

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล และผลการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

- 1) สถานะการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในปัจจุบัน
- 2) โครงสร้างการจัดการที่เปลี่ยนแปลงไปของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม
- 3) จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม ของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม
- 4) การรวมกลุ่มและการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม
- 5) ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม
- 6) ความต้องการพัฒนาตนเองของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม และ
- 7) ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และข้อมูลที่เป็นความเรียง ประกอบด้วย

- 4.1 ข้อมูลประชากรกลุ่มเป้าหมาย
- 4.2 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ
- 4.3 สถานะการแข่งขันทางธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม
- 4.4 โครงสร้างการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม
- 4.5 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภัยคุกคาม ของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม
- 4.6 การรวมกลุ่มและการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม
- 4.7 สภาพปัญหาและอุปสรรค ของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม
- 4.8 ความต้องการพัฒนาตนเอง ของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม
- 4.9 ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐ ของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

4.1 ข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเขตพื้นที่

กลุ่มตามภาค	จำนวน (ร้านค้า) / ราย	ร้อยละ
กรุงเทพและปริมณฑล	65	21.38
ภาคกลางและตะวันออก	68	22.37
ภาคเหนือ	53	17.43
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	61	20.07
ภาคใต้	57	18.75
รวม	304	100.00

จากตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทุกเขตพื้นที่ จำนวน 5 กลุ่มพื้นที่ โดยแต่ละกลุ่มพื้นที่คิดเป็นร้อยละ 17-22 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด



4.2 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ

ประกอบด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล 11 ตาราง (ตารางที่ 4.2 – 4.12)

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ และภาค

ข้อมูลส่วนบุคคล	ภาค											
	กรุงเทพและ ปริมณฑล		กลางและ ตะวันออก		เหนือ		ตะวันออก เฉียงเหนือ		ใต้		รวมทุกภาค	
	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
สถานะ												
เจ้าของ	53	81.50	47	69.10	31	58.50	37	60.70	28	49.10	196	64.50
ลูกจ้าง	2	3.10	8	11.80	6	11.30	7	11.50	10	17.50	33	10.90
ญาติ/คน ใกล้ชิด	10	15.40	10	14.70	16	30.20	17	27.90	19	33.30	72	23.70
อื่นๆ (ไม่ระบุ)	0	0	3	4.40	0	0	0	0	0	0	3	1.00
รวม	65	100.0	68	100.0	53	100.0	61	100.0	57	100.0	304	100.0
เพศ												
ชาย	51	78.50	56	82.40	33	62.30	44	72.10	30	52.60	214	70.39
หญิง	14	21.50	12	17.60	20	37.70	17	27.90	27	47.40	90	29.61
รวม	65	100.0	68	100.0	53	100.0	61	100.0	57	100.0	304	100.0

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ และภาค (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	ภาค											
	กรุงเทพและปริมณฑล		กลางและตะวันออก		เหนือ		ตะวันออกเฉียงเหนือ		ใต้		รวมทุกภาค	
	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
อายุ												
ไม่เกิน 25 ปี	1	1.50	2	2.90	2	3.80	4	6.60	6	10.50	15	4.90
26 – 35 ปี	8	12.30	9	13.20	7	13.20	11	18.00	17	29.80	52	17.10
36 – 45 ปี	31	47.70	22	32.40	15	28.30	14	23.00	17	29.80	99	32.60
46 – 55 ปี	21	32.30	26	38.20	16	30.20	22	36.10	13	22.80	98	32.20
56 ปีขึ้นไป	4	6.20	9	13.20	13	24.50	10	16.40	4	7.00	40	13.20
รวม	65	100.0	68	100.0	53	100.0	61	100.00	57	100.0	304	100.0
การศึกษา												
ประถม / มัธยม	12	18.50	40	58.80	20	37.70	24	39.30	14	24.60	110	36.20
อนุปริญญา	24	36.90	9	13.20	12	22.60	18	29.50	12	21.10	75	24.70
ปริญญาตรี	28	43.10	16	23.50	20	37.70	18	29.50	23	40.40	105	34.50
สูงกว่าปริญญาตรี	1	1.50	3	4.40	1	1.90	1	1.60	8	14.00	14	4.60
รวม	65	100.0	68	100.0	53	100.0	61	100.00	57	100.0	304	100.0

จากตารางที่ 4.2 สถานะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเจ้าของร้าน ร้อยละ 64.50 เป็นเพศชาย ร้อยละ 70.39 เพศหญิง ร้อยละ 29.61 โดยมีอายุระหว่าง 36-45 ปี มากที่สุด ร้อยละ 32.60 รองลงมาอายุระหว่าง 46-55 ปี ร้อยละ 32.20 และมีการศึกษาระดับประถม/มัธยมมากที่สุด ร้อยละ 36.20 และจบปริญญาตรี ร้อยละ 34.50

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามขนาดร้านค้าและภาค

ขนาด ร้านค้า	ภาค											
	กรุงเทพและ ปริมณฑล		กลางและ ตะวันออก		เหนือ		ตะวันออก เฉียงเหนือ		ใต้		รวมทุกภาค	
	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ	คน	ร้อยละ
1 คูหา / แผง	26	40.0	5	7.40	15	28.30	11	18.00	8	14.00	65	21.4
2 คูหา / แผง	26	40.0	29	42.6	18	34.00	21	34.40	19	33.30	113	37.2
3 คูหา / แผง	5	7.70	14	20.6	8	15.10	12	19.70	9	15.60	48	15.8
4 คูหา / แผง	4	6.20	10	14.7	10	18.90	15	24.60	12	21.10	51	16.8
อื่น ๆ	4	6.20	10	14.7	2	3.80	2	3.30	9	15.80	27	8.90
รวม	65	100	68	100	53	100	61	100.0	57	100	304	100

จากตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามขนาดร้านค้า
ปรากฏว่า ร้านค้าปลีกรวมทุกเขตพื้นที่ส่วนใหญ่มีขนาด 2 คูหา / แผง ร้อยละ 37.20 รองลงมาคือ
ขนาด 1 คูหา / แผง ร้อยละ 21.40

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามที่ตั้งของร้านค้าและภาค (ตอบได้หลายคำตอบ เช่น อยู่ใกล้ตลาดและติดถนนใหญ่ด้วย)

ที่ตั้งของร้านค้า	ภาค											
	กรุงเทพและปริมณฑล		กลางและตะวันออก		เหนือ		ตะวันออกเฉียงเหนือ		ใต้		รวมทุกภาค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใกล้ตลาด	11	16.90	19	22.61	13	14.44	6	8.95	18	28.10	67	18.93
ติดถนนใหญ่	41	63.10	59	70.23	47	82.23	51	76.11	41	64.30	239	67.51
ในหมู่บ้าน	7	10.80	5	5.95	1	1.11	2	3.00	3	4.60	18	5.08
ในซอย	17	26.20	0	0.00	1	1.11	4	5.97	1	1.50	23	6.50
อื่นๆ	0	0	1	1.21	1	1.11	4	5.97	1	1.50	7	1.98
รวม	76	100	84	100	63	100	67	100	64	100	354	100

จากตารางที่ 4.4 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานที่ตั้งของร้านอยู่ติดถนนใหญ่ทุกเขตพื้นที่ ร้อยละ 67.51 รองลงมาอยู่ใกล้ตลาด ร้อยละ 18.93

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะของร้านและภาค

ลักษณะของร้าน	ภาค											
	กรุงเทพและปริมณฑล		กลางและตะวันออก		เหนือ		ตะวันออกเฉียงเหนือ		ใต้		รวมทุกภาค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ติดแอร์	5	7.70	10	14.70	3	5.70	3	4.90	12	21.10	33	10.90
ติดกระจก												
ไม่มีแอร์	56	86.20	55	80.90	49	92.50	55	90.20	39	68.40	254	83.60
เปิดโล่ง												
ไม่มีแอร์	4	6.20	3	4.40	1	1.90	3	4.90	6	10.50	17	5.60
ติดกระจก												
รวม	65	100	68	100	53	100	61	100	57	100	304	100

จากตารางที่ 4.5 แสดงลักษณะของร้านค้าส่วนใหญ่ไม่มีแอร์ เปิดโล่ง ร้อยละ 83.60 ติดแอร์เพียงร้อยละ 10.90 เท่านั้น

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่เปิดบริการใน 1 วัน

เวลาที่เปิด บริการใน 1 วัน	ภาค											
	กรุงเทพและ ปริมณฑล		กลางและตะวันออก		เหนือ		ตะวันออก เฉียงเหนือ		ใต้		รวมทุกภาค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 8 ชม.	16	24.60	9	13.20	25	47.20	12	19.70	24	42.10	86	28.30
9-12 ชม.	46	70.80	59	86.80	27	50.90	46	75.40	33	57.90	211	69.40
13-16 ชม.	3	4.60	0	0.00	1	1.90	3	4.90	0	0.00	7	2.30
รวม	65	100	68	100	53	100	61	100	57	100	304	100

จากตารางที่ 4.6 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ข้อมูลการเปิดบริการของร้านค้าอยู่ระหว่าง 9-12 ชั่วโมง มากที่สุด ร้อยละ 69.40 รองลงมาไม่เกิน 8 ชั่วโมง ร้อยละ 28.30

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนลูกจ้างและภาค

จำนวน ลูกจ้าง	ภาค											
	กรุงเทพและ ปริมณฑล		กลางและ ตะวันออก		เหนือ		ตะวันออก เฉียงเหนือ		ใต้		รวมทุกภาค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	9	13.80	6	8.80	9	17.00	0	0.00	3	5.30	27	8.90
1-3 คน	37	56.90	35	52.90	21	39.60	19	31.10	17	29.80	130	42.80
4-6 คน	1	20.00	18	26.50	9	17.00	16	26.20	12	21.10	68	22.40
7 คน ขึ้นไป	6	9.20	8	11.80	14	26.40	26	42.60	25	43.90	79	26.00
รวม	65	100	68	100	53	100	61	100	57	100	304	100

จากตารางที่ 4.7 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในทุกเขตพื้นที่ มีลูกจ้าง 1-3 คน ร้อยละ 42.80 รองลงมา มีลูกจ้างมากกว่า 6 คนคิดเป็นร้อยละ 26.00

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปีที่เปิดดำเนินการแต่ละภาค

จำนวน ลูกจ้าง	ภาค											
	กรุงเทพและ ปริมณฑล		กลางและ ตะวันออก		เหนือ		ตะวันออก เฉียงเหนือ		ใต้		รวมทุกภาค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 3 ปี	6	9.20	6	8.80	6	11.30	5	8.20	13	22.80	36	11.80
4-6 ปี	21	32.30	10	14.70	10	18.90	10	16.40	14	24.60	65	21.40
7-9 ปี	14	21.50	27	39.70	4	7.50	14	23.00	6	10.50	65	21.40
10 ปี ขึ้นไป	24	36.90	25	36.80	33	62.30	32	52.50	24	42.10	138	45.40
รวม	65	100.0	68	100.0	53	100.0	61	100.0	57	100.0	304	100.0

จากตารางที่ 4.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดดำเนินการทุก
เขตพื้นที่ มีระยะเวลามากกว่า 10 ปีขึ้นไป ร้อยละ 45.40 รองลงมาคือ 4-9 ปี ร้อยละ 42.80

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบกิจการและภาค

รูปแบบ กิจการ	ภาค											
	กรุงเทพและ ปริมณฑล		กลางและ ตะวันออก		เหนือ		ตะวันออก เฉียงเหนือ		ใต้		รวมทุกภาค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของ คนเดียว	53	81.50	47	69.10	31	58.50	37	60.70	28	49.10	196	64.50
บริษัทจำกัด	2	3.10	8	11.80	6	11.30	7	11.50	10	17.50	33	10.90
ห้างหุ้นส่วน	10	15.40	10	14.70	16	30.20	17	27.90	19	33.30	72	23.70
อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	0	0	3	4.40	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3	1.00
รวม	65	100.0	68	100.0	53	100.0	61	100.0	57	100.0	304	100.0

จากตารางที่ 4.9 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทุกเขตพื้นที่ มีรูปแบบกิจการใน
ลักษณะเจ้าของคนเดียวมากที่สุด ร้อยละ 64.50 รองลงมามีรูปแบบในลักษณะห้างหุ้นส่วน ร้อยละ
23.70

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามหน้าที่หลักทางธุรกิจที่มีในกิจการ และภาค

หน้าที่หลักด้าน	ภาค											
	กรุงเทพและปริมณฑล		กลางและตะวันออก		เหนือ		ตะวันออกเฉียงเหนือ		ใต้		รวมทุกภาค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การตลาด												
มี	22	33.80	31	45.60	12	22.60	35	57.40	33	57.90	133	43.80
ไม่มี	43	66.20	37	54.40	41	77.40	26	42.00	24	42.10	171	56.30
รวม	65	100.00	68	100.00	53	100.00	61	100.00	57	100.00	304	100.00
การเงิน												
มี	40	61.50	53	77.90	17	32.10	49	80.30	48	84.20	207	68.10
ไม่มี	25	38.50	15	22.10	36	67.90	12	19.70	9	15.80	97	31.90
รวม	65	100.00	68	100.00	53	100.00	61	100.00	57	100.00	304	100.00
บริหารงานบุคคล												
มี	33	50.80	35	51.50	12	22.60	34	55.70	36	63.20	150	49.30
ไม่มี	32	49.20	33	48.50	41	77.40	27	44.30	21	36.80	154	50.70
รวม	65	100.00	68	100.00	53	100.00	61	100.00	57	100.00	304	100.00
การผลิต												
มี	8	12.30	27	39.70	7	13.20	24	39.30	12	21.10	78	25.70
ไม่มี	57	87.70	41	60.30	46	86.80	37	60.70	45	78.90	226	74.30
รวม	65	100.00	68	100.00	53	100.00	61	100.00	57	100.00	304	100.00

จากตารางที่ 4.10 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จำแนกตามหน้าที่หลัก ดังนี้ ด้านการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่โดยรวมทุกเขตพื้นที่ ไม่มีหน้าที่ในด้านนี้ ร้อยละ 56.30 ด้านการเงิน ร้อยละ 31.90 ด้านบริหารงานบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีหน้าที่ ร้อยละ 50.70 และด้านการผลิต ผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีหน้าที่ ร้อยละ 74.30

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการบริหารงานของกิจการ และภาค

การบริหารงาน	ภาค											
	กรุงเทพและปริมณฑล		กลางและตะวันออก		เหนือ		ตะวันออกเฉียงเหนือ		ใต้		รวมทุกภาค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของบริหารเอง	62	95.40	62	91.20	49	92.50	58	95.10	52	91.20	283	93.10
มีผู้จัดการ	3	4.60	6	8.80	4	7.50	3	4.90	5	8.80	21	6.90
รวม	65	100.0	68	100.00	53	100.00	61	100.00	57	100.00	304	100.00

จากตารางที่ 4.11 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในทุกเขตพื้นที่ มีเจ้าของบริหารเองมากที่สุดจำนวน 283 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 93.10 มีผู้จัดการบริหารงานจำนวน 21 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 6.90

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามยอดขายต่อวันและภาค

ยอดขายต่อวัน	ภาค											
	กรุงเทพและปริมณฑล		กลางและตะวันออก		เหนือ		ตะวันออกเฉียงเหนือ		ใต้		รวมทุกภาค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1,000 บาท / วัน	1	1.50	9	13.20	3	5.70	2	3.30	4	7.00	19	6.30
1,001 - 3,000 บาท / วัน	12	18.50	20	29.40	10	18.90	7	11.50	7	12.30	56	18.40
3,001 - 5,000 บาท / วัน	17	26.20	13	19.10	9	17.00	11	18.00	13	22.80	63	20.70
5,001 - 7,000 บาท / วัน	15	23.10	9	13.20	4	7.50	11	18.0	9	15.80	48	15.80
7,001 - 9,000 บาท / วัน	4	6.20	9	13.20	8	15.10	5	8.20	3	5.30	29	9.50
มากกว่า 9,000 บาท / วัน	16	24.60	8	11.80	19	35.80	25	41.00	21	36.80	89	29.30
รวม	65	100.00	68	100.00	53	100.00	61	100.00	57	100.00	304	100.00

จากตารางที่ 4.12 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มียอดขายต่อวันมากกว่า 9,000 บาท ร้อยละ 29.30 รองลงมาระหว่าง 3,001-5,000 บาท ร้อยละ 20.70

4.3 สถานะการแข่งขันทางธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ประกอบด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล 4 ตาราง (ตารางที่ 4.13 – 4.16)

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของยอดขายในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา จำแนกตามภาค

การเปลี่ยนแปลงของยอดขาย	ภาค											
	กรุงเทพและปริมณฑล		กลางและตะวันออก		เหนือ		ตะวันออกเฉียงเหนือ		ใต้		รวมทุกภาค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คงเดิม	18	27.69	25	36.76	15	28.30	8	13.11	14	24.56	80	26.32
เพิ่มขึ้น												
- ไม่เกิน ร้อยละ 5	6	9.23	16	23.52	11	20.76	15	24.62	10	17.54	58	19.08
- ร้อยละ 6-10	11	16.92	8	11.76	6	11.32	11	18.03	11	19.33	4	15.46
- ร้อยละ 10-15	5	7.69	4	5.90	2	3.77	4	6.55	7	12.28	22	7.24
- ร้อยละ 15-20	3	4.62	2	2.93	5	9.43	2	3.27	4	7.01	16	5.26
- มากกว่า ร้อยละ 20	1	1.54	0	0.00	0	0.00	3	4.91	2	3.50	6	1.97
รวม	26	40.00	30	44.11	24	45.28	35	57.38	34	59.66	149	49.01
ลดลง												
- ไม่เกิน ร้อยละ 5	11	16.92	11	16.17	0	0.00	8	13.11	5	8.78	35	11.51
- ร้อยละ 6-10	5	7.69	2	2.93	4	7.55	2	3.27	0	0.00	13	4.28
- ร้อยละ 10-15	2	3.08	0	0.00	1	1.88	5	8.25	1	1.75	9	2.96
- ร้อยละ 15-20	2	3.08	0	0.00	3	5.66	1	1.60	2	3.50	8	2.63
- มากกว่า ร้อยละ 20	1	1.54	0	0.00	6	11.32	2	3.27	1	1.75	10	3.29
รวม	21	32.31	13	19.10	14	26.41	18	29.50	9	15.78	75	24.67
รวมทั้งสิ้น	65	100.00	68	100.00	53	100.00	61	100.00	57	100.00	304	100.00

จากตารางที่ 4.13 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่าร้านค้ามียอดขายเพิ่มขึ้นไม่เกินร้อยละ 5 ต่อปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 19.08 และตอบว่ามียอดขายลดลงไม่เกินร้อยละ 5 ต่อปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 11.51 และยอดขายคงเดิม จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 26.32

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของกำไรในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา จำแนกตามภาค

การเปลี่ยนแปลงของกำไร	ภาค											
	กรุงเทพและปริมณฑล		กลางและตะวันออก		เหนือ		ตะวันออกเฉียงเหนือ		ใต้		รวมทุกภาค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คงเดิม	12	18.46	31	45.58	11	20.75	15	24.59	15	26.31	84	27.63
เพิ่มขึ้น												
-ไม่เกินร้อยละ 5	10	15.38	16	23.52	10	18.88	20	32.81	15	26.31	70	23.03
- ร้อยละ 6-10	9	13.85	7	10.30	4	7.54	6	9.83	7	12.28	33	10.86
- ร้อยละ 10-15	3	4.62	2	2.94	6	11.32	3	4.91	6	10.56	20	6.58
- ร้อยละ 15-20	4	6.15	0	0.00	1	1.88	2	3.27	2	3.50	9	2.96
- มากกว่าร้อยละ 20	1	1.54	0	0.00	1	1.88	1	1.63	2	3.50	5	1.64
รวม	27	41.54	25	36.76	22	41.50	32	52.45	32	56.15	137	45.07
ลดลง												
-ไม่เกินร้อยละ 5	7	10.77	10	14.72	2	3.77	4	6.57	4	7.01	27	3.88
- ร้อยละ 6-10	6	9.23	2	2.94	6	11.32	4	6.57	3	5.28	22	7.24
- ร้อยละ 10-15	8	12.31	0	0.00	4	7.54	3	4.91	1	1.75	16	5.26
- ร้อยละ 15-20	4	6.15	0	0.00	1	1.88	2	3.27	0	0.00	7	2.30
- มากกว่าร้อยละ 20	1	1.54	0	0.00	7	13.22	1	1.63	2	3.50	11	3.62
รวม	26	40.00	12	17.66	20	37.73	14	22.95	10	17.54	83	27.30
รวมทั้งสิ้น	65	100.00	68	100.00	53	100.00	61	100.00	57	100.00	304	100.00

จากตารางที่ 4.14 ผลกำไรของธุรกิจร้านค้าในภาคกลางและตะวันออกคงเดิมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.58 ของผู้ตอบแบบสอบถามในภาคนั้นส่วนร้านค้าในภาคอื่นๆ ส่วนใหญ่ผลกำไร เพิ่มขึ้นเล็กน้อยไม่เกินร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์ในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา จำแนกตามภาค

การเปลี่ยนแปลงของกำไร	ภาค											
	กรุงเทพและปริมณฑล		กลางและตะวันออก		เหนือ		ตะวันออกเฉียงเหนือ		ใต้		รวมทุกภาค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คงเดิม	34	52.31	46	67.64	22	41.50	21	34.42	28	49.12	151	49.67
เพิ่มขึ้น												
-ไม่เกินร้อยละ 5	11	16.92	16	25.53	11	20.77	19	31.16	9	15.78	66	21.71
- ร้อยละ 6-10	9	13.85	1	1.47	2	3.77	7	11.47	7	12.28	26	8.55
- ร้อยละ 10-15	2	3.08	1	1.47	5	9.42	7	11.47	2	3.53	17	5.59
- ร้อยละ 15-20	2	3.08	0	0.00	0	0.00	1	1.63	4	7.02	7	2.30
- มากกว่าร้อยละ 20	1	1.54	0	0.00	2	3.77	0	0.00	1	1.75	4	1.32
รวม	25	38.47	18	26.47	20	37.73	34	55.73	23	40.36	120	39.47
ลดลง												
-ไม่เกินร้อยละ 5	5	7.69	4	5.89	2	3.77	3	4.94	4	7.02	18	5.92
- ร้อยละ 6-10	0	0.00	0	0.00	2	3.77	1	1.63	1	1.75	4	1.32
- ร้อยละ 10-15	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	1.75	1	0.33
- ร้อยละ 15-20	0	0.00	0	0.00	1	1.88	1	1.63	0	0.00	2	0.66
- มากกว่าร้อยละ 20	1	1.54	0	0.00	6	11.35	1	1.63	0	0.00	8	2.63
รวม	6	9.23	4	5.89	11	20.77	6	9.83	6	10.52	33	10.86
รวมทั้งสิ้น	65	100.00	68	100.00	53	100.00	61	100.00	57	100.00	304	100.00

จากตารางที่ 4.15 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 49.67 มีความเห็นว่าสินทรัพย์ของธุรกิจร้านค้าปลีกมีทิศทางคงเดิมส่วนอีกร้อยละ 39.47 ตอบว่าสินทรัพย์ของธุรกิจร้านค้าปลีกมีทิศทางเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการถูกระทบจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบันในภาพรวมทุกภาค

สภาพแวดล้อม	ระดับการถูกระทบจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป		
	\bar{X}	S.D.	แปลความ
1. ด้านต้นทุนการซื้อสินค้าเข้าร้าน	3.52	0.74	มาก
2. ด้านการตลาด	3.39	1.03	ปานกลาง
3. ความหลากหลายของสินค้า	3.13	1.01	ปานกลาง
4. ความทันสมัยของร้านค้า	3.01	1.05	ปานกลาง
5. การมีสายป่านเงินทุนที่ยาว	2.89	1.25	ปานกลาง
6. ความสะดวกของทำเลที่ตั้ง	2.71	1.24	ปานกลาง
7. การยึดครองใจผู้บริโภค	2.63	1.17	ปานกลาง
8. ความเป็นมืออาชีพ	2.66	1.14	ปานกลาง
9. ด้านภาพลักษณ์ (Brand Image)	2.60	1.19	ปานกลาง
10. ด้านการนำระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยในการบริหารร้านค้า	2.79	1.13	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	2.93	0.74	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.16 โดยภาพรวมของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ถูกระทบจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.93$) ในด้านต้นทุนการซื้อสินค้าเข้าร้านมีผลกระทบมากที่สุด ($\bar{X} = 3.52$) รองลงมาคือ ด้านการตลาด ($\bar{X} = 3.39$) และ ความหลากหลายของสินค้า ($\bar{X} = 3.13$) ตามลำดับ

4.4 โครงสร้างการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการปรับตัวและพัฒนาธุรกิจในปัจจุบันในภาพรวมทุกภาค

รายการ	ระดับการปรับตัวและพัฒนา		
	\bar{X}	S.D.	แปลความ
1. การบริหารการตลาด	3.23	1.10	ปานกลาง
2. การบริหารการเงิน	3.34	1.07	ปานกลาง
3. การบริหารบุคคล	3.05	1.08	ปานกลาง
4. การดำเนินงานทั่วไป	3.05	1.03	ปานกลาง
5. การจัดการข้อมูลข่าวสาร	2.81	1.08	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.09	1.07	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.17 ภาพรวมธุรกิจร้านค้าปลีก มีการปรับตัวและพัฒนาธุรกิจในภาพรวมทุกภาคระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.09$) ระดับการปรับตัวที่จำเป็นมากที่สุดคือด้านการเงิน ($\bar{X} = 3.34$)

การปรับตัวในด้านอื่นๆ จากคำถามปลายเปิด พบว่า ธุรกิจร้านค้าปลีกส่วนมากพยายามประคับประคอง โดยอาศัยเงินทุนทรัพย์เดิมมาใช้จากการทำธุรกิจด้านอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับร้านโชห่วย เช่นการปล่อยดอกเบี้ยเงินกู้นอกระบบ เป็นต้น โครงสร้างที่เปลี่ยนแปลงที่สำคัญคือจากการเป็นธุรกิจหลักเปลี่ยนมาเป็นธุรกิจรอง และมีแนวโน้มที่จะปิดตัวลงหรือหันตัวไปทำธุรกิจอื่นที่มีศักยภาพของตนเอง

4.5 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภัยคุกคามของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ประกอบด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล 2 ตาราง (ตารางที่ 4.18 – 4.21)

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของจุดแข็งในภาพรวมทุกภาค

รายการ	\bar{X}	S.D.	แปลความ
1. การสั่งงานภายในร้าน	4.32	0.67	มาก
2. ความเป็นระบบของงาน	3.40	1.24	ปานกลาง
3. การยอมรับในการเปลี่ยนแปลงธุรกิจของตนเอง	2.44	1.53	น้อย
4. คุณภาพของพนักงาน	2.54	1.03	ปานกลาง
5. การเงิน	4.30	0.75	มาก
6. การบริหารต้นทุน	2.75	1.07	ปานกลาง
7. สิ่งอำนวยความสะดวก / อุปกรณ์ในร้าน	3.23	0.97	ปานกลาง
8. เทคโนโลยี / คอมพิวเตอร์	2.44	0.97	น้อย
9. อินเทอร์เน็ต	3.22	1.24	ปานกลาง
10. วิธีการบริหารสมัยใหม่	2.35	1.09	น้อย
11. การจัดการสต็อกสินค้า	3.43	0.84	ปานกลาง
12. การขนส่ง	3.25	0.75	ปานกลาง
13. การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าที่มาซื้อสินค้า	4.34	0.88	มาก
14. ร้านค้าเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย	3.73	0.54	มาก
15. การจัดซื้อ	3.65	0.91	มาก
รวม	3.29	0.97	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.18 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมของธุรกิจร้านค้าปลีก ปัจจัยที่จัดเป็นจุดแข็ง ในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29$) และมีปัจจัยที่เป็นจุดแข็งในระดับมาก 5 รายการ เรียงตามลำดับประกอบด้วย การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าที่มาซื้อสินค้า ($\bar{X} = 4.34$) การสั่งงานภายในร้าน ($\bar{X} = 4.32$) การเงิน ($\bar{X} = 4.30$) ร้านค้าเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ($\bar{X} = 3.73$) และการจัดซื้อ ($\bar{X} = 3.65$)

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของจุดอ่อนในภาพรวมทุกภาค

รายการ	\bar{X}	S.D.	แปลความ
1. การสั่งงานภายในร้าน	2.52	0.96	ปานกลาง
2. ความเป็นระบบของงาน	2.38	1.24	น้อย
3. การยอมรับในการเปลี่ยนแปลงธุรกิจของตนเอง	3.43	1.53	ปานกลาง
4. คุณภาพของพนักงาน	3.76	1.03	มาก
5. การเงิน	3.30	0.75	ปานกลาง
6. การบริหารต้นทุน	4.48	1.07	มาก
7. สิ่งอำนวยความสะดวก / อุปกรณ์ในร้าน	3.11	0.97	ปานกลาง
8. เทคโนโลยี / คอมพิวเตอร์	4.34	0.97	มาก
9. อินเทอร์เน็ต	3.22	1.24	ปานกลาง
10. วิธีการบริหารสมัยใหม่	4.37	1.09	มาก
11. การจัดการสต็อกสินค้า	3.87	0.84	มาก
12. การขนส่ง	2.56	0.75	ปานกลาง
13. การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าที่มาซื้อสินค้า	2.57	0.88	ปานกลาง
14. ร้านค้าเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย	2.37	0.54	น้อย
15. การจัดซื้อ	3.12	0.91	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.13	0.98	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.19 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมของธุรกิจร้านค้าปลีก ปัจจัยที่จัดเป็นจุดอ่อนในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.13$) และมีปัจจัยที่เป็นจุดอ่อนในระดับมาก 5 รายการเรียงตามลำดับประกอบด้วย การบริหารต้นทุน ($\bar{X} = 4.48$) วิธีการบริหารสมัยใหม่ ($\bar{X} = 4.37$) เทคโนโลยี / คอมพิวเตอร์ ($\bar{X} = 4.34$) การจัดการสต็อกสินค้า ($\bar{X} = 3.87$) และคุณภาพของพนักงาน ($\bar{X} = 3.76$)

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของโอกาสในภาพรวมทุกภาค

รายการ	\bar{X}	S.D.	แปลความ
1. สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน	2.27	0.54	น้อย
2. การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี	3.57	0.64	มาก
3. กฎหมาย / กฎเกณฑ์ของรัฐบาล	2.22	1.07	น้อย
4. ภาวะการเมืองของไทย	3.03	1.35	ปานกลาง
5. สภาพสังคมและค่านิยม	3.48	0.85	ปานกลาง
6. คู่แข่งค้าปลีกสมัยใหม่	3.09	0.85	ปานกลาง
7. คู่แข่งค้าปลีกดั้งเดิม	4.32	0.67	มาก
8. การสนับสนุนรัฐบาล	2.31	0.79	น้อย
9. การเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค	3.48	0.93	ปานกลาง
10. กลุ่มพ่อค้าคนกลาง	3.43	0.48	ปานกลาง
11. เจ้าหนี้ / สถาบันการเงิน	4.31	0.75	มาก
12. สมาคมการค้าปลีก / ชมรม	3.97	0.84	มาก
13. ชุมชนละแวกใกล้เคียง	4.31	0.92	มาก
เฉลี่ยรวม	3.37	0.82	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.20 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมของธุรกิจร้านค้าปลีก ปัจจัยที่จัดเป็นโอกาสในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.37$) และมีปัจจัยที่เป็นโอกาสในระดับมาก 5 รายการเรียงตามลำดับประกอบด้วย คู่แข่งค้าปลีกดั้งเดิม ($\bar{X} = 4.32$) เจ้าหนี้ / สถาบันการเงิน ($\bar{X} = 4.31$) ชุมชนละแวกใกล้เคียง ($\bar{X} = 4.31$) สมาคมการค้าปลีก / ชมรม ($\bar{X} = 3.97$) และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ($\bar{X} = 4.57$)

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของภัยคุกคามในภาพรวมทุกภาค

รายการ	\bar{X}	S.D.	แปลความ
1. สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน	3.21	1.46	ปานกลาง
2. การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี	4.47	0.78	มาก
3. กฎหมาย / กฎเกณฑ์ของรัฐบาล	4.49	0.69	มาก
4. ภาวะการเมืองของไทย	3.42	1.00	ปานกลาง
5. สภาพสังคมและค่านิยม	4.29	0.79	มาก
6. คู่แข่งค้าปลีกสมัยใหม่	4.09	0.80	มาก
7. คู่แข่งค้าปลีกดั้งเดิม	2.58	0.97	ปานกลาง
8. การสนับสนุนรัฐบาล	3.22	0.87	ปานกลาง
9. การเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค	4.03	0.90	มาก
10. กลุ่มพ่อค้าคนกลาง	2.53	1.09	ปานกลาง
11. เจ้าหนี้ / สถาบันการเงิน	2.45	0.89	น้อย
12. สมาคมการค้าปลีก / ชมรม	3.36	0.99	ปานกลาง
13. ชุมชนละแวกใกล้เคียง	2.76	1.49	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.45	0.98	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.21 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมของธุรกิจร้านค้าปลีก ปัจจัยที่จัดเป็นภัยคุกคามในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.45$) และมีปัจจัยที่เป็นภัยคุกคามในระดับมาก 5 รายการเรียงตามลำดับประกอบด้วย กฎหมาย / กฎเกณฑ์ของรัฐบาล ($\bar{X} = 4.49$) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ($\bar{X} = 4.47$) สภาพสังคมและค่านิยม ($\bar{X} = 4.29$) คู่แข่งค้าปลีกสมัยใหม่ ($\bar{X} = 4.09$) และการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค ($\bar{X} = 4.03$)

4.6 การรวมกลุ่มและการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ประกอบด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล 3 ตาราง (ตารางที่ 4.22 – 4.24)

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเชื่อมโยงหรือรวมกลุ่ม และมีส่วนร่วมในภาพรวมทุกภาค

รายการ เชื่อมโยง / รวมกลุ่ม	ระดับของการเชื่อมโยง / รวมกลุ่ม / มีส่วนร่วม			
	อันดับ	\bar{X}	S.D.	แปลความ
1. มีการเชื่อมโยงกับแหล่งวัตถุดิบ	2	2.75	1.30	ปานกลาง
2. มีการเชื่อมโยงกับผู้ผลิต	1	2.95	1.23	ปานกลาง
3. มีการรวมกลุ่มกับผู้ขายสินค้าประเภทเดียวกัน	4	2.56	1.14	ปานกลาง
4. ธุรกิจท่านมีโอกาสในการเชื่อมโยงกับกิจการอื่น	3	2.58	1.12	ปานกลาง
	เฉลี่ยรวม	2.70	1.20	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.22 ระดับการเชื่อมโยงหรือรวมกลุ่มและมีมีส่วนร่วมของธุรกิจร้านค้าปลีกโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.70$) และในแต่ละด้านก็อยู่ในระดับปานกลางเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ 1) มีการเชื่อมโยงกับผู้ผลิต ($\bar{X} = 2.95$) 2) มีการเชื่อมโยงกับแหล่งวัตถุดิบ ($\bar{X} = 2.75$) 3) ธุรกิจมีโอกาสในการเชื่อมโยงกับกิจการอื่น ($\bar{X} = 2.58$) และ 4) มีการรวมกลุ่มกับผู้ขายสินค้าประเภทเดียวกัน ($\bar{X} = 2.56$)

ตารางที่ 4.23 จำนวนและร้อยละของผู้เลือกชนิด ยี่ห้อสินค้าเข้าร้าน จำแนกตามภาค

ผู้เลือก	ภาค											
	กรุงเทพและ ปริมณฑล		กลางและ ตะวันออก		เหนือ		ตะวันออก เฉียงเหนือ		ใต้		รวมทุกภาค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของเลือกเอง	63	43.15	68	53.54	52	61.90	58	50.87	50	43.10	291	49.57
ลูกค้านำ	40	27.39	35	27.56	14	16.66	23	20.17	29	25.00	141	24.02
เชลล์แมน/ ผู้ผลิตแนะนำ	38	26.02	24	18.90	18	24.42	31	27.19	34	29.31	145	24.70
อื่นๆ	5	3.44	0	0.00	0	0.00	2	1.77	3	2.59	10	1.71
รวม	146.00	100.00	127	100.00	84	100.00	114	100.00	116	100.00	587	100.00

หมายเหตุ ผู้ตอบ สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.23 แสดงถึงการเลือกสินค้าเข้าร้านของธุรกิจร้านค้าปลีก โดยในทุกเขต
พื้นที่ส่วนใหญ่ เจ้าของกิจการจะเป็นคนเลือกเองมากที่สุด ร้อยละ 49.57

ตารางที่ 4.24 จำนวนและร้อยละของการใช้แหล่งเงินทุน จำแนกตามภาค

ประเภท แหล่งเงินทุน	ภาค											
	กรุงเทพและ ปริมณฑล		กลางและ ตะวันออก		เหนือ		ตะวันออก เฉียงเหนือ		ใต้		รวมทุกภาค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เครดิตทาง การค้า	58	53.21	54	47.37	47	55.95	51	50.49	43	46.73	253	50.60
เครดิตธนาคาร	34	31.19	34	29.82	30	35.71	39	38.61	38	41.30	175	35.00
เครดิตจากญาติ หรือเพื่อน	15	13.76	26	22.81	7	8.34	11	10.90	8	8.69	67	13.40
ทุนตนเอง	2	1.84	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3	3.28	5	1.00
ไม่เคยใช้เครดิต	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม	109	100.00	114	100.00	84	100.00	101	100.00	92	100.00	500	100.00

หมายเหตุ ผู้ตอบ สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.24 แสดงให้เห็นถึงแหล่งเงินทุนของธุรกิจร้านค้าปลีก โดยใช้เครดิตทาง
การค้ามากที่สุด ร้อยละ 50.60 รองลงมา คือ เครดิตธนาคาร ร้อยละ 35.00

4.7 สภาพปัญหาและอุปสรรค ของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ตารางที่ 4.25 จำนวนและร้อยละของปัญหาและอุปสรรค จำแนกตามภาค

รายการ	ภาค											
	กรุงเทพและ ปริมณฑล		กลางและตะวันออก		เหนือ		ตะวันออก เฉียงเหนือ		ใต้		รวมทุกภาค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เงินทุน	23	11.11	29	11.55	14	8.38	30	13.82	32	16.84	128	12.40
2. การบริการ ลูกค้า	9	4.35	18	7.17	5	2.99	17	7.83	8	4.21	57	5.52
3. การจัดวาง สินค้า	16	7.73	15	6.02	12	7.18	22	10.13	15	7.89	80	7.75
4. ต้นทุนสินค้า ที่สูง	51	24.64	44	17.52	35	20.95	43	19.81	37	19.47	210	20.35
5. ความ หลากหลาย ของสินค้า	21	10.14	19	7.56	31	18.56	27	12.44	23	12.10	121	11.72
6. ความรู้เรื่อง การตลาด ค้าปลีก ยังมีน้อย	8	3.86	27	10.75	9	5.38	11	5.06	14	7.36	69	6.69
7. ความทันสมัย /เทคโนโลยี	30	14.49	50	19.92	26	15.56	18	8.29	23	12.10	147	14.24
8. การโฆษณา/ ประชาสัมพันธ์	31	17.97	26	10.35	20	11.97	32	14.79	28	14.73	137	13.28
9. ความเชื่อมั่น ต่อคุณภาพ สินค้าของ ผู้บริโภคมือ เทียบกับ ร้านค้าปลีก สมัยใหม่	18	8.71	23	9.16	15	9.03	17	7.83	10	5.30	83	8.05
รวม	207	100.00	251	100.00	167	100.00	217	100.00	190	100.00	1,032	100.00

หมายเหตุ ผู้ตอบ สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจร้านค้าปลีก โดยร้านค้าปลีกในภาพรวมมีปัญหาและอุปสรรคเรียงตามลำดับดังนี้ คือ เรื่องต้นทุนสินค้าที่สูง คิดเป็นร้อยละ 20.35 เทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 14.24 การโฆษณา / ประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 13.28 เงินทุน คิดเป็นร้อยละ 12.40 ความหลากหลายของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 11.72 ความเชื่อมั่นต่อคุณภาพสินค้าของผู้บริโภคสมัยใหม่กับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ คิดเป็นร้อยละ 8.05 การจัดวางสินค้า คิดเป็นร้อยละ 7.75 ความรู้เรื่องการตลาดค้าปลีกยังมีน้อย คิดเป็นร้อยละ 6.69 และการบริการลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 5.52

4.8 ความต้องการพัฒนาตนเองของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ตารางที่ 4.26 จำนวนและร้อยละของความต้องการพัฒนาตนเอง จำแนกตามภาค

รายการ	ภาค											
	กรุงเทพและ ปริมณฑล		กลางและตะวันออก		เหนือ		ตะวันออก เฉียงเหนือ		ใต้		รวมทุกภาค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เสริมความรู้ ด้านการ บริการ	22	16.42	30	17.44	17	17.17	24	16.66	35	25.00	128	18.16
2. เสริมความรู้ ด้านการ ตลาดค้าปลีก	38	28.36	38	22.09	31	31.31	42	29.16	38	27.14	187	26.54
3. เสริมความรู้ ด้านการจัด การการเงิน	30	22.39	49	28.49	19	19.19	36	25.00	22	15.72	156	22.13
4. เสริมความรู้ ด้านเทคโนโลยี เกี่ยวกับการ การค้าปลีก	44	32.83	55	31.98	32	32.33	40	26.80	45	32.14	216	30.64
5. อื่นๆ	0	0.00	0		0	0.00	2	1.38	0	0.00	18	2.55
รวม	134	100.00		100.00	99	100.00		100.00		100.00	705	100.00

จากตารางที่ 4.26 แสดงจำนวนและร้อยละของความต้องการพัฒนาตนเองในภาพรวม มีความต้องการพัฒนาตนเองในด้านต่างๆ เรียงตามลำดับดังนี้ คือ เสริมความรู้ด้านเทคโนโลยี เกี่ยวกับการค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 30.64 เสริมความรู้ด้านการตลาดค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 26.54 เสริมความรู้ด้านการจัดการการเงิน คิดเป็นร้อยละ 22.13 เสริมความรู้ด้านการบริการ คิดเป็นร้อยละ 18.16 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.55

4.9 ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐ ของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ตารางที่ 4.27 จำนวนและร้อยละของความต้องการให้รัฐบาลช่วยเหลือ จำแนกตามภาค

รายการ	ภาค											
	กรุงเทพและ ปริมณฑล		กลางและตะวันออก		เหนือ		ตะวันออกเฉียงเหนือ		ใต้		รวมทุกภาค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ให้รัฐช่วยเหลือเรื่องเงินทุน	28	13.66	23	9.66	16	13.33	39	16.66	32	17.20	138	13.95
2. จัดอบรมด้านการตลาดค้าปลีก	22	10.73	30	12.60	14	11.66	25	10.68	24	12.90	115	11.63
3. จัดอบรมด้านการเงิน	17	8.29	34	14.29	4	3.33	32	13.67	15	8.06	102	10.31
4. จัดอบรมด้านการบริการ	8	3.90	27	11.35	8	6.66	25	10.68	16	8.60	84	8.49
5. จัดอบรมด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับการค้าปลีก	29	14.15	43	18.07	18	15.00	32	13.67	32	17.20	154	15.57

ตารางที่ 4.27 จำนวนและร้อยละของความต้องการให้รัฐบาลช่วยเหลือ จำแนกตามภาค (ต่อ)

รายการ	ภาค											
	กรุงเทพและ ปริมณฑล		กลางและตะวันออก		เหนือ		ตะวันออก เฉียงเหนือ		ใต้		รวมทุกภาค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
6. ให้รัฐส่งเสริม ด้านโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในร้านค้า ปลีกขนาดเล็ก	48	23.41	31	13.02	23	19.16	35	14.95	29	15.61	166	16.79
7. ให้รัฐช่วย สร้างแรงสนับสนุนทาง กระแส สังคมให้หัน มาสนับสนุน ร้านค้าปลีก ไทย	53	25.28	50	21.01	37	30.86	41	17.56	38	20.43	219	22.15
8. อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5	2.13	0	0.00	11	1.11
รวม	205	100.00	238	100.00	120	100.00	234	100.00	186	100.00	989	100.00

หมายเหตุ ผู้ตอบ สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.27 แสดงจำนวนร้อยละของความต้องการให้รัฐช่วยเหลือจำแนกตามภาค โดยร้านค้าปลีกในภาพรวมมีความต้องการให้รัฐบาลช่วยเหลือในด้านต่างๆ เรียงตามลำดับต่อไปนี้ คือ ให้รัฐช่วยสร้างแรงสนับสนุนทางกระแสสังคมให้หันมาสนับสนุนร้านค้าปลีกไทย คิดเป็นร้อยละ 22.15 ให้รัฐส่งเสริมด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก คิดเป็นร้อยละ 16.79 จัดอบรมด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับการค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 15.57 ช่วยเหลือเรื่องเงินทุน คิดเป็นร้อยละ 13.95 จัดอบรมด้านการตลาดค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 11.63 จัดอบรมด้านการเงิน คิดเป็นร้อยละ 10.31 จัดอบรมด้านการบริการ คิดเป็นร้อยละ 8.49 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.11