

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์การศึกษา	6
ประโยชน์ที่ได้รับ	7
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	8
ทบทวนวรรณกรรม	15
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัย	17
ขอบเขตของการศึกษา	17
วิธีการศึกษา	17
การวิเคราะห์ข้อมูลและค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	18
นิยามศัพท์ที่ใช้ในงานวิจัย	19
ระยะการดำเนินการวิจัย	19
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	20
ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการร้านขายยา ในจังหวัดเชียงใหม่	21
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	28
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	71
สรุปผลการวิจัย	71
อภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อมูล	76
ข้อค้นพบ	78
ข้อเสนอแนะ	79
บรรณานุกรม	81
ภาคผนวก ตัวอย่างแบบสอบถาม	82
การกำหนดหมายเลขชนิดผลิตภัณฑ์	87
ตัวอย่างผลิตภัณฑ์	88
ประวัติผู้เขียน	89

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงมูลค่าการส่งออกและนำเข้าสมุนไพรและเวชภัณฑ์ปี พ.ศ. 2538-2541	2
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการร้านขายยา จำแนกตามอายุ	21
3	แสดงจำนวนและร้อยละของร้านขายยา จำแนกตามระยะเวลาดำเนินการ	22
4	แสดงจำนวนและร้อยละของร้านขายยา จำแนกตามประเภทประวัติการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรขององค์การเภสัชกรรม	23
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผลิตภัณฑ์ที่ร้านขายยามีจำหน่าย	24
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผลิตภัณฑ์ที่ร้านขายยาเคยมีแต่เลิกจำหน่าย	25
7	แสดงจำนวนและร้อยละเหตุผลของผู้ประกอบการร้านขายยาที่เคยมีแต่เลิกจำหน่าย	26
8	แสดงจำนวนและร้อยละเหตุผลของผู้ประกอบการร้านขายยาที่ไม่เคยจำหน่าย	27
9	แสดงความถี่ อัตราร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจรับจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยของผู้ประกอบการร้านขายยา	29
10	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	31
11	แสดงความถี่ อัตราร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจรับจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยของผู้ประกอบการร้านขายยา	33
12	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา (Price)	34
13	แสดงความถี่ อัตราร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจรับจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยของผู้ประกอบการร้านขายยา	35
14	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	36
15	แสดงความถี่ อัตราร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจรับจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยของผู้ประกอบการร้านขายยา	37
16	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์	38
17	แสดงความถี่ อัตราร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายให้กับร้านค้า ที่มีผลต่อการตัดสินใจรับจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยของผู้ประกอบการร้านขายยา	39
18	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายให้กับร้านค้า	40

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
19	แสดงความถี่ อัตราร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายให้กับลูกค้า ที่มีผลต่อการตัดสินใจรับจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยของผู้ประกอบการร้านขายยา	41
20	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายให้กับลูกค้า	42
21	แสดงความถี่ อัตราร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย ที่มีผลต่อการตัดสินใจรับจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยของผู้ประกอบการร้านขายยา	43
22	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย	44
23	แสดงความถี่ อัตราร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยเฉพาะบุคคล ที่มีผลต่อการตัดสินใจรับจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยของผู้ประกอบการร้านขายยา	45
24	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยเฉพาะบุคคล	46
25	แสดงอันดับ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยทั้งหมด	47
26	แสดงอันดับ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยมีจำหน่ายมาก่อน	50
27	แสดงอันดับ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมีแต่เลิกจำหน่าย	53
28	แสดงอันดับ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยทั้งหมดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยขององค์การเภสัชกรรม	56
29	แสดงผลของอายุต่อประวัติการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยของผู้ประกอบการร้านขายยา	59
30	แสดงผลของระยะเวลาดำเนินการต่อประวัติการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยของผู้ประกอบการร้านขายยา	60
31	แสดงผลของอายุต่อระดับความสำคัญในปัจจัยด้านความสนใจส่วนตัวในผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยของผู้ประกอบการร้านขายยา	61
32	แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจรับจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยของผู้ประกอบการร้านขายยาจำแนกตามอายุ	62

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
33 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจรับจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยของผู้ประกอบการร้านขายยาจำแนกตามอายุ	64
34 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจรับจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยของผู้ประกอบการร้านขายยาจำแนกตามอายุ	65
35 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยของผู้ประกอบการร้านขายยาจำแนกตามอายุ	67
36 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยเฉพาะบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจรับจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยของผู้ประกอบการร้านขายยาจำแนกตามอายุ	70
37 แสดงอันดับและปัจจัยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับ "สำคัญมากที่สุด" จำแนกตามประวัติการจัดจำหน่าย	74
38 แสดงปัจจัยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับ "สำคัญมากที่สุด" จำแนกตามอายุ	75