (ค่าเฉลี่ย 3.25) การชำระ  
ค่ายาด้วยเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.22) การชำระค่ายาด้วยเช็คส่งจ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.02) ราคาขายยืดหยุ่นตาม  
ปริมาณการขาย (ค่าเฉลี่ย 2.93) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 2.90) และมีการออกใบกำกับภาษี  
ถูกต้องชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.69) ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่ การชำระค่ายาด้วยการโอนเงินผ่าน  
ธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 2.48) และการชำระค่ายาด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 2.39) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับที่มีผลต่อการซื้อ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
3.1 มีเวลาบอกเวลาเปิดปิดชัดเจน	15 (9.38)	70 (43.75)	64 (40.00)	7 (4.38)	4 (2.50)	3.53 (มาก)	9
3.2 การสั่งซื้อยาผ่านหน้าร้าน	25 (15.63)	70 (43.75)	55 (34.38)	6 (3.75)	4 (2.50)	3.66 (มาก)	7
3.3 การสั่งซื้อยาผ่านทางโทรศัพท์	37 (23.13)	80 (50.00)	28 (17.50)	10 (6.25)	5 (3.13)	3.84 (มาก)	4
3.4 การสั่งซื้อยาผ่านทางอีเมลล์	6 (3.75)	20 (12.50)	58 (36.25)	45 (28.13)	30 (18.75)	2.54 (ปานกลาง)	15
3.5 การสั่งซื้อยาผ่านทางแฟกซ์	10 (6.25)	41 (25.63)	54 (33.75)	35 (21.88)	20 (12.50)	2.91 (ปานกลาง)	14
3.6 ทำเลที่ตั้งของร้านสามารถหาจ่ายเหมาะสม สะดวก	45 (28.13)	81 (50.63)	23 (14.38)	11 (6.88)	0 (0.00)	4.00 (มาก)	2
3.7 มีการแบ่งประเภทยาภายในร้านชัดเจน	19 (11.88)	56 (35.00)	65 (40.63)	17 (10.63)	3 (1.88)	3.44 (ปานกลาง)	11
3.8 ภายในร้านมีแสงสว่างเพียงพอ ระบบระบายอากาศดี	29 (18.13)	80 (50.00)	44 (27.50)	7 (4.38)	0 (0.00)	3.82 (มาก)	5
3.9 รูปแบบการจัดตกแต่งร้านสวยงาม	19 (11.88)	66 (41.25)	61 (38.13)	13 (8.13)	1 (0.63)	3.56 (มาก)	8

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านสถานที่ (ต่อ)

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับที่มีผลต่อการซื้อ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
3.10 มีบริการจัดส่งยาให้ลูกค้าถึงร้านขายยา	38 (23.75)	81 (50.63)	30 (18.75)	5 (3.13)	6 (3.75)	3.88 (มาก)	3
3.11 มีพนักงานบริการยกของให้	30 (18.75)	85 (53.13)	28 (17.50)	7 (4.38)	10 (6.25)	3.74 (มาก)	6
3.12 ความสะอาดของพื้นที่จัดวางในร้าน	41 (25.63)	85 (53.13)	28 (17.50)	6 (3.75)	0 (0.00)	4.01 (มาก)	1
3.13 ความสะอาดของชุดพนักงาน	11 (6.88)	74 (46.25)	63 (39.38)	10 (6.25)	2 (1.25)	3.51 (มาก)	10
3.14 ความสวยงามและเป็นระเบียบของป้ายโฆษณาต่างๆ ในร้าน	11 (6.88)	61 (38.13)	68 (42.50)	16 (10.00)	4 (2.50)	3.37 (ปานกลาง)	12
3.15 ความสวยงามและเป็นระเบียบของป้ายโฆษณาต่างๆ หน้าร้าน	9 (5.63)	61 (38.13)	70 (43.75)	17 (10.63)	3 (1.88)	3.35 (ปานกลาง)	13
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.54 (มาก)</b>	

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านสถานที่ มีผลต่อการสั่งซื้อ อยู่ใน ระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.54)

โดยปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก คือ ความสะอาดของพื้นที่จัดวางในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.01) ทำเลที่ตั้งของร้านสามารถหาง่ายเหมาะสม สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีบริการจัดส่งยา ให้ลูกค้าถึงร้านขายยา (ค่าเฉลี่ย 3.88) การสั่งซื้อยาผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.84) ภายในร้านมี แสงสว่างเพียงพอ ระบบระบายอากาศดี (ค่าเฉลี่ย 3.82) มีพนักงานบริการยกของให้ (ค่าเฉลี่ย 3.74) การสั่งซื้อยาผ่านหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.66) รูปแบบการจัดตกแต่งร้านสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.56) มีเวลา บอกรเวลาเปิดปิดชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.53) และ ความสะอาดของชุดพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ มีการแบ่งประเภทยา ภายในร้านชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.44) ความสวยงามและเป็นระเบียบของป้ายโฆษณาต่างๆ ในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.37) ความสวยงามและเป็นระเบียบของป้ายโฆษณาต่างๆ หน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.35) การ สั่งซื้อยาผ่านทางแฟกซ์ (ค่าเฉลี่ย 2.91) และการสั่งซื้อยาผ่านทางอีเมลล์ (ค่าเฉลี่ย 2.54) ตามลำดับ



ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตั้งชื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับที่มีผลต่อการซื้อ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
4.1 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และป้ายโฆษณาต่างๆ	4 (2.50)	17 (10.63)	67 (41.88)	48 (30.00)	24 (15.00)	2.56 (ปานกลาง)	12
4.2 การให้ส่วนลดเงินสด	10 (6.25)	80 (50.00)	45 (28.13)	13 (8.13)	12 (7.50)	3.39 (ปานกลาง)	5
4.3 การให้ส่วนลดปริมาณ	6 (3.75)	73 (45.63)	53 (33.13)	17 (10.63)	11 (6.88)	3.29 (ปานกลาง)	7
4.4 การส่งเสริมการขาย ได้แก่ ลด แลก แจก แถม	5 (3.13)	30 (18.75)	65 (40.63)	42 (26.25)	18 (11.25)	2.76 (ปานกลาง)	10
4.5 การจัดกิจกรรม สาธิตสินค้า ภายในร้านค้าส่งยา	4 (2.50)	22 (13.75)	71 (44.38)	42 (26.25)	21 (13.13)	2.66 (ปานกลาง)	11
4.6 การสะสมคะแนนจากการซื้อยาเพื่อแลกของรางวัล	3 (1.88)	16 (10.00)	66 (41.25)	53 (33.13)	22 (13.75)	2.53 (ปานกลาง)	13
4.7 มีการแนะนำยาใหม่ๆ อยู่เสมอ จากเจ้าของร้าน	9 (5.63)	35 (21.88)	61 (38.13)	44 (27.50)	11 (6.88)	2.92 (ปานกลาง)	8
4.8 มีพนักงานมาติดต่อเป็นประจำ เพื่อช่วยเหลือด้านการขาย	21 (13.13)	62 (38.75)	37 (23.13)	26 (16.25)	14 (8.75)	3.31 (ปานกลาง)	6
4.9 เจ้าของร้านและพนักงานขายมีความเป็นกันเองกับลูกค้า	37 (23.13)	83 (51.88)	30 (18.75)	8 (5.00)	2 (1.25)	3.91 (มาก)	4

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด(ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับที่มีผลต่อการซื้อ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
4.10 พนักงานขายทราบ รายละเอียดเป็นอย่างดี	45 (28.13)	85 (53.13)	25 (15.63)	4 (2.50)	1 (0.63)	4.06 (มาก)	2
4.11 พนักงานขายมีความ สุภาพ อ่อนโยน อธิบายดี	40 (25.00)	93 (58.13)	22 (13.75)	5 (3.13)	0 (0.00)	4.05 (มาก)	3
4.12 พนักงานมีความ กระตือรือร้น เอาใจใส่ ลูกค้า	55 (34.38)	75 (46.88)	30 (18.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.16 (มาก)	1
4.13 การขายและแนะนำยา โดยใช้พนักงานขาย	4 (2.50)	35 (21.88)	66 (41.25)	35 (21.88)	20 (12.50)	2.80 (ปานกลาง)	9
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.26</b> (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการสั่งซื้อ อยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26)

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก คือ พนักงานมีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.16) พนักงานขายทราบรายละเอียดเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.06) พนักงานขายมีความสุภาพ อ่อนโยน อธิบายดี (ค่าเฉลี่ย 4.05) และเจ้าของร้านและพนักงานขายมีความเป็นกันเองกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.91) ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ การให้ส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.39) มีพนักงานมาติดต่อเป็นประจำ เพื่อช่วยเหลือด้านการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.31) การให้ส่วนลดปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 3.29) มีการแนะนำยาใหม่ ๆ อยู่เสมอ จากเจ้าของร้าน (ค่าเฉลี่ย 2.92) การขายและแนะนำยาโดยใช้พนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 2.80) การส่งเสริมการขาย ได้แก่ ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 2.76) การจัดกิจกรรม สาธิตสินค้า ภายในร้านค้าส่งยา (ค่าเฉลี่ย 2.66) การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และป้ายโฆษณาต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.56) และการสะสมคะแนนจากการซื้อยาเพื่อแลกของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 2.53) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการสั่งซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.90	มาก	1
ปัจจัยด้านราคา	3.32	ปานกลาง	3
ปัจจัยด้านสถานที่	3.54	มาก	2
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.26	ปานกลาง	4

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ระดับที่มีผลต่อการสั่งซื้ออยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยด้านสถานที่ ระดับที่มีผลต่อการสั่งซื้ออยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) ปัจจัยด้านราคา ระดับที่มีผลต่อการสั่งซื้ออยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับที่มีผลต่อการสั่งซื้ออยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะของลูกค้าที่สั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
มียาให้เลือกไม่หลากหลายประเภท	32	20.0
มียาให้เลือกไม่หลากหลายยี่ห้อ	34	21.3
ขาดความน่าเชื่อถือของยาที่นำมาจำหน่าย	37	23.1
ยาไม่มีคุณภาพ ไม่ได้มาตรฐาน บรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่มีสภาพชำรุด	14	8.8
ขาดภาพลักษณ์ และชื่อเสียง ของร้านค้าส่งยา	10	6.3
ไม่มีบริการส่งยาอื่นจากบริษัทนอกเหนือจากสินค้าที่สต็อกไว้ในร้านให้	5	3.1
การจัดส่งยาล่าช้า	30	18.8
ส่งยาไม่ตรงตามเวลาที่นัดหมาย	39	24.4
ไม่มีเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ เช่น การออกแบบใบส่งสินค้า ใบเสร็จรับเงิน ด้วยคอมพิวเตอร์ เป็นต้น	10	6.3
ขาดการชี้แจงและตอบคำถามแก่ลูกค้า	7	4.4
ยาเก่าเก็บ (หรือใกล้หมดอายุ)	17	10.6
ไม่มีการปรับเปลี่ยน-รับคืนยา (กรณียาเสียหาย/หมดอายุ)	6	3.8

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 160 ราย

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ส่งยาไม่ตรงตามเวลาที่นัดหมาย (ร้อยละ 24.4) รองลงมาคือ ขาดความน่าเชื่อถือของยาที่นำมาจำหน่าย (ร้อยละ 23.1) และ มียาให้เลือกไม่หลากหลายยี่ห้อ (ร้อยละ 20.0)

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
ราคาขายไม่ใกล้เคียงกับร้านค้าส่งยาร้านอื่น	31	19.4
ราคาขายแพงกว่าร้านค้าส่งยาร้านอื่น	21	13.1
ราคาขายแพงกว่าการซื้อขายผ่านผู้แทนขายของบริษัทฯ	25	15.6
ราคาขายไม่มีความคงที่ และไม่มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าในกรณีมีการเปลี่ยนแปลง	32	20.0
ระยะเวลาในการชำระค่ายา/ การให้เครดิต สิ้นเกินไป	19	11.9
ราคาขายไม่ยืดหยุ่นตามปริมาณการขาย	13	8.1
ไม่สามารถต่อรองราคาได้	17	10.6
ไม่สามารถชำระเงินได้หลายวิธี หรือหลายช่องทาง	19	11.9
การชำระค่ายาด้วยเงินสด ไม่สะดวก เช่น ไม่มีเงินทอน เป็นต้น	14	8.8
ไม่มีบริการการชำระค่ายาด้วยเช็คสั่งจ่าย	18	11.3
ไม่มีบริการการชำระค่ายาด้วยการ โอนเงินผ่านธนาคาร	17	10.6
ไม่มีบริการการชำระค่ายาด้วยบัตรเครดิต	19	11.9
ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพยาและการให้บริการ	13	8.1
ระดับราคาขาดความหลากหลาย	18	11.3
การออกไปกำกับภาษีมีความผิดพลาด	8	5.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 160 ราย

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ปัญหาด้านราคา ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด ราคาขายไม่มีความคงที่ และไม่มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าในกรณีมีการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ 20.0) รองลงมาคือ ราคาขายไม่ใกล้เคียงกับร้านค้าส่งยาร้านอื่น (ร้อยละ 19.4) และ ราคาขายแพงกว่าการซื้อขายผ่านผู้แทนขายของบริษัทฯ (ร้อยละ 15.6)

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านสถานที่

ปัญหาด้านสถานที่	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีเวลาบอเวลาเปิด-ปิด ทำการชัดเจน	7	4.4
การสั่งซื้อยาผ่านหน้าร้าน ไม่สะดวก	16	10.0
ไม่มีบริการสั่งซื้อยาผ่านทางโทรศัพท์	6	3.8
ไม่มีบริการสั่งซื้อยาผ่านทาง E-mail	29	18.1
ไม่มีบริการสั่งซื้อยาผ่านทางเฟซบุ๊ก	9	5.6
ทำเลที่ตั้งของร้านสามารถหายาก ไม่เหมาะสม ไม่สะดวก	32	20.0
ไม่มีการแบ่งประเภทยาภายในร้านชัดเจน (ไม่มีป้ายติดอย่างชัดเจน)	24	15.0
ภายในร้านมีแสงสว่างไม่เพียงพอ ระบบระบายอากาศไม่ดี	11	6.9
รูปแบบการจัดตกแต่งร้านไม่สวยงาม	20	12.5
ไม่มีบริการจัดส่งยาให้ลูกค้าถึงร้านขายยา	5	3.1
ไม่มีพนักงานบริการยกของให้	4	2.5
พื้นที่จัดวางยาในร้าน สกปรก หรือไม่เรียบร้อย	18	11.3
ชุดพนักงาน สกปรก หรือไม่เรียบร้อย	20	12.5
ป้ายโฆษณาต่างๆภายในร้าน ไม่เป็นระเบียบ หรือไม่เรียบร้อย	15	9.4
ป้ายโฆษณาต่างๆบริเวณหน้าร้าน ไม่เป็นระเบียบ หรือไม่เรียบร้อย	12	7.5

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 160 ราย

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ปัญหาด้านสถานที่ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ทำเลที่ตั้งของร้านสามารถหายาก ไม่เหมาะสม ไม่สะดวก (ร้อยละ 20.0) รองลงมาคือ ไม่มีบริการสั่งซื้อยาผ่านทาง E-mail (ร้อยละ 18.1) และ ไม่มีการแบ่งประเภทยาภายในร้านชัดเจน (ไม่มีป้ายติดอย่างชัดเจน) (ร้อยละ 15.0)

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และป้ายโฆษณาต่างๆ	38	23.8
ไม่มีการให้ส่วนลดเงินสด	20	12.5
ไม่มีการให้ส่วนลด ในกรณีซื้อปริมาณมาก	21	13.1
ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม เป็นต้น	22	13.8
ไม่มีการจัดกิจกรรม สาธิตสินค้า ภายในร้านค้าส่งยา	32	20.0
ไม่มีการสะสมคะแนนจากการซื้อยาเพื่อแลกของรางวัล	25	15.6
ไม่มีการแนะนำยาใหม่ ๆ จากเจ้าของร้าน	14	8.8
ไม่มีพนักงานมาติดต่อเป็นประจำ เพื่อช่วยเหลือด้านการขาย	13	8.1
เจ้าของร้านและพนักงานขายไม่มีความเป็นกันเองกับลูกค้า	22	13.8
พนักงานขายไม่ทราบรายละเอียดขายอย่างละเอียด	31	19.4
พนักงานขายไม่สุภาพ ไม่อ่อนโยน หรือมีอัธยาศัยไม่ดี	39	24.4
พนักงานไม่มีความกระตือรือร้น หรือ ไม่เอาใจใส่ลูกค้า	41	25.6
ไม่มีการแนะนำยาโดยใช้พนักงานขาย	11	6.9

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 160 ราย

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ พนักงานไม่มีความกระตือรือร้น หรือ ไม่เอาใจใส่ลูกค้า (ร้อยละ 25.6) รองลงมาคือ พนักงานขายไม่สุภาพ ไม่อ่อนโยน หรือมีอัธยาศัยไม่ดี (ร้อยละ 24.4) และ ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และป้ายโฆษณาต่างๆ (ร้อยละ 23.8)

## ข้อเสนอแนะอื่นๆ

- ต้องระวังอย่าให้สินค้าขาดสต็อกบ่อยๆ หรือให้จัดหาอื่นมาทดแทนทันที (เป็นยาตัวเดียวกันแต่คนละบริษัท) (10 ราย)
- ควรมีการจัดการปัญหาการจัดส่งยาล่าช้า (7 ราย)
- ควรมีที่จอดรถสะดวกกว้างขวาง (7 ราย)
- อย่าปล่อยให้ลูกค้าต้องคอยนานตั้งแต่การสั่งซื้อจนถึงได้รับยา (6 ราย)
- ร้านค้าส่งยาควรมีพื้นที่ต้อนรับให้กว้างขวางเพียงพอ และแยกส่วนต้อนรับลูกค้าส่งและปลีกออกจากกัน (4 ราย)
- ควรมีห้องรับรองให้ลูกค้านั่งรอ (4 ราย)
- การจัดส่งยาควรดูแลเรื่องบรรจุภัณฑ์ (4 ราย)
- สินค้าบางรายการขาดสต็อกเป็นเวลานานโดยไม่ทราบวัน-เวลาที่จะมีจำหน่าย (3 ราย)
- ราคาของยาควรเป็นมาตรฐาน ไม่ว่าจะติดต่อซื้อจากใครในร้านค้าส่งควรได้ราคาเท่ากัน (3 ราย)
- ควรมีการเปิดเครดิตให้ผู้ซื้อ (3 ราย)
- มีพนักงานไม่เพียงพอที่ต้อนรับลูกค้าทั้งส่งและปลีก (3 ราย)
- การรักษาสรรจุภัณฑ์ให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ ไม่ฉุ่ยเสียหาย (2 ราย)
- ส่งยาให้ตรงเวลาที่กำหนด และไม่ควรส่งในขณะที่มีลูกค้าเต็มร้าน (2 ราย)
- ควรต้อนรับลูกค้าด้วยอัธยาศัยที่ดี ช่างเจรจาด้วยความยิ้มแย้ม เป็นกันเอง (2 ราย)
- ควรเอาใจใส่ลูกค้าทุกระดับการสั่งซื้อ (2 ราย)
- สินค้าไม่ครบ ซึ่งเป็นปกติของร้านค้าส่ง (ร้านค้าต้องเลือกสั่งสินค้าจากร้านค้าส่งเฉพาะรายการที่เป็นสินค้าตลาดล่าง ส่วนสินค้าอื่นก็สั่งจากบริษัทโดยตรง เพื่อสะดวกต่อการรับฝิดชอบ เปลี่ยน-คืน สินค้า เวลามีปัญหา หรือ ใกล้เคียงอายุ (1 ราย)
- จัดส่งยาตามสั่ง ไม่ใช่สั่งอย่างหนึ่งแล้วส่งอย่างหนึ่ง (1 ราย)



ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตาม กลุ่มรายได้ของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน และมูลค่าที่สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง

4.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตาม กลุ่มรายได้ของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามกลุ่มรายได้ของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ยอดขายของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 75,000 บาท N = 64	75,001 ถึง 100,000 บาท N = 55	100,001 บาท ขึ้นไป N = 41
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 มียาให้เลือกหลากหลายประเภท	4.31 (มาก)	4.24 (มาก)	4.10 (มาก)
1.2 มียาให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ	4.20 (มาก)	4.16 (มาก)	3.95 (มาก)
1.3 ความน่าเชื่อถือของยาที่นำมาจำหน่าย	3.98 (มาก)	4.27 (มาก)	4.00 (มาก)
1.4 ยามีคุณภาพ ได้มาตรฐาน (ไม่เสียหาย) บรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่มีสภาพดี	4.11 (มาก)	4.36 (มาก)	4.34 (มาก)
1.5 ภาพลักษณ์ และชื่อเสียง ของร้านค้าส่งยา	3.81 (มาก)	3.96 (มาก)	3.93 (มาก)

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามกลุ่มรายได้ของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ยอดขายของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 75,000 บาท N = 64	75,001 ถึง 100,000 บาท N = 55	100,001 บาท ขึ้นไป N = 41
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.6 บริการส่งยาอื่นจากบริษัทนอกเหนือจากที่สต็อกในร้าน	2.48 (น้อย)	2.60 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)
1.7 ความรวดเร็วในการจัดส่งยา	3.97 (มาก)	3.93 (มาก)	4.22 (มาก)
1.8 ส่งยาตรงตามเวลาที่นัดหมาย	3.94 (มาก)	3.93 (มาก)	4.22 (มาก)
1.9 มีเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ เช่น การออกแบบใบส่งสินค้า ใบเสร็จรับเงิน ด้วยคอมพิวเตอร์ ซึ่งทำให้เกิดความรวดเร็ว	3.41 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)
1.10 มีการชี้แจงและตอบคำถามแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี	3.88 (มาก)	3.93 (มาก)	4.10 (มาก)
1.11 ยามีความใหม่ (ไม่ใกล้หมดอายุ)	4.05 (มาก)	4.25 (มาก)	4.27 (มาก)
1.12 มีการรับเปลี่ยน-รับคืนยา (กรณีขาดหาย/หมดอายุ)	3.88 (มาก)	4.04 (มาก)	4.07 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.83</b> (มาก)	<b>3.93</b> (มาก)	<b>3.96</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 75,000 บาท ให้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มียาให้เลือกหลากหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 4.31) มียาให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 4.20) และ ยามีคุณภาพ ได้มาตรฐาน (ไม่เสียหาย) บรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่มีสภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.11) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน 75,001 ถึง 100,000 บาท ให้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ยามีคุณภาพ ได้มาตรฐาน (ไม่เสียหาย) บรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่มีสภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.36) ความน่าเชื่อถือของยาที่นำมาจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.27) และ ยามีความใหม่ (ไม่ใกล้หมดอายุ) (ค่าเฉลี่ย 4.25) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาทขึ้นไป ให้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ยามีคุณภาพ ได้มาตรฐาน (ไม่เสียหาย) บรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่มีสภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.34) ยามีความใหม่ (ไม่ใกล้หมดอายุ) (ค่าเฉลี่ย 4.27) และ ความรวดเร็วในการจัดส่งยา (ค่าเฉลี่ย 4.22) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านราคา จำแนกตาม กลุ่มรายได้ของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	ยอดขายของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 75,000 บาท N = 64	75,001 ถึง 100,000 บาท N = 55	100,001 บาทขึ้นไป N = 41
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ราคาใกล้เคียงกับร้านค้าส่งยาร้านอื่น	3.92 (มาก)	4.11 (มาก)	4.05 (มาก)
2.2 ราคาต่ำกว่าร้านค้าส่งยาอื่น	3.81 (มาก)	4.09 (มาก)	4.17 (มาก)
2.3 ราคาต่ำกว่าการซื้อผ่านผู้แทนยาของบริษัทยา	4.03 (มาก)	4.18 (มาก)	4.12 (มาก)
2.4 ราคามีความคงที่ แต่ถ้ามีการเปลี่ยนแปลง จะมีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า	3.72 (มาก)	3.64 (มาก)	4.00 (มาก)
2.5 ระยะเวลาในการชำระค่ายา/ การให้เครดิต	3.17 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)
2.6 ราคายืดหยุ่นตามปริมาณการขาย	2.81 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
2.7 สามารถต่อรองราคาได้	2.78 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
2.8 สามารถชำระเงินได้หลายวิธี / หลายช่องทาง	3.33 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านราคา จำแนกตาม กลุ่มรายได้ของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

	ยอดขายของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 75,000 บาท N = 64	75,001 ถึง 100,000 บาท N = 55	100,001 บาทขึ้นไป N = 41
ปัจจัยด้านราคา	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.9 การชำระค่ายาด้วยเงินสด	3.23 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
2.10 การชำระค่ายาด้วยเช็คสั่งจ่าย	3.06 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
2.11 การชำระค่ายาด้วยการโอนเงินผ่านธนาคาร	2.53 (ปานกลาง)	2.33 (น้อย)	2.61 (ปานกลาง)
2.12 การชำระค่ายาด้วยบัตรเครดิต	2.39 (น้อย)	2.22 (น้อย)	2.61 (ปานกลาง)
2.13 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพยาและการให้บริการ	3.92 (มาก)	3.89 (มาก)	4.02 (มาก)
2.14 ระดับราคามีความหลากหลายตามคุณภาพยา	3.59 (มาก)	3.73 (มาก)	3.98 (มาก)
2.15 มีการออกไปกำกับภาษีถูกต้องชัดเจน	2.53 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.26 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 75,000 บาท ให้ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาขายต่ำกว่าการซื้อยาผ่านผู้แทนขายของบริษัทยา (ค่าเฉลี่ย 4.03) ราคาขายใกล้เคียงกับร้านค้าส่งยาร้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.92) และ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพยาและการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.92) เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน 75,001 ถึง 100,000 บาท ให้ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาขายต่ำกว่าการซื้อยาผ่านผู้แทนขายของบริษัทยา (ค่าเฉลี่ย 4.18) ราคาขายใกล้เคียงกับร้านค้าส่งยาร้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.11) และ ราคาขายต่ำกว่าร้านค้าส่งยาอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.09) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาทขึ้นไป ให้ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาขายต่ำกว่าร้านค้าส่งยาอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.17) ราคาขายต่ำกว่าการซื้อยาผ่านผู้แทนขายของบริษัทยา (ค่าเฉลี่ย 4.12) และ ราคาขายใกล้เคียงกับร้านค้าส่งยาร้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.05) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านสถานที่ จำแนกตาม กลุ่มรายได้ของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านสถานที่	ยอดขายของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 75,000 บาท N = 64	75,001 ถึง 100,000 บาท N = 55	100,001 บาทขึ้นไป N = 41
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 มีเวลาบอกรเวลาเปิดปิดชัดเจน	3.69 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
3.2 การสั่งซื้อยาผ่านหน้าร้าน	3.81 (มาก)	3.80 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)
3.3 การสั่งซื้อยาผ่านทางโทรศัพท์	3.63 (มาก)	3.98 (มาก)	3.98 (มาก)
3.4 การสั่งซื้อยาผ่านทางอีเมลล์	2.16 (น้อย)	2.65 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
3.5 การสั่งซื้อยาผ่านทางแฟกซ์	2.52 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
3.6 ทำเลที่ตั้งของร้านสามารถหาจ่ายเหมาะสมสะดวก	4.02 (มาก)	4.02 (มาก)	3.95 (มาก)
3.7 มีการแบ่งประเภทยาภายในร้านชัดเจน	3.34 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
3.8 ภายในร้านมีแสงสว่างเพียงพอ ระบายอากาศดี	3.77 (มาก)	3.89 (มาก)	3.80 (มาก)

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านสถานที่ จำแนกตาม กลุ่มรายได้ของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านสถานที่	ยอดขายของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 75,000 บาท N = 64	75,001 ถึง 100,000 บาท N = 55	100,001 บาทขึ้นไป N = 41
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.9 รูปแบบการจัดตกแต่งร้านสวยงาม	3.56 (มาก)	3.53 (มาก)	3.59 (มาก)
3.10 มีบริการจัดส่งยาให้ลูกค้าถึงร้านขายยา	3.77 (มาก)	3.84 (มาก)	4.10 (มาก)
3.11 มีพนักงานบริการยกของให้	3.63 (มาก)	3.73 (มาก)	3.93 (มาก)
3.12 ความสะอาดของพื้นที่จัดวางในร้าน	3.88 (มาก)	4.13 (มาก)	4.05 (มาก)
3.13 ความสะอาดของชุดพนักงาน	3.41 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.56 (มาก)
3.14 ความสวยงามและเป็นระเบียบของป้ายโฆษณา ต่างๆ ในร้าน	3.48 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
3.15 ความสวยงามและเป็นระเบียบของป้ายโฆษณา ต่างๆ หน้าร้าน	3.47 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.47 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.60 (มาก)



จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 75,000 บาท ให้ปัจจัยด้านสถานที่ มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้านสามารถหาง่ายเหมาะสม สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ความสะอาดของพื้นที่จัดวางในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.88) และ การสั่งซื้อยาผ่านหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน 75,001 ถึง 100,000 บาท ให้ปัจจัยด้านสถานที่ มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของพื้นที่จัดวางในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.13) ทำเลที่ตั้งของร้านสามารถหาง่ายเหมาะสม สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.02) และ การสั่งซื้อยาผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาทขึ้นไป ให้ปัจจัยด้านสถานที่ มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีบริการจัดส่งยาให้ลูกค้าถึงร้านขายยา (ค่าเฉลี่ย 4.10) ความสะอาดของพื้นที่จัดวางในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.05) และ การสั่งซื้อยาผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตาม กลุ่มรายได้ของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ยอดขายของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 75,000 บาท N = 64	75,001 ถึง 100,000 บาท N = 55	100,001 บาทขึ้นไป N = 41
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และป้ายโฆษณาต่างๆ	2.42 (น้อย)	2.67 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)
4.2 การให้ส่วนลดเงินสด	3.36 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)
4.3 การให้ส่วนลดปริมาณ	3.28 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
4.4 การส่งเสริมการขาย ได้แก่ ลด แลก แจก แถม	2.58 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
4.5 การจัดกิจกรรม สาธิตสินค้า ภายในร้านค้าส่งยา	2.48 (น้อย)	2.67 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
4.6 การสะสมคะแนนจากการซื้อยาเพื่อแลกของรางวัล	2.33 (น้อย)	2.51 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)
4.7 มีการแนะนำยาใหม่ ๆ อยู่เสมอ จากเจ้าของร้าน	2.67 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
4.8 มีพนักงานมาติดต่อเป็นประจำ เพื่อช่วยเหลือด้านการขาย	3.19 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตาม กลุ่มรายได้ของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

	ยอดขายของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 75,000 บาท N = 64	75,001 ถึง 100,000 บาท N = 55	100,001 บาทขึ้นไป N = 41
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.9 เจ้าของร้านและพนักงานขายมีความเป็นกันเองกับลูกค้า	3.95 (มาก)	3.76 (มาก)	4.02 (มาก)
4.10 พนักงานขายทราบรายละเอียดเป็นอย่างดี	4.09 (มาก)	3.96 (มาก)	4.12 (มาก)
4.11 พนักงานขายมีความสุภาพ อ่อนโยน อธิบายดี	4.06 (มาก)	4.04 (มาก)	4.05 (มาก)
4.12 พนักงานมีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า	4.09 (มาก)	4.20 (มาก)	4.20 (มาก)
4.13 การขายและแนะนำยาโดยใช้พนักงานขาย	2.58 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.16</b> (ปานกลาง)	<b>3.27</b> (ปานกลาง)	<b>3.40</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 75,000 บาท ให้ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.16) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานขายทราบรายละเอียดเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.09) พนักงานขายทราบรายละเอียดเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.09) และ พนักงานขายมีความสุภาพ อ่อนโยน อธิบายดี (ค่าเฉลี่ย 4.06) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน 75,001 ถึง 100,000 บาท ให้ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.20) พนักงานขายมีความสุภาพ อ่อนโยน อธิบายดี (ค่าเฉลี่ย 4.04) และ พนักงานขายทราบรายละเอียดเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.96) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายของร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาทขึ้นไป ให้ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.20) พนักงานขายทราบรายละเอียดเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.12) และ พนักงานขายมีความสุภาพ อ่อนโยน อธิบายดี (ค่าเฉลี่ย 4.05) ตามลำดับ

4.2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตาม ความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 2 ครั้ง	3 – 4 ครั้ง	มากกว่า 4 ครั้ง
	N = 52	N = 65	N = 43
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 มียาให้เลือกหลากหลายประเภท	4.15 (มาก)	4.20 (มาก)	4.37 (มาก)
1.2 มียาให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ	4.12 (มาก)	4.20 (มาก)	4.02 (มาก)
1.3 ความน่าเชื่อถือของยาที่นำมาจำหน่าย	3.98 (มาก)	4.08 (มาก)	4.23 (มาก)
1.4 ยามีคุณภาพ ได้มาตรฐาน (ไม่เสียหาย) บรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่มีสภาพดี	4.25 (มาก)	4.25 (มาก)	4.28 (มาก)
1.5 ภาพลักษณ์ และชื่อเสียง ของร้านค้าส่งยา	3.90 (มาก)	3.77 (มาก)	4.07 (มาก)
1.6 บริการสั่งยาอื่นจากบริษัทนอกเหนือจากที่สต็อกในร้าน	2.60 (ปานกลาง)	2.58 (ปานกลาง)	2.49 (น้อย)

ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 2 ครั้ง N = 52	3 – 4 ครั้ง N = 65	มากกว่า 4 ครั้ง N = 43
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.7 ความรวดเร็วในการจัดส่งยา	3.98 (มาก)	3.89 (มาก)	4.26 (มาก)
1.8 ส่งยาตรงตามเวลาที่นัดหมาย	3.92 (มาก)	3.97 (มาก)	4.16 (มาก)
1.9 มีเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ เช่น การออกแบบใบส่งสินค้า ใบเสร็จรับเงิน ด้วยคอมพิวเตอร์ ซึ่งทำให้เกิดความรวดเร็ว	3.69 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
1.10 มีการชี้แจงและตอบคำถามแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี	3.96 (มาก)	3.80 (มาก)	4.16 (มาก)
1.11 ยามีความใหม่ (ไม่ใกล้หมดอายุ)	4.17 (มาก)	4.11 (มาก)	4.28 (มาก)
1.12 มีการปรับเปลี่ยน-รับคืนยา (กรณีขาดหาย/หมดอายุ)	3.81 (มาก)	4.09 (มาก)	4.02 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.88</b> (มาก)	<b>3.86</b> (มาก)	<b>3.98</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 2 ครั้ง ให้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ยามีคุณภาพ ได้มาตรฐาน (ไม่เสียหาย) บรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่มีสภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.25) ยามีความใหม่ (ไม่ใกล้หมดอายุ) (ค่าเฉลี่ย 4.17) และ มียาให้เลือกหลากหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 4.15) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน 3 – 4 ครั้ง ให้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ยามีคุณภาพ ได้มาตรฐาน (ไม่เสียหาย) บรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่มีสภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.25) มียาให้เลือกหลากหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 4.20) และ มียาให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 4.20) เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 4 ครั้ง ให้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มียาให้เลือกหลากหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 4.37) ยามีคุณภาพ ได้มาตรฐาน (ไม่เสียหาย) บรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่มีสภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.28) และ ยามีความใหม่ (ไม่ใกล้หมดอายุ) (ค่าเฉลี่ย 4.28) เท่ากัน

ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านราคา จำแนกตาม ความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	ความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 2 ครั้ง	3 – 4 ครั้ง	มากกว่า 4 ครั้ง
	N = 52	N = 65	N = 43
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ราคาใกล้เคียงกับร้านค้าส่งยาร้านอื่น	3.90 (มาก)	4.00 (มาก)	4.19 (มาก)
2.2 ราคาต่ำกว่าร้านค้าส่งยาอื่น	3.88 (มาก)	3.94 (มาก)	4.23 (มาก)
2.3 ราคาต่ำกว่าการซื้อยาผ่านผู้แทนยาของบริษัทยา	4.06 (มาก)	4.02 (มาก)	4.30 (มาก)
2.4 ราคามีความคงที่ แต่ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงจะมีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า	3.67 (มาก)	3.66 (มาก)	4.02 (มาก)
2.5 ระยะเวลาในการชำระค่ายา/ การให้เครดิต	3.42 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)
2.6 ราคาขายยึดหยุ่นตามปริมาณการขาย	2.96 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
2.7 สามารถต่อรองราคาได้	3.00 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)
2.8 สามารถชำระเงินได้หลายวิธี / หลายช่องทาง	3.21 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)



ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านราคา จำแนกตาม ความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านราคา	ความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 2 ครั้ง N = 52	3 – 4 ครั้ง N = 65	มากกว่า 4 ครั้ง N = 43
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.9 การชำระค่ายาด้วยเงินสด	2.98 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
2.10 การชำระค่ายาด้วยเช็คสั่งจ่าย	3.21 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)
2.11 การชำระค่ายาด้วยการโอนเงินผ่านธนาคาร	2.42 (น้อย)	2.42 (น้อย)	2.65 (ปานกลาง)
2.12 การชำระค่ายาด้วยบัตรเครดิต	2.42 (น้อย)	2.35 (น้อย)	2.40 (น้อย)
2.13 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพยาและการให้บริการ	3.69 (มาก)	3.92 (มาก)	4.26 (มาก)
2.14 ระดับราคามีความหลากหลายตามคุณภาพยา	3.56 (มาก)	3.62 (มาก)	4.14 (มาก)
2.15 มีการออกไปกำกับภามีถูกต้องชัดเจน	2.73 (ปานกลาง)	2.58 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.28 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการสั่งซื้อจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 2 ครั้ง ให้ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาขายต่ำกว่าการซื้อผ่านผู้แทนขายของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.06) ราคาขายใกล้เคียงกับร้านค้าส่งยี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 3.90) และราคาขายต่ำกว่าร้านค้าส่งยี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการสั่งซื้อจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน 3 – 4 ครั้ง ให้ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาขายต่ำกว่าการซื้อผ่านผู้แทนขายของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.02) ราคาขายใกล้เคียงกับร้านค้าส่งยี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 4.00) และ ราคาขายต่ำกว่าร้านค้าส่งยี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการสั่งซื้อจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 4 ครั้ง ให้ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาขายต่ำกว่าการซื้อผ่านผู้แทนขายของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.30) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.26) และ ราคาขายต่ำกว่าร้านค้าส่งยี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 4.23) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านสถานที่ จำแนกตามความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านสถานที่	ความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 2 ครั้ง N = 52	3 – 4 ครั้ง N = 65	มากกว่า 4 ครั้ง N = 43
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 มีเวลาบอเวลาเปิดปิดชัดเจน	3.48 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.63 (มาก)
3.2 การสั่งซื้อยาผ่านหน้าร้าน	3.71 (มาก)	3.60 (มาก)	3.70 (มาก)
3.3 การสั่งซื้อยาผ่านทางโทรศัพท์	3.71 (มาก)	3.89 (มาก)	3.91 (มาก)
3.4 การสั่งซื้อยาผ่านทางอีเมลล์	2.60 (ปานกลาง)	2.35 (น้อย)	2.76 (ปานกลาง)
3.5 การสั่งซื้อยาผ่านทางแฟกซ์	2.79 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)
3.6 ทำเลที่ตั้งของร้านสามารถหาง่ายเหมาะสมสะดวก	3.96 (มาก)	3.89 (มาก)	4.21 (มาก)
3.7 มีการแบ่งประเภทยาภายในร้านชัดเจน	3.38 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
3.8 ภายในร้านมีแสงสว่างเพียงพอ ระบายอากาศดี	3.77 (มาก)	3.77 (มาก)	3.95 (มาก)

ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านสถานที่ จำแนกตามความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านสถานที่	ความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 2 ครั้ง N = 52	3 – 4 ครั้ง N = 65	มากกว่า 4 ครั้ง N = 43
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.9 รูปแบบการจัดตกแต่งร้านสวยงาม	3.50 (มาก)	3.54 (มาก)	3.65 (มาก)
3.10 มีบริการจัดส่งยาให้ลูกค้าถึงร้านขายยา	3.98 (มาก)	3.88 (มาก)	3.74 (มาก)
3.11 มีพนักงานบริการยกของให้	3.69 (มาก)	3.65 (มาก)	3.93 (มาก)
3.12 ความสะอาดของพื้นที่จัดวางในร้าน	3.88 (มาก)	4.02 (มาก)	4.14 (มาก)
3.13 ความสะอาดของชุดพนักงาน	3.38 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)
3.14 ความสวยงามและเป็นระเบียบของป้ายโฆษณาต่างๆ ในร้าน	3.23 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
3.15 ความสวยงามและเป็นระเบียบของป้ายโฆษณาต่างๆ หน้าร้าน	3.29 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.49 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.65 (มาก)

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการสั่งซื้อจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 2 ครั้ง ให้ปัจจัยด้านสถานที่ มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีบริการจัดส่งยาให้ลูกค้าถึงร้านขายยา (ค่าเฉลี่ย 3.98) ทำเลที่ตั้งของร้านสามารถหาง่ายเหมาะสม สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.96) และ ความสะอาดของพื้นที่จัดวางในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการสั่งซื้อจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน 3 – 4 ครั้ง ให้ปัจจัยด้านสถานที่ มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของพื้นที่จัดวางในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.02) การสั่งซื้อยาผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.89) และ ทำเลที่ตั้งของร้านสามารถหาง่ายเหมาะสม สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.89) เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการสั่งซื้อจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 4 ครั้ง ให้ปัจจัยด้านสถานที่ มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้านสามารถหาง่ายเหมาะสม สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความสะอาดของพื้นที่จัดวางในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.14) และ ภายในร้านมีแสงสว่างเพียงพอ ระบบระบายอากาศดี (ค่าเฉลี่ย 3.95) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.30 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตาม ความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 2 ครั้ง	3 – 4 ครั้ง	มากกว่า 4 ครั้ง
	N = 52	N = 65	N = 43
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และป้ายโฆษณาต่างๆ	2.46 (น้อย)	2.63 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)
4.2 การให้ส่วนลดเงินสด	3.35 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
4.3 การให้ส่วนลดปริมาณ	3.17 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
4.4 การส่งเสริมการขาย ได้แก่ ลด แลก แจก แถม	2.60 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)
4.5 การจัดกิจกรรม สาธิตสินค้า ภายในร้านค้าส่งยา	2.52 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)
4.6 การสะสมคะแนนจากการซื้อยาเพื่อแลกของรางวัล	2.54 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)	2.51 (ปานกลาง)
4.7 มีการแนะนำยาใหม่ๆ อยู่เสมอ จากเจ้าของร้าน	2.90 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)
4.8 มีพนักงานมาติดต่อเป็นประจำ เพื่อช่วยเหลือด้านการขาย	3.27 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.30 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตาม ความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ความถี่ในการสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 2 ครั้ง N = 52	3 – 4 ครั้ง N = 65	มากกว่า 4 ครั้ง N = 43
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.9 เจ้าของร้านและพนักงานขายมีความเป็นกันเองกับลูกค้า	3.88 (มาก)	3.72 (มาก)	4.21 (มาก)
4.10 พนักงานขายทราบรายละเอียดเป็นอย่างดี	3.92 (มาก)	3.92 (มาก)	4.42 (มาก)
4.11 พนักงานขายมีความสุภาพ อ่อนโยน อธิบายดี	4.02 (มาก)	3.95 (มาก)	4.23 (มาก)
4.12 พนักงานมีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า	4.17 (มาก)	4.08 (มาก)	4.26 (มาก)
4.13 การขายและแนะนำยาโดยใช้พนักงานขาย	2.69 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.19</b> (ปานกลาง)	<b>3.26</b> (ปานกลาง)	<b>3.35</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการสั่งซื้อจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 2 ครั้ง ให้ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.17) พนักงานขายมีความสุภาพ อ่อนโยน อธิษาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.02) และ พนักงานขายทราบรายละเอียดเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.92) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการสั่งซื้อจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน 3 – 4 ครั้ง ให้ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.08) พนักงานขายมีความสุภาพ อ่อนโยน อธิษาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 3.95) และ พนักงานขายทราบรายละเอียดเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.92) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการสั่งซื้อจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 4 ครั้ง ให้ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานขายทราบรายละเอียดเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.42) พนักงานมีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.26) และ พนักงานขายมีความสุภาพ อ่อนโยน อธิษาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.23) ตามลำดับ



4.3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตาม มูลค่าที่สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง

ตารางที่ 4.31 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม มูลค่าที่สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	มูลค่าที่สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง	
	ไม่เกิน 5,000 บาท N = 118	มากกว่า 5,000 บาท ขึ้นไป N = 42
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 มียาให้เลือกหลากหลายประเภท	4.25 (มาก)	4.17 (มาก)
1.2 มียาให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ	4.14 (มาก)	4.07 (มาก)
1.3 ความน่าเชื่อถือของยาที่นำมาจำหน่าย	4.10 (มาก)	4.05 (มาก)
1.4 ยามีคุณภาพ ได้มาตรฐาน (ไม่เสียหาย) บรรจุ ในบรรจุภัณฑ์ที่มีสภาพดี	4.24 (มาก)	4.31 (มาก)
1.5 ภาพลักษณ์ และชื่อเสียง ของร้านค้าส่งยา	3.84 (มาก)	4.05 (มาก)
1.6 บริการสั่งยาอื่นจากบริษัทนอกเหนือจาก ที่สต็อกในร้าน	2.53 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)
1.7 ความรวดเร็วในการจัดส่งยา	3.97 (มาก)	4.17 (มาก)

ตารางที่ 4.31 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม มูลค่าที่สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	มูลค่าที่สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง	
	ไม่เกิน 5,000 บาท N = 118	มากกว่า 5,000 บาท ขึ้นไป N = 42
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.8 สั่งยาตรงตามเวลาที่นัดหมาย	3.93 (มาก)	4.21 (มาก)
1.9 มีเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ เช่น การออกแบบใบส่งสินค้า ใบเสร็จรับเงิน ด้วยคอมพิวเตอร์ ซึ่งทำให้เกิดความรวดเร็ว	3.47 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)
1.10 มีการชี้แจงและตอบคำถามแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)
1.11 ขามีความใหม่ (ไม่ใกล้หมดอายุ)	4.17 (มาก)	4.19 (มาก)
1.12 มีการรับเปลี่ยน-รับคืนยา (กรณียาเสียหาย/หมดอายุ)	3.94 (มาก)	4.10 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.88 (มาก)	3.96 (มาก)

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มียาให้เลือกหลากหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 4.25) ยามีคุณภาพ ได้มาตรฐาน (ไม่เสียหาย) บรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่มีสภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.24) และ ยามีความใหม่ (ไม่ใกล้หมดอายุ) (ค่าเฉลี่ย 4.17) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง มากกว่า 5,000 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ยามีคุณภาพ ได้มาตรฐาน (ไม่เสียหาย) บรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่มีสภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.31) ส่งยาตรงตามเวลาที่นัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.21) และ ยามีความใหม่ (ไม่ใกล้หมดอายุ) (ค่าเฉลี่ย 4.19) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.32 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านราคา จำแนกตาม มูลค่าที่สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง

ปัจจัยด้านราคา	มูลค่าที่สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง	
	ไม่เกิน 5,000 บาท N = 118	มากกว่า 5,000 บาท ขึ้นไป N = 42
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ราคาใกล้เคียงกับร้านค้าส่งยาร้านอื่น	4.00 (มาก)	4.07 (มาก)
2.2 ราคาต่ำกว่าร้านค้าส่งยาอื่น	3.98 (มาก)	4.05 (มาก)
2.3 ราคาต่ำกว่าการซื้อยาผ่านผู้แทนขายของบริษัทฯ	4.14 (มาก)	4.00 (มาก)
2.4 ราคามีความคงที่ แต่ถ้ามีการเปลี่ยนแปลง จะมีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า	3.67 (มาก)	4.02 (มาก)
2.5 ระยะเวลาในการชำระค่ายา/ การให้เครดิต	3.32 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
2.6 ราคายืดหยุ่นตามปริมาณการขาย	2.91 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
2.7 สามารถต่อรองราคาได้	2.92 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
2.8 สามารถชำระเงินได้หลายวิธี / หลายช่องทาง	3.25 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.32 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านราคา จำแนกตาม มูลค่าที่สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง (ต่อ)

ปัจจัยด้านราคา	มูลค่าที่สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง	
	ไม่เกิน 5,000 บาท N = 118	มากกว่า 5,000 บาท ขึ้นไป N = 42
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.9 การชำระค่ายาด้วยเงินสด	3.29 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
2.10 การชำระค่ายาด้วยเช็คสั่งจ่าย	2.97 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
2.11 การชำระค่ายาด้วยการโอนเงินผ่านธนาคาร	2.51 (ปานกลาง)	2.40 (น้อย)
2.12 การชำระค่ายาด้วยบัตรเครดิต	2.38 (น้อย)	2.40 (น้อย)
2.13 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพยาและการให้บริการ	3.98 (มาก)	3.81 (มาก)
2.14 ระดับราคามีความหลากหลายตามคุณภาพยา	3.75 (มาก)	3.71 (มาก)
2.15 มีการออกไปกำกับภาษีถูกต้องชัดเจน	2.61 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.31 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาขายต่ำกว่าการซื้อผ่านผู้แทนขายของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.14) ราคาขายใกล้เคียงกับร้านค้าส่งยาร้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.00) และ ราคาขายต่ำกว่าร้านค้าส่งยาอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.98) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง มากกว่า 5,000 บาท ขึ้นไป ให้ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาขายใกล้เคียงกับร้านค้าส่งยาร้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.07) ราคาขายต่ำกว่าร้านค้าส่งยาอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.05) และ ราคาขายมีความคงที่ แต่ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงจะมีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.02) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.33 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านสถานที่ จำแนกตามมูลค่าที่สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง

ปัจจัยด้านสถานที่	มูลค่าที่สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง	
	ไม่เกิน 5,000 บาท N = 118	มากกว่า 5,000 บาท ขึ้นไป N = 42
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 มีเวลาบอเวลาเปิดปิดชัดเจน	3.52 (มาก)	3.57 (มาก)
3.2 การสั่งซื้อยาผ่านหน้าร้าน	3.72 (มาก)	3.50 (มาก)
3.3 การสั่งซื้อยาผ่านทางโทรศัพท์	3.85 (มาก)	3.81 (มาก)
3.4 การสั่งซื้อยาผ่านทางอีเมลล์	2.58 (ปานกลาง)	2.44 (น้อย)
3.5 การสั่งซื้อยาผ่านทางแฟกซ์	2.99 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)
3.6 ทำเลที่ตั้งของร้านสามารถหาง่ายเหมาะสม สะดวก	3.97 (มาก)	4.10 (มาก)
3.7 มีการแบ่งประเภทยาภายในร้านชัดเจน	3.40 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)
3.8 ภายในร้านมีแสงสว่างเพียงพอ ระบบระบาย อากาศดี	3.77 (มาก)	3.95 (มาก)

ตารางที่ 4.33 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านสถานที่ จำแนกตามมูลค่าที่สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง (ต่อ)

ปัจจัยด้านสถานที่	มูลค่าที่สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง	
	ไม่เกิน 5,000 บาท	มากกว่า 5,000 บาท
	N = 118	N = 42
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.9 รูปแบบการจัดตกแต่งร้านสวยงาม	3.57 (มาก)	3.52 (มาก)
3.10 มีบริการจัดส่งยาให้ลูกค้าถึงร้านขายยา	3.84 (มาก)	3.98 (มาก)
3.11 มีพนักงานบริการยกของให้	3.81 (มาก)	3.55 (มาก)
3.12 ความสะอาดของพื้นที่จัดวางในร้าน	3.98 (มาก)	4.07 (มาก)
3.13 ความสะอาดของชุดพนักงาน	3.47 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)
3.14 ความสวยงามและเป็นระเบียบของป้าย โฆษณาต่างๆ ในร้าน	3.36 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
3.15 ความสวยงามและเป็นระเบียบของป้าย โฆษณาต่างๆ หน้าร้าน	3.36 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.54 (มาก)	3.54 (มาก)



จากตารางที่ 4.33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ปัจจัยด้านสถานที่ มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความสะอาดของพื้นที่จัดวางในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.98) ทำเลที่ตั้งของร้านสามารถหาง่ายเหมาะสม สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.97) และ การสั่งซื้อยาผ่านทาง โทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง มากกว่า 5,000 บาท ขึ้นไป ให้ปัจจัยด้านสถานที่ มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้านสามารถหาง่ายเหมาะสม สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.10) ความสะอาดของพื้นที่จัดวางในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.07) และ มีบริการจัดส่งยาให้ลูกค้าถึงร้านขายยา (ค่าเฉลี่ย 3.98) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.34 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อยาผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตาม มูลค่าที่สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	มูลค่าที่สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง	
	ไม่เกิน 5,000 บาท	มากกว่า 5,000 บาท
	N = 118	ขึ้นไป N = 42
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และป้ายโฆษณาต่างๆ	2.58 (ปานกลาง)	2.48 (น้อย)
4.2 การให้ส่วนลดเงินสด	3.48 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
4.3 การให้ส่วนลดปริมาณ	3.35 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
4.4 การส่งเสริมการขาย ได้แก่ ลด แลก แจก แถม	2.78 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)
4.5 การจัดกิจกรรม สาธิตสินค้า ภายในร้านค้าส่งยา	2.70 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)
4.6 การสะสมคะแนนจากการซื้อยาเพื่อแลกของรางวัล	2.56 (ปานกลาง)	2.45 (น้อย)
4.7 มีการแนะนำยาใหม่ ๆ อยู่เสมอ จากเจ้าของร้าน	2.85 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
4.8 มีพนักงานมาติดต่อเป็นประจำ เพื่อช่วยเหลือด้านการขาย	3.34 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.34 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตาม มูลค่าที่สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	มูลค่าที่สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง	
	ไม่เกิน 5,000 บาท N = 118	มากกว่า 5,000 บาท ขึ้นไป N = 42
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.9 เจ้าของร้านและพนักงานขายมีความเป็นกันเองกับลูกค้า	3.91 (มาก)	3.90 (มาก)
4.10 พนักงานขายทราบรายละเอียดเป็นอย่างดี	4.08 (มาก)	3.98 (มาก)
4.11 พนักงานขายมีความสุภาพ อ่อนโยน อธิบายดี	4.11 (มาก)	3.88 (มาก)
4.12 พนักงานมีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า	4.19 (มาก)	4.07 (มาก)
4.13 การขายและแนะนำยาโดยใช้พนักงานขาย	2.78 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.29 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.19) พนักงานขายมีความสุภาพ อ่อนโยน อธิบายดี (ค่าเฉลี่ย 4.11) และ พนักงานขายทราบรายละเอียดเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.08) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าสั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้ง มากกว่า 5,000 บาท ขึ้นไป ให้ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.07) พนักงานขายทราบรายละเอียดเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.98) และ เจ้าของร้าน และพนักงานขายมีความเป็นกันเองกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.90) ตามลำดับ