

ชื่อเรื่องการค้าปลีกค้าส่งแบบอิสระ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่าน
ร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ผู้เขียน

นางสาวสุจิรา สุภาภา

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้าปลีกค้าส่งแบบอิสระ

อาจารย์ ดร. ชัยวุฒิ ตั้งสมชัย

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ รวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าที่สั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก จำนวน 160 ร้าน จากร้านขายยาแผนปัจจุบัน (ขย.1 และ ขย.2) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งสรุปผลการศึกษาดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นร้านขายยาประเภท ขย. 1 รูปแบบของการบริหารร้านขายยาแบบเจ้าของคนเดียว เจ้าของร้านเป็นผู้ตัดสินใจสั่งซื้อยาเข้าร้านเอง ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 75,001 – 100,000 บาท ซื้อยาจากร้านค้าส่งยา ร้านค้าส่งยาที่สั่งซื้อยามากที่สุดคือร้านสยามชัยเภสัช สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 4 ครั้ง สั่งซื้อยาจากผู้แทนยาเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 4 ครั้ง สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาผ่านการโทรศัพท์ วิธีการรับยาจากร้านค้าส่งยาคือให้ร้านค้าส่งยาจัดส่งให้ ไม่ได้รับเครดิตในการชำระค่ายาจากร้านค้าส่งยา ชำระเงินค่ายาแก่ร้านค้าส่งยาโดยการจ่ายด้วยเงินสด สั่งซื้อยาจากร้านค้าส่งยาเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 1,001 – 5,000 บาท

ส่วนผลการศึกษปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการสั่งซื้อผ่านร้านค้าส่งของร้านขายยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และ ปัจจัยด้านสถานที่ ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านราคา และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ยามีคุณภาพ ได้มาตรฐาน (ไม่เสียหาย) บรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่มีสภาพดี รองลงมาคือ มียาให้เลือกหลากหลายประเภท และ ยามีความใหม่ (ไม่ใกล้หมดอายุ) ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาต่ำกว่าการซื้อผ่านผู้แทนยาของบริษัทฯ รองลงมาคือ ราคาใกล้เคียงกับร้านค้าส่งยาอื่น และราคาต่ำกว่าร้านค้าส่งยาอื่น ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะอาดของพื้นที่จัดวางในร้าน รองลงมาคือ ท่าเลที่ตั้งของร้านสามารถหาง่ายเหมาะสม สะดวก และมีบริการจัดส่งยาให้ลูกค้าถึงร้านขายยา ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า รองลงมาคือ พนักงานขายทราบรายละเอียดยาเป็นอย่างดี และพนักงานขายมีความสุข อ่อนโยน อธิษาศัยดี ตามลำดับ

Independent Study Title	Marketing Mix Factors Affecting Retail Drugstore Decision Towards Purchasing from Wholesalers in Mueang Chiang Mai District
Author	Miss Sujira Supapa
Degree	Master of Business Administration
Independent Study Advisor	Lecturer Dr. Chaiwuth Tangsomchai

ABSTRACT

This independent study aimed at exploring marketing mix factors affecting retail drugstore decision towards purchasing from wholesalers in Mueang Chiang Mai District. Data collection was compiled from the distribution of questionnaires to 160 retail drugstores which included modern pharmacies and nostrum pharmacies and were customers of drug wholesalers in Mueang Chiang Mai District. The data were then analyzed by descriptive statistics composing of frequency, percentage, and mean.

Based upon the findings, most respondents were owners of modern pharmacies. Their pharmacies were in the form of single proprietorship. They made purchasing decisions by themselves. Their monthly revenues were 75,001 – 100,000 baht. They purchased drugs mostly from wholesalers. Their preferred drug wholesalers were Siam Chai Pharmacy. They purchased drugs from the wholesalers more than 4 times a month. They purchased drugs from medical representatives more than 4 times a month. They made their purchase orders via phone calls. They received their orders via delivery services of the wholesalers. They didn't get payment credit from the wholesalers. They paid their purchases in cash. They spent approximately 1,001 – 5,000 baht per purchase.

According to the studied results on marketing mix factors affecting retail drugstore decision towards purchasing from wholesalers in Mueang Chiang Mai District, the marketing mix factors which affected purchasing decision at high level were product and place. The marketing mix factors which affected purchasing decision at medium level were price and promotion.

For product, the top three sub-factors which significantly affected purchasing decision were as follows: quality and package of drugs, wide selection of drugs available, and recently manufactured drugs, respectively.

For price, the top three sub-factors which significantly affected purchasing decision were as follows: lower price compared to medical representative price, same price to other wholesalers, and lower price compared to other wholesalers', respectively.

For place, the top three sub-factors which significantly affected purchasing decision were as follows: cleanliness of store, accessible location, and delivery service to retail drugstores, respectively.

For promotion, the top three sub-factors which significantly affected purchasing decision were as follows: enthusiastic and caring staffs, informative staffs, and polite and hospitable staffs, respectively.