

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นกระบวนการวิจัยที่มีการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

- 1) สภาวะการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิมในปัจจุบัน
- 2) โครงสร้างการจัดการที่เปลี่ยนแปลงไปของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม
- 3) จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม ของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม
- 4) การรวมกลุ่มและการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม
- 5) ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม
- 6) ความต้องการพัฒนาตนเองของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม และ
- 7) ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และข้อมูลที่เป็นความเรียงใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วย

- 4.1 ข้อมูลประชากรกลุ่มเป้าหมาย
- 4.2 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ
- 4.3 สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม
- 4.4 โครงสร้างการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม
- 4.5 การรวมกลุ่มและการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม
- 4.6 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภัยคุกคาม ของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม
- 4.7 สภาพปัญหาและอุปสรรค ของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม
- 4.8 ความต้องการพัฒนาตนเอง ของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม
- 4.9 ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐ ของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม

4.1 ข้อมูลประชากรกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (ประชากรกลุ่มเป้าหมาย) จำแนกตามเขตพื้นที่

| กลุ่มตามภาค | จำนวน (ร้านค้า) / ราย | ร้อยละ |
|-----------------------|-----------------------|--------|
| กรุงเทพและปริมณฑล | 80 | 20.00 |
| ภาคกลางและตะวันออก | 80 | 20.00 |
| ภาคเหนือ | 80 | 20.00 |
| ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | 80 | 20.00 |
| ภาคใต้ | 80 | 20.00 |
| รวม | 400 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทุกเขตพื้นที่ จำนวนพื้นที่กลุ่มละ 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ทุกภาค

4.2 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ

ประกอบด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล 11 ตาราง (ตารางที่ 4.2 – 4.12)

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการและภาค

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ภาค | | | | | | | | | | | |
|-----------------|-------------------|--------|-----------------|--------|-------|--------|--------------------|--------|-------|--------|-----------|--------|
| | กรุงเทพและปริมณฑล | | กลางและตะวันออก | | เหนือ | | ตะวันออกเฉียงเหนือ | | ใต้ | | รวมทุกภาค | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| สถานะ | | | | | | | | | | | | |
| เจ้าของร้าน | 70 | 87.50 | 75 | 93.75 | 70 | 87.50 | 74 | 95.50 | 71 | 88.75 | 360 | 90.00 |
| ผู้จัดการร้าน | 7 | 8.75 | 4 | 5.00 | 8 | 10.00 | 5 | 62.50 | 7 | 8.75 | 31 | 7.75 |
| ภัสร์ร้าน | 3 | 3.75 | 1 | 1.25 | 2 | 2.50 | 1 | 37.50 | 2 | 2.50 | 9 | 2.25 |
| รวม | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 400 | 100.00 |
| เพศ | | | | | | | | | | | | |
| ชาย | 39 | 48.75 | 38 | 47.50 | 58 | 72.50 | 50 | 62.50 | 34 | 42.50 | 219 | 54.75 |
| หญิง | 41 | 51.25 | 42 | 52.50 | 22 | 27.50 | 30 | 37.50 | 46 | 57.50 | 181 | 45.25 |
| รวม | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 400 | 100.00 |

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบ
การและภาค (ต่อ)

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ภาค | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------|-----------------------|--------|---------------------|--------|-------|--------|------------------------|--------|-------|--------|-----------|--------|
| | กรุงเทพและ ปริมณฑล | | กลางและ ตะวันออก | | เหนือ | | ตะวันออก เฉียงเหนือ | | ใต้ | | รวมทุกภาค | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| อายุ | | | | | | | | | | | | |
| ไม่เกิน 25 ปี | - | - | - | - | 3 | 3.75 | 3 | 3.75 | 6 | 7.50 | 12 | 3.00 |
| 26 – 35 ปี | 26 | 32.50 | 17 | 21.25 | 15 | 18.75 | 29 | 36.25 | 37 | 46.25 | 124 | 31.00 |
| 36 – 45 ปี | 35 | 43.75 | 37 | 46.25 | 21 | 26.25 | 25 | 31.25 | 20 | 25.00 | 138 | 34.50 |
| 46 – 55 ปี | 16 | 20.00 | 17 | 21.25 | 27 | 33.75 | 18 | 22.50 | 14 | 17.50 | 92 | 23.00 |
| 56 ปีขึ้นไป | 3 | 3.75 | 9 | 11.25 | 14 | 17.50 | 5 | 6.25 | 3 | 3.75 | 34 | 8.50 |
| รวม | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 400 | 100.00 |
| การศึกษา | | | | | | | | | | | | |
| ประถม / มัธยม | 6 | 7.50 | 20 | 25.00 | 18 | 22.50 | 18 | 22.50 | 11 | 13.75 | 73 | 18.25 |
| อนุปริญญา หรือ เทียบเท่า | 5 | 6.25 | 12 | 15.00 | 3 | 3.75 | 12 | 15.00 | 6 | 7.50 | 38 | 9.50 |
| ปริญญาตรี สูงกว่า | 51 | 63.75 | 43 | 53.75 | 52 | 65.00 | 48 | 60.00 | 48 | 60.00 | 242 | 60.50 |
| ปริญญาตรี | 18 | 22.50 | 5 | 6.25 | 7 | 8.75 | 2 | 2.50 | 15 | 18.75 | 47 | 11.75 |
| รวม | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 400 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.2 สถานะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ ร้อยละ 90 เป็นเพศชาย ร้อยละ 54.75 เพศหญิง ร้อยละ 45.25 โดยมีอายุระหว่าง 36-45 ปี มากที่สุด ร้อยละ 34.50 รองลงมาอายุระหว่าง 26-35 ปี ร้อยละ 31.00 และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด ร้อยละ 60.50

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามขนาดร้านค้าและภาค

| ขนาดร้านค้า | ภาค | | | | | | | | | | | |
|--------------|-----------------------|---------------|---------------------|---------------|-----------|---------------|------------------------|---------------|-----------|---------------|------------|---------------|
| | กรุงเทพและ ปริมณฑล | | กลางและ ตะวันออก | | เหนือ | | ตะวันออก เฉียงเหนือ | | ใต้ | | รวมทุกภาค | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| 1 คูหา / แผง | 69 | 86.25 | 62 | 77.50 | 61 | 76.25 | 62 | 77.50 | 70 | 87.50 | 324 | 81.00 |
| 2 คูหา / แผง | 8 | 10.00 | 17 | 21.25 | 15 | 18.75 | 14 | 17.50 | 8 | 10.00 | 62 | 15.50 |
| 3 คูหา / แผง | 2 | 2.50 | - | - | 3 | 3.75 | 1 | 1.25 | - | - | 6 | 1.50 |
| 4 คูหา / แผง | - | - | - | - | - | - | - | - | 2 | 2.50 | 2 | 0.50 |
| อื่นๆ | 1 | 1.25 | 1 | 1.25 | 1 | 1.25 | 3 | 3.75 | - | - | 6 | 1.50 |
| รวม | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 400 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามขนาดร้านค้า ผลปรากฏว่า ร้านค้าปลีกในทุกเขตพื้นที่ส่วนใหญ่มีขนาด 1 คูหา / แผง ร้อยละ 81.00 รองลงมาคือ ขนาด 2 คูหา / แผง ร้อยละ 15.50

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามที่ตั้งของร้านค้าและภาค

| ที่ตั้งของ ร้านค้า | ภาค | | | | | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|---------------|---------------------|---------------|-----------|---------------|------------------------|---------------|-----------|---------------|------------|---------------|
| | กรุงเทพและ ปริมณฑล | | กลางและ ตะวันออก | | เหนือ | | ตะวันออก เฉียงเหนือ | | ใต้ | | รวมทุกภาค | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ใกล้ตลาด | 29 | 36.25 | 35 | 43.75 | 26 | 38.50 | 27 | 33.75 | 24 | 30.00 | 141 | 35.25 |
| ติดถนนใหญ่ | 41 | 51.25 | 34 | 42.50 | 43 | 44.80 | 45 | 56.25 | 49 | 61.25 | 212 | 53.00 |
| ในหมู่บ้าน | 10 | 12.50 | 1 | 1.25 | 1 | 3.20 | 7 | 8.75 | 5 | 6.25 | 24 | 6.00 |
| ในซอย | - | - | 10 | 12.50 | 10 | 13.50 | 1 | 1.25 | 1 | 1.25 | 22 | 5.50 |
| อื่นๆ | - | - | - | - | - | - | - | - | 1 | 1.25 | 1 | 0.25 |
| รวม | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 400 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.4 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานที่ตั้งของร้านอยู่ติดถนนใหญ่ทุกเขตพื้นที่ ร้อยละ 53.00 รองลงมาอยู่ใกล้ตลาด ร้อยละ 35.25

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะของร้านและภาค

| ลักษณะ ของร้าน | ภาค | | | | | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|---------------|---------------------|---------------|-----------|---------------|------------------------|---------------|-----------|---------------|------------|---------------|
| | กรุงเทพและ ปริมณฑล | | กลางและ ตะวันออก | | เหนือ | | ตะวันออก เฉียงเหนือ | | ใต้ | | รวมทุกภาค | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ติดแอร์ ติดกระจก | 59 | 73.75 | 23 | 28.75 | 10 | 12.50 | 14 | 17.50 | 33 | 41.25 | 139 | 34.75 |
| ไม่มีแอร์ เปิดโล่ง | 17 | 21.25 | 35 | 43.75 | 50 | 62.50 | 60 | 75.00 | 35 | 43.75 | 197 | 49.25 |
| ไม่มีแอร์ ติดกระจก | 4 | 5.00 | 22 | 27.50 | 20 | 25.00 | 6 | 7.50 | 12 | 15.00 | 64 | 16.00 |
| รวม | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 400 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.5 แสดงลักษณะของร้านขายยาส่วนใหญ่ไม่มีแอร์ เปิดโล่ง ร้อยละ 49.25 ยกเว้นเขตพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑลที่มีลักษณะร้านติดแอร์ ติดกระจก ร้อยละ 73.75

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่เปิดบริการใน 1 วันและภาค

| เวลาที่เปิด บริการใน 1 วัน | ภาค | | | | | | | | | | | |
|----------------------------------|-----------------------|---------------|---------------------|---------------|-----------|---------------|------------------------|---------------|-----------|---------------|------------|---------------|
| | กรุงเทพและ ปริมณฑล | | กลางและ ตะวันออก | | เหนือ | | ตะวันออก เฉียงเหนือ | | ใต้ | | รวมทุกภาค | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ไม่เกิน 8 ชม. | 9 | 11.25 | 21 | 26.25 | 24 | 30.00 | 11 | 13.75 | 7 | 8.75 | 72 | 18.00 |
| 9-12 ชม. | 55 | 68.75 | 50 | 62.50 | 48 | 60.00 | 60 | 75.00 | 53 | 66.25 | 266 | 66.50 |
| 13-16 ชม. | 16 | 20.00 | 9 | 11.25 | 8 | 10.00 | 9 | 11.25 | 20 | 25.00 | 62 | 15.50 |
| รวม | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 400 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.6 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ข้อมูลการเปิดบริการของร้านค้าอยู่ระหว่าง 9-12 ชั่วโมง มากที่สุด ร้อยละ 66.50 รองลงมาไม่เกิน 8 ชั่วโมง ร้อยละ 18.00

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 | 45 | 56.25 | 41 | 51.25 | 48 | 60.00 | 45 | 56.25 | 33 | 41.25 | 212 | 53.00 |
| 1-3 คน | 35 | 43.75 | 36 | 45.00 | 26 | 32.50 | 33 | 41.25 | 43 | 53.75 | 173 | 43.25 |
| 4-6 คน | - | - | 3 | 3.75 | 3 | 3.75 | 2 | 2.50 | 1 | 1.25 | 9 | 2.25 |
| 7 คนขึ้นไป | - | - | - | - | 3 | 3.75 | - | - | 3 | 3.75 | 6 | 1.50 |
| รวม | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 400 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.7 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในทุกเขตพื้นที่ ไม่มีลูกจ้าง ร้อยละ 53.00 รองลงมา มีลูกจ้าง 1-3 คน ร้อยละ 43.25

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ และภาค

| 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 | 25 | 31.25 | 11 | 13.75 | 14 | 17.50 | 17 | 21.25 | 33 | 41.25 | 100 | 25.00 |
| 4-6 ปี | 26 | 32.50 | 21 | 26.25 | 15 | 18.75 | 20 | 25.00 | 14 | 17.50 | 96 | 24.00 |
| 7-9 ปี | 10 | 12.50 | 23 | 28.75 | 10 | 12.50 | 6 | 7.50 | 5 | 6.25 | 54 | 13.50 |
| 10 ปีขึ้นไป | 19 | 23.75 | 25 | 31.25 | 41 | 51.25 | 37 | 46.25 | 28 | 35.00 | 150 | 37.50 |
| รวม | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 400 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดดำเนินการทุกเขตพื้นที่ มีระยะเวลามากกว่า 10 ปีขึ้นไป ร้อยละ 37.50 รองลงมา มีอายุไม่เกิน 3 ปี ร้อยละ 25.00

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 | 72 | 90.00 | 78 | 97.50 | 72 | 90.00 | 76 | 95.50 | 71 | 88.75 | 369 | 92.25 |
| บริษัทจำกัด | 3 | 3.75 | - | - | - | - | - | - | 1 | 1.25 | 4 | 1.00 |
| ห้างหุ้นส่วน | 5 | 6.25 | - | - | 4 | 5.00 | 4 | 5.00 | 8 | 10.00 | 21 | 5.25 |
| อื่น ๆ | - | - | 1 | 2.50 | 4 | 5.00 | - | - | - | - | 6 | 1.50 |
| รวม | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 400 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.9 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทุกเขตพื้นที่ มีรูปแบบกิจการในลักษณะ
เจ้าของคนเดียวมากที่สุด ร้อยละ 92.25 รองลงมา มีรูปแบบในลักษณะห้างหุ้นส่วน ร้อยละ 5.25

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามหน้าที่หลักที่มีในกิจการและภาค

| หน้าที่ หลักด้าน | ภาค | | | | | | | | | | | |
|----------------------------|-----------------------|--------|---------------------|--------|-------|--------|------------------------|--------|-------|--------|-----------|--------|
| | กรุงเทพและ ปริมณฑล | | กลางและ ตะวันออก | | เหนือ | | ตะวันออก เฉียงเหนือ | | ใต้ | | รวมทุกภาค | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| การตลาด | | | | | | | | | | | | |
| มี | 26 | 32.50 | 22 | 27.50 | 15 | 18.75 | 39 | 48.75 | 36 | 45.00 | 138 | 34.50 |
| ไม่มี | 54 | 67.50 | 58 | 72.50 | 65 | 81.25 | 41 | 51.25 | 44 | 55.00 | 262 | 65.50 |
| รวม | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 400 | 100.00 |
| การเงิน | | | | | | | | | | | | |
| มี | 42 | 52.50 | 46 | 57.50 | 33 | 41.25 | 47 | 58.75 | 49 | 61.25 | 217 | 54.25 |
| ไม่มี | 38 | 47.50 | 34 | 42.50 | 47 | 58.75 | 33 | 41.25 | 31 | 38.75 | 183 | 45.75 |
| รวม | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 400 | 100.00 |
| บริหารงาน บุคคล | | | | | | | | | | | | |
| มี | 20 | 25.00 | 18 | 22.50 | 10 | 12.50 | 20 | 25.00 | 23 | 28.75 | 91 | 22.75 |
| ไม่มี | 60 | 75.00 | 62 | 77.50 | 70 | 87.50 | 60 | 75.00 | 57 | 71.25 | 309 | 77.25 |
| รวม | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 400 | 100.00 |

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามหน้าที่หลักที่มีในกิจการและภาค
(ต่อ)

| หน้าที่หลักด้าน | ภาค | | | | | | | | | | | |
|-----------------|-------------------|--------|-----------------|--------|-------|--------|--------------------|--------|-------|--------|-----------|--------|
| | กรุงเทพและปริมณฑล | | กลางและตะวันออก | | เหนือ | | ตะวันออกเฉียงเหนือ | | ใต้ | | รวมทุกภาค | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| การผลิต | | | | | | | | | | | | |
| มี | 4 | 5.00 | 6 | 7.50 | 4 | 5.00 | 4 | 5.00 | 6 | 7.50 | 54 | 6.00 |
| ไม่มี | 76 | 95.00 | 74 | 92.50 | 76 | 95.00 | 76 | 95.00 | 74 | 92.50 | 376 | 94.00 |
| รวม | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 400 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.10 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จำแนกตามหน้าที่หลัก ดังนี้ ด้านการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทุกเขตพื้นที่ ไม่มีหน้าที่ในด้านนี้ ร้อยละ 65.50 ด้านการเงิน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีหน้าที่ ร้อยละ 54.25 ด้านบริหารงานบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีหน้าที่ ร้อยละ 77.25 และด้านการผลิต ผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีหน้าที่ ร้อยละ 94.00

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 |
| เจ้าของ บริหารเอง | 74 | 92.50 | 79 | 98.75 | 77 | 96.25 | 79 | 98.75 | 75 | 93.75 | 384 | 96.00 |
| มีผู้จัดการ | 6 | 7.50 | 1 | 1.25 | 3 | 3.75 | 1 | 1.25 | 5 | 6.25 | 16 | 4.00 |
| รวม | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 400 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.11 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในทุกเขตพื้นที่ มีเจ้าของบริหารเองมากที่สุดจำนวน 384 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 96.00 มีผู้จัดการบริหารงานจำนวน 16 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 4.00

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 | 8 | 10.00 | 17 | 21.25 | 13 | 16.25 | 12 | 15.00 | 11 | 13.75 | 61 | 15.25 |
| 1,001 - 3,000 บาท /วัน | 29 | 36.25 | 36 | 45.00 | 44 | 55.00 | 44 | 55.00 | 30 | 37.50 | 183 | 45.75 |
| 3,001 - 5,000 บาท /วัน | 28 | 35.00 | 18 | 22.50 | 8 | 10.00 | 16 | 20.00 | 18 | 22.50 | 88 | 22.00 |
| 5,001 - 7,000 บาท /วัน | 5 | 6.25 | 8 | 10.00 | 6 | 7.50 | 1 | 1.30 | 5 | 6.25 | 25 | 6.25 |
| 7,001 - 9,000 บาท /วัน | 5 | 6.25 | - | - | 5 | 6.25 | 1 | 1.30 | 7 | 8.75 | 18 | 4.50 |
| มากกว่า 9,000 บาท /วัน | 5 | 6.25 | 1 | 1.25 | 4 | 5.00 | 6 | 7.50 | 9 | 11.25 | 25 | 6.25 |
| รวม | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 400 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.12 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มียอดขายต่อวันระหว่าง 1,001-3,000 บาท ร้อยละ 45.75 รองลงมาระหว่าง 3,001-5,000 บาท ร้อยละ 22.00

คิดเฉลี่ยส่วนใหญ่ประมาณการยอดขาย

$$(500 \times 61 + 2,000 \times 183 + 4,000 \times 88 + 6,000 \times 25 + 8,000 \times 18 + 10,000 \times 25) / 400 = 3231.25 \text{ บาท}$$

4.3 สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม

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 | 20 | 25.00 | 27 | 33.75 | 20 | 25.00 | 27 | 33.75 | 19 | 23.75 | 113 | 28.25 |
| เพิ่มขึ้น | | | | | | | | | | | | |
| - ไม่เกินร้อยละ 5 | 16 | 20.00 | 20 | 25.00 | 6 | 7.50 | 15 | 18.75 | 12 | 15.00 | 69 | 17.25 |
| - ร้อยละ 6-10 | 8 | 10.00 | 5 | 6.25 | 1 | 1.25 | 8 | 10.00 | 10 | 12.50 | 32 | 8.00 |
| - ร้อยละ 10-15 | 5 | 6.25 | 9 | 11.25 | - | - | 1 | 1.25 | 6 | 7.50 | 21 | 5.25 |
| - ร้อยละ 15-20 | 2 | 2.50 | - | - | 2 | 2.50 | - | - | 1 | 1.25 | 5 | 1.25 |
| - มากกว่าร้อยละ 20 | - | - | 2 | 2.50 | - | - | - | - | 3 | 3.75 | 5 | 1.25 |
| รวม | 31 | 38.75 | 36 | 45.00 | 9 | 11.25 | 24 | 30.00 | 32 | 40.00 | 132 | 33.00 |
| ลดลง | | | | | | | | | | | | |
| - ไม่เกินร้อยละ 5 | 9 | 11.25 | 15 | 18.75 | 17 | 21.25 | 6 | 7.50 | 10 | 12.50 | 57 | 14.25 |
| - ร้อยละ 6-10 | 5 | 6.25 | - | - | 12 | 15.00 | 6 | 7.50 | 5 | 6.25 | 28 | 7.00 |
| - ร้อยละ 10-15 | 4 | 5.00 | 1 | 1.25 | 14 | 17.50 | 3 | 3.75 | 4 | 5.00 | 26 | 6.50 |
| - ร้อยละ 15-20 | 3 | 3.75 | - | - | 4 | 5.00 | 7 | 8.75 | 6 | 7.50 | 20 | 5.00 |
| - มากกว่าร้อยละ 20 | 8 | 10.00 | 1 | 1.25 | 4 | 5.00 | 7 | 8.75 | 4 | 5.00 | 24 | 6.00 |
| รวม | 29 | 36.25 | 17 | 21.25 | 51 | 63.75 | 29 | 36.25 | 29 | 36.25 | 155 | 38.75 |
| รวมทั้งสิ้น | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 400 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.13 ยอดขายของธุรกิจร้านขายยา มีทิศทางลดลงร้อยละ 38.75 และมีทิศทางเพิ่มขึ้นร้อยละ 33.00 และ มีการเปลี่ยนแปลงไม่เกินร้อยละ 5

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 | 18 | 22.50 | 28 | 35.00 | 17 | 21.25 | 22 | 27.50 | 21 | 26.25 | 106 | 26.50 |
| เพิ่มขึ้น | | | | | | | | | | | | |
| - ไม่เกินร้อยละ 5 | 15 | 18.75 | 24 | 30.00 | 2 | 2.50 | 18 | 22.50 | 17 | 21.25 | 76 | 19.00 |
| - ร้อยละ 6-10 | 6 | 7.50 | 2 | 2.50 | 4 | 5.00 | 9 | 11.25 | 6 | 7.50 | 27 | 6.75 |
| - ร้อยละ 10-15 | 5 | 6.25 | 3 | 3.75 | - | - | - | - | 2 | 2.50 | 10 | 2.50 |
| - ร้อยละ 15-20 | 1 | 1.25 | 2 | 2.50 | - | - | - | - | 1 | 1.25 | 4 | 1.00 |
| - มากกว่าร้อยละ 20 | - | - | - | - | - | - | - | - | 4 | 5.00 | 4 | 1.00 |
| รวม | 27 | 33.75 | 31 | 38.75 | 6 | 7.50 | 27 | 33.75 | 30 | 37.50 | 121 | 30.25 |
| ลดลง | | | | | | | | | | | | |
| - ไม่เกินร้อยละ 5 | 11 | 13.75 | 19 | 23.75 | 17 | 21.25 | 4 | 5.00 | 9 | 11.25 | 60 | 15.00 |
| - ร้อยละ 6-10 | 5 | 6.25 | 2 | 2.50 | 17 | 21.25 | 11 | 13.75 | 7 | 8.75 | 42 | 10.50 |
| - ร้อยละ 10-15 | 7 | 8.75 | - | - | 10 | 12.50 | 7 | 8.75 | 6 | 7.50 | 30 | 7.50 |
| - ร้อยละ 15-20 | 4 | 5.00 | - | - | 8 | 10.00 | 5 | 6.25 | 1 | 1.25 | 18 | 4.50 |
| - มากกว่าร้อยละ 20 | 8 | 10.00 | - | - | 5 | 6.25 | 4 | 5.00 | 6 | 7.50 | 23 | 5.75 |
| รวม | 35 | 43.75 | 21 | 26.25 | 57 | 71.25 | 31 | 38.75 | 29 | 36.25 | 173 | 43.25 |
| รวมทั้งสิ้น | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 80 | 100.00 | 400 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.14 ผลกำไรของธุรกิจร้านขายยามีทิศทางลดลงมากที่สุดร้อยละ 43.25 อัตราการเปลี่ยนแปลงไม่เกินร้อยละ 5 และมีทิศทางเพิ่มขึ้นรองลงมาร้อยละ 30.25 อัตราการเปลี่ยนแปลงไม่เกินร้อยละ 5

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์ในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา
จำแนกตามภาค

| การเปลี่ยนแปลงของกำไร | ภาค | | | | | | |
|-----------------------|-------------------|-----------------|-------|--------------------|-------|-----------|--------|
| | กรุงเทพและปริมณฑล | กลางและตะวันออก | เหนือ | ตะวันออกเฉียงเหนือ | ใต้ | รวมทุกภาค | |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | ร้อยละ |
| คงเดิม | 18 | 28 | 17 | 22 | 21 | 106 | 37.06 |
| เพิ่มขึ้น | | | | | | | |
| - ไม่เกินร้อยละ 5 | 16 | 12 | 9 | 23 | 15 | 75 | 26.22 |
| - ร้อยละ 6-10 | 5 | - | 6 | 7 | 5 | 23 | 8.04 |
| - ร้อยละ 10-15 | 3 | 3 | 3 | - | 3 | 12 | 4.20 |
| - ร้อยละ 15-20 | - | - | - | - | 3 | 3 | 1.05 |
| - มากกว่าร้อยละ 20 | - | - | - | - | 1 | 1 | 0.35 |
| รวม | 24 | 15 | 18 | 30 | 27 | 114 | 39.86 |
| ลดลง | | | | | | | |
| - ไม่เกินร้อยละ 5 | 4 | 1 | 10 | 1 | 11 | 27 | 9.44 |
| - ร้อยละ 6-10 | 2 | 1 | 3 | - | 4 | 10 | 3.50 |
| - ร้อยละ 10-15 | 3 | - | 4 | 4 | 2 | 13 | 4.55 |
| - ร้อยละ 15-20 | 2 | - | - | 4 | - | 6 | 2.10 |
| - มากกว่าร้อยละ 20 | 3 | - | - | 3 | 4 | 10 | 3.50 |
| รวม | 14 | 2 | 17 | 12 | 21 | 66 | 23.08 |
| รวมทั้งสิ้น | 56 | 45 | 52 | 64 | 69 | 286 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.15 สินทรัพย์ของธุรกิจร้านขายยา มีทิศทางเพิ่มขึ้นร้อยละ 39.86 และมีอัตราการเปลี่ยนแปลงไม่เกินร้อยละ 5 จำนวน 75 ราย จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 286 ราย

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการถูกระทบจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบันในภาพรวมทุกภาค

| สภาพแวดล้อม | ระดับการถูกระทบจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป | | |
|--|---|------|---------|
| | \bar{X} | S.D. | แปลความ |
| 1. ด้านต้นทุนการซื้อสินค้าเข้าร้าน | 3.36 | 0.95 | ปานกลาง |
| 2. ด้านการตลาด | 3.35 | 1.07 | ปานกลาง |
| 3. ความหลากหลายของสินค้า | 3.22 | 1.01 | ปานกลาง |
| 4. ความทันสมัยของร้านค้า | 3.06 | 1.10 | ปานกลาง |
| 5. การมีสายป่านเงินทุนที่ยาว | 2.95 | 1.15 | ปานกลาง |
| 6. ความสะดวกของทำเลที่ตั้ง | 2.81 | 1.13 | ปานกลาง |
| 7. การยึดครองใจผู้บริโภค | 2.79 | 1.10 | ปานกลาง |
| 8. ความเป็นมืออาชีพ | 2.78 | 1.15 | ปานกลาง |
| 9. ด้านภาพลักษณ์ (Brand Image) | 2.77 | 1.11 | ปานกลาง |
| 10. ด้านการนำระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยในการบริหารร้านค้า | 2.75 | 1.15 | ปานกลาง |
| รวม | 2.98 | 1.15 | ปานกลาง |

จากตารางที่ 4.16 โดยภาพรวมของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิมที่ถูกกระทบจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 2.98) ในด้านต้นทุนการซื้อสินค้าเข้าร้านมีผลกระทบมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 3.36) รองลงมาคือด้านการตลาด (ค่าเฉลี่ย = 3.35) และความหลากหลายของสินค้า (ค่าเฉลี่ย = 3.22)

4.4 โครงสร้างการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการปรับตัวและพัฒนาธุรกิจในปัจจุบันในภาพรวมทุกภาค

| รายการ | ระดับการปรับตัวและพัฒนา | | |
|---------------------------|-------------------------|------|---------|
| | \bar{X} | S.D. | แปลความ |
| 1. การบริหารการตลาด | 3.04 | 1.01 | ปานกลาง |
| 2. การบริหารการเงิน | 3.14 | 0.91 | ปานกลาง |
| 3. การบริหารบุคคล | 2.59 | 1.10 | ปานกลาง |
| 4. การดำเนินงานทั่วไป | 2.89 | 0.93 | ปานกลาง |
| 5. การจัดการข้อมูลข่าวสาร | 2.90 | 1.05 | ปานกลาง |
| รวม | 2.91 | 1.01 | ปานกลาง |

จากตารางที่ 4.17 ภาพรวมธุรกิจร้านขายยาค้าปลีก มีการปรับตัวและพัฒนาธุรกิจในภาพรวมทุกภาคในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 2.91) ระดับการเปลี่ยนแปลง 3 อันดับแรก ประกอบด้วยการบริหารการเงิน, การบริหารการเงิน และการจัดการข้อมูลข่าวสาร

การปรับตัวในด้านอื่นๆ จากคำถามปลายเปิด พบว่า ธุรกิจร้านขายยาค้าปลีกส่วนมากอยู่ในการประคับประคอง โดยอาศัยเงินทุนทรัพย์สินเดิมมาใช้ในการทำธุรกิจด้านอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับร้านขายยา นำมาเป็นรายได้หลักและรายได้เสริม โครงสร้างที่เปลี่ยนแปลงที่สำคัญคือจากการเป็นธุรกิจหลักเปลี่ยนมาเป็นธุรกิจรอง และมีแนวโน้มที่จะปิดตัวลงหรือผันตัวไปทำธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องเช่น เว็บบอร์ด ธุรกิจเกี่ยวกับสุขภาพ และความสวยงาม

4.5 การรวมกลุ่มและการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม

ประกอบด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล 3 ตาราง (ตารางที่ 4.18 – 4.20)

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเชื่อมโยงหรือรวมกลุ่ม และมีส่วนร่วมในภาพรวมทุกภาค

| รายการ เชื่อมโยง / รวมกลุ่ม | ระดับของการเชื่อมโยง / รวมกลุ่ม / มีส่วนร่วม | | | |
|---|--|-----------|------|---------|
| | อันดับ | \bar{X} | S.D. | แปลความ |
| 1. มีการเชื่อมโยงกับแหล่งวัตถุดิบ | 3 | 2.40 | 1.18 | น้อย |
| 2. มีการเชื่อมโยงกับผู้ผลิต | 1 | 2.78 | 1.14 | ปานกลาง |
| 3. มีการรวมกลุ่มกับผู้ขายสินค้าประเภทเดียวกัน | 2 | 2.62 | 1.15 | ปานกลาง |
| 4. ธุรกิจท่านมีโอกาสในการเชื่อมโยงกับกิจการอื่น | 4 | 2.37 | 1.03 | น้อย |
| รวม | | 2.54 | 1.18 | ปานกลาง |

จากตารางที่ 4.18 ระดับการเชื่อมโยงหรือรวมกลุ่มและมีมีส่วนร่วมของธุรกิจร้านขายยาค้าปลีกโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 2.54) มีการเชื่อมโยงกับผู้ผลิตในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 2.78) มีการรวมกลุ่มกับผู้ขายสินค้าประเภทเดียวกันในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 2.62) มีการเชื่อมโยงกับแหล่งวัตถุดิบในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย = 2.40) และธุรกิจมีโอกาสในการเชื่อมโยงกับกิจการอื่นน้อย (ค่าเฉลี่ย = 2.37)

ตารางที่ 4.19 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 | 78 | 50.32 | 79 | 55.63 | 77 | 58.77 | 78 | 50.00 | 73 | 54.07 | 385 | 53.55 |
| ลูกค้านำ | 39 | 25.16 | 29 | 20.42 | 19 | 14.50 | 36 | 23.07 | 29 | 21.48 | 152 | 21.14 |
| เซลส์แมน/ ผู้ผลิตแนะนำ | 33 | 21.29 | 31 | 21.83 | 31 | 23.66 | 36 | 23.07 | 28 | 20.74 | 159 | 22.11 |
| อื่น ๆ | 5 | 3.23 | 3 | 2.12 | 4 | 3.07 | 6 | 3.86 | 5 | 3.71 | 23 | 3.20 |
| รวม | 155 | 100.00 | 142 | 100.00 | 131 | 100.00 | 156 | 100.00 | 135 | 100.00 | 719 | 100.00 |

หมายเหตุ ผู้ตอบ สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.19 แสดงถึงการเลือกสินค้าเข้าร้านของธุรกิจร้านขายยาค้าปลีก โดยในทุกเขตพื้นที่ส่วนใหญ่ เจ้าของกิจการจะเป็นคนเลือกเองมากที่สุด ร้อยละ 53.55

ตารางที่ 4.20 จำนวนและร้อยละของการใช้แหล่งเงินทุน จำแนกตามภาค

| ประเภทแหล่งเงินทุน | ภาค | | | | | | | | | | | |
|-------------------------|-------------------|---------------|-----------------|---------------|------------|---------------|--------------------|---------------|------------|---------------|------------|---------------|
| | กรุงเทพและปริมณฑล | | กลางและตะวันออก | | เหนือ | | ตะวันออกเฉียงเหนือ | | ใต้ | | รวมทุกภาค | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| เครดิตทางการค้า | 70 | 61.40 | 66 | 62.26 | 76 | 60.80 | 62 | 58.49 | 63 | 57.80 | 337 | 60.18 |
| เครดิตธนาคาร | 29 | 25.44 | 21 | 19.81 | 32 | 25.60 | 33 | 31.13 | 29 | 26.61 | 144 | 25.71 |
| เครดิตจากญาติหรือเพื่อน | 15 | 13.16 | 19 | 17.93 | 16 | 12.80 | 11 | 10.38 | 11 | 10.09 | 72 | 12.86 |
| ทุนตนเอง | - | - | - | - | - | - | - | - | 4 | 3.67 | 4 | 0.71 |
| ไม่เคยใช้เครดิต | - | - | - | - | 1 | 0.80 | - | - | 2 | 1.83 | 3 | 0.54 |
| รวม | 114 | 100.00 | 106 | 100.00 | 125 | 100.00 | 106 | 100.00 | 109 | 100.00 | 560 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.20 แสดงให้เห็นถึงแหล่งเงินทุนของธุรกิจร้านขายยาค้าปลีก โดยใช้เครดิตทางการค้ามากที่สุด ร้อยละ 60.18 รองลงมา คือ เครดิตธนาคาร ร้อยละ 25.71

4.6 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภัยคุกคามของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม

ประกอบด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล 2 ตาราง (ตารางที่ 4.21 – 4.24)

ตารางที่ 4.21 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 | 1.57 | ปานกลาง |

จากตารางที่ 4.21 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมของธุรกิจร้านขายยาค้าปลีก ปัจจุบันที่จัดเป็นจุดแข็ง ในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.29$) และมีปัจจัยที่เป็นจุดแข็งในระดับมาก 5 รายการเรียงตามลำดับประกอบด้วย 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 4.22 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 |
| รวม | 3.13 | 1.55 | ปานกลาง |

จากตารางที่ 4.22 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมของธุรกิจร้านขายยาค้าปลีก 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 4.23 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 |
| รวม | 3.37 | 1.74 | ปานกลาง |

จากตารางที่ 4.23 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมของธุรกิจร้านขายยาค้าปลีก 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 4.24 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 |
| รวม | 3.45 | 1.65 | ปานกลาง |

จากตารางที่ 4.24 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมของธุรกิจร้านขายยาค้าปลีก 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 ($\bar{X}=4.03$)

4.7 สภาพปัญหาและอุปสรรค ของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม

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 | 32 | 11.76 | 28 | 10.45 | 28 | 12.84 | 34 | 12.98 | 27 | 11.11 | 149 | 11.80 |
| 2.การบริการลูกค้า | 10 | 3.68 | 10 | 3.73 | 14 | 6.42 | 12 | 4.58 | 17 | 7.00 | 63 | 4.99 |
| 3.การจัดวางสินค้า | 17 | 6.25 | 13 | 4.85 | 22 | 10.09 | 23 | 8.78 | 14 | 5.76 | 89 | 7.05 |
| 4.ต้นทุนสินค้าที่สูง | 54 | 19.85 | 70 | 26.12 | 23 | 10.55 | 56 | 21.37 | 50 | 20.58 | 253 | 20.03 |
| 5.ความหลากหลาย ของสินค้า | 47 | 17.28 | 22 | 8.21 | 51 | 23.39 | 48 | 18.32 | 47 | 19.34 | 215 | 17.02 |
| 6.ความรู้เรื่องการ ตลาดค้าปลีกยังมี น้อย | 12 | 4.41 | 46 | 17.16 | 19 | 8.72 | 17 | 6.49 | 17 | 7.00 | 111 | 8.79 |
| 7.ความทันสมัย/ เทคโนโลยี | 29 | 10.66 | 38 | 14.18 | 28 | 12.84 | 25 | 9.54 | 26 | 10.70 | 146 | 11.56 |
| 8.การโฆษณา/ ประชาสัมพันธ์ | 42 | 15.44 | 12 | 4.48 | 21 | 9.63 | 28 | 10.69 | 29 | 11.93 | 132 | 10.45 |
| 9.ความเชื่อมั่นต่อ คุณภาพสินค้าของ ผู้ประกอบการเมื่อเทียบกับ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ | 29 | 10.67 | 29 | 10.82 | 12 | 5.52 | 19 | 7.25 | 16 | 6.58 | 105 | 8.31 |
| รวม | 272 | | 268 | | 218 | | 262 | | 243 | | 1,263 | |

จากตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจร้านขายยา
ค้าปลีก โดยร้านขายยาในภาพรวมมีปัญหาและอุปสรรคเรียงตามลำดับดังนี้ คือ เรื่องต้นทุนสินค้า
ที่สูง คิดเป็นร้อยละ 20.03 ความหลากหลายของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 17.02 เงินทุน คิดเป็นร้อย
ละ 11.80 ความทันสมัย/เทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 11.56 การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ คิดเป็น
ร้อยละ 10.45 ความรู้เรื่องการตลาดค้าปลีกยังมีน้อย คิดเป็นร้อยละ 8.79 ความเชื่อมั่นต่อ
คุณภาพสินค้าของผู้ประกอบการสมัยใหม่กับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ คิดเป็นร้อยละ 8.31 การจัดวางสินค้า
คิดเป็นร้อยละ 7.05 และการบริการลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 4.99

4.8 ความต้องการพัฒนาตนเอง ของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม

ตารางที่ 4.26 จำนวนและร้อยละของความต้องการพัฒนาตนเอง จำแนกตามภาค

| รายการ | ภาค | | | | | | | | | | | |
|--|-----------------------|---------------|---------------------|---------------|------------|---------------|------------------------|---------------|------------|---------------|------------|---------------|
| | กรุงเทพและ ปริมณฑล | | กลางและ ตะวันออก | | เหนือ | | ตะวันออก เฉียงเหนือ | | ใต้ | | รวมทุกภาค | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| 1.เสริมความรู้ด้าน การบริการ | 35 | 20.59 | 17 | 9.55 | 34 | 26.36 | 36 | 16.67 | 50 | 24.51 | 172 | 19.18 |
| 2.เสริมความรู้ด้าน การตลาดค้าปลีก | 38 | 22.35 | 52 | 29.21 | 12 | 9.30 | 57 | 26.39 | 54 | 26.47 | 213 | 23.75 |
| 3.เสริมความรู้ด้าน การจัดการการเงิน | 36 | 21.18 | 43 | 24.16 | 24 | 18.60 | 56 | 25.93 | 44 | 21.57 | 203 | 22.63 |
| 4.เสริมความรู้ด้าน เทคโนโลยีเกี่ยวกับ การค้าปลีก | 60 | 35.29 | 65 | 36.52 | 49 | 37.98 | 65 | 30.09 | 53 | 25.98 | 292 | 32.55 |
| 5.อื่นๆ | 1 | 0.59 | 1 | 0.56 | 10 | 7.76 | 2 | 0.92 | 3 | 1.47 | 17 | 1.89 |
| รวม | 170 | 100.00 | 178 | 100.00 | 129 | 100.00 | 216 | 100.00 | 204 | 100.00 | 897 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนและร้อยละของความต้องการพัฒนาตนเองในภาพรวมมีความต้องการพัฒนาตนเองในด้านต่างๆ เรียงตามลำดับดังนี้ คือ เสริมความรู้ด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับการค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 32.55 เสริมความรู้ด้านการตลาดค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 23.75 เสริมความรู้ด้านการจัดการการเงิน คิดเป็นร้อยละ 22.63 เสริมความรู้ด้านการบริการ คิดเป็นร้อยละ 19.18 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.89

4.9 ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐ ของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม

ตารางที่ 4.27 จำนวนและร้อยละของความต้องการให้รัฐบาลช่วยเหลือ จำแนกตามภาค

| รายการ | ภาค | | | | | | | | | | | |
|---|-----------------------|---------------|-----------------|---------------|------------|---------------|------------------------|---------------|------------|---------------|--------------|---------------|
| | กรุงเทพและ ปริมณฑล | | กลางและตะวันออก | | เหนือ | | ตะวันออก เฉียงเหนือ | | ใต้ | | รวมทุกภาค | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| 1.ให้รัฐช่วยเหลือ เรื่องเงินทุน | 36 | 13.95 | 25 | 9.92 | 31 | 14.69 | 26 | 9.22 | 34 | 13.28 | 152 | 12.07 |
| 2.จัดอบรมด้าน การตลาดค้าปลีก | 27 | 10.47 | 49 | 19.44 | 35 | 16.59 | 42 | 14.89 | 39 | 15.23 | 192 | 15.25 |
| 3.จัดอบรมด้าน การเงิน | 26 | 10.08 | 26 | 10.32 | 12 | 5.69 | 41 | 14.54 | 30 | 11.72 | 135 | 10.72 |
| 4.จัดอบรมด้าน การบริการ | 18 | 6.98 | 16 | 6.35 | 18 | 8.53 | 39 | 13.83 | 27 | 10.55 | 118 | 9.37 |
| 5.จัดอบรมด้าน เทคโนโลยีเกี่ยวกับ การค้าปลีก | 31 | 12.02 | 45 | 17.86 | 25 | 11.85 | 45 | 15.96 | 27 | 10.55 | 173 | 13.74 |
| 6.ให้รัฐส่งเสริมด้าน โฆษณาประชาสัมพันธ์ ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก | 57 | 22.09 | 30 | 11.90 | 40 | 18.96 | 41 | 14.54 | 47 | 18.36 | 215 | 17.08 |
| 7.ให้รัฐช่วยสร้างแรง สนับสนุนทาง กระแสสังคมให้ หันมาสนับสนุน ร้านค้าปลีกไทย | 60 | 23.26 | 61 | 24.21 | 45 | 21.33 | 46 | 16.31 | 48 | 18.75 | 260 | 20.65 |
| 8.อื่นๆ | 3 | 1.15 | - | - | 5 | 2.36 | 2 | 0.71 | 4 | 1.56 | 14 | 1.12 |
| รวม | 258 | 100.00 | 252 | 100.00 | 211 | 100.00 | 282 | 100.00 | 256 | 100.00 | 1,259 | 100.00 |

หมายเหตุ ผู้ตอบ สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.27 แสดงจำนวนร้อยละของความต้องการให้รัฐช่วยเหลือจำแนกตามภาค โดยร้านขายยาในภาพรวมมีความต้องการให้รัฐบาลช่วยเหลือในด้านต่างๆ เรียงตามลำดับต่อไปนี้ คือ ให้รัฐช่วยสร้างแรงสนับสนุนทางกระแสสังคมให้หันมาสนับสนุนร้านค้าปลีกไทย คิดเป็นร้อยละ 20.65 ให้รัฐส่งเสริมด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก คิดเป็นร้อยละ 17.08 จัดอบรมด้านการตลาดค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 15.25 จัดอบรมด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับการค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 13.74 ช่วยเหลือเรื่องเงินทุน คิดเป็นร้อยละ 12.07 จัดอบรมด้านการเงิน คิดเป็นร้อยละ 10.72 จัดอบรมด้านการบริการ คิดเป็นร้อยละ 9.37 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.12

ข้อมูลอื่นๆ เกี่ยวกับการค้าของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม

(เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการสรุปผลการวิจัย)

1) สินค้าที่ขายดีที่สุดในร้านในภาพรวมทั้งประเทศ

ตารางที่ 4.28 จำนวนและร้อยละของสินค้าที่ขายดีที่สุดในร้านค้าปลีกประเภทร้านขายยาใน

| รายการ | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------------|------------|---------------|
| 1. ยาบรรเทาปวด เช่น พาราเซตามอล | 99 | 24.75 |
| 2. ยาแก้ไอ | 47 | 11.75 |
| 3. ยาคุมกำเนิด ถุงยางอนามัย | 45 | 11.25 |
| 4. ยาแก้ท้องเสีย | 37 | 9.25 |
| 5. ยาต้ม | 32 | 8.00 |
| 6. ยาสามัญประจำบ้าน | 30 | 7.50 |
| 7. ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ | 18 | 4.50 |
| 8. ยาแก้ไอ | 14 | 3.50 |
| 9. ยารักษาไข้หวัด วิตามินซี | 14 | 3.50 |
| 10. ยาบำรุงร่างกายต่างๆ เช่น วิตามิน | 10 | 2.50 |
| 11. ยาจัดตามอาการคนไข้โดยเภสัชกร | 8 | 2.00 |
| 12. ยาบรรเทาอาการอักเสบของกล้ามเนื้อ | 6 | 1.50 |
| 13. อาหารเสริมเพื่อลดน้ำหนัก | 6 | 1.50 |
| 14. ยาชุด | 4 | 1.00 |
| 15. ยาลดความอ้วน | 4 | 1.00 |
| 16. ยาแผนโบราณ | 4 | 1.00 |
| 17. ยาแก้ท้องเสีย | 4 | 1.00 |
| 18. พลาสเตอร์ปิดแผล | 2 | 0.50 |
| 19. ยาหม่อง | 2 | 0.50 |
| 20. ยาระบาย | 2 | 0.50 |
| 21. ยาบำรุงสตรี | 2 | 0.50 |
| 22. ครีมลดรอยแผลเป็น | 2 | 0.50 |
| 23. อุปกรณ์การแพทย์ | 2 | 0.50 |
| 24. ยารักษาความดันสูง | 1 | 0.25 |
| 25. ยาลดไข้เด็ก | 1 | 0.25 |
| 26. ทันใจ | 1 | 0.25 |
| 27. กล้วยไฟซ์ต่างๆ | 1 | 0.25 |
| 28. วิตามินสำหรับสุนัข | 1 | 0.25 |
| 29. ยาแก้โรคปวดข้อ | 1 | 0.25 |
| รวม | 400 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.28 แสดงจำนวนและร้อยละของสินค้าที่ขายดีที่สุดจากร้านค้าปลีกประเภทร้านขายยาในภาพรวมทุกภาค เรียงตามลำดับดังนี้ คือ ยาบรรเทาปวด เช่น พาราเซตามอล คิดเป็นร้อยละ 24.75 ยาแก้ไอ คิดเป็นร้อยละ 11.75 ยาคุมกำเนิด / ถุงยางอนามัย คิดเป็นร้อยละ 11.25 ส่วนยารักษาความดันสูง ยาลดไข้เด็ก ทันใจ ภูมิแพ้ต่างๆ วิตามินสำหรับสุนัข ยาแก้โรคปวดข้อ คิดเป็นร้อยละ 0.25

2) ปัจจัยอื่นๆ ที่กระทบต่อร้านค้าปลีกประเภทร้านขายยาแบบดั้งเดิม

1. นโยบายรัฐบาลที่ช่วยเหลือผู้ป่วยในโครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค
2. ร้านขายยาสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นมากมาย (เช่น ร้านที่อยู่ในห้างเพิ่มมากขึ้น)
3. การแข่งขันการลดราคาสินค้า
4. การเพิ่มขึ้นของต้นทุนสินค้า
5. การตั้งร้านค้าควรมีการจำกัดจำนวนให้เหมาะสมตามบริเวณนั้นๆ
6. ผู้ขายที่รู้เรื่องยาและมีคุณธรรม มีข้อมูลเกี่ยวกับยาที่ถูกต้อง
7. ข้อกำหนดที่ต้องมีเภสัชกรประจำร้าน
8. กฎจราจรทำให้จอดรถลำบาก

3) ปัจจัยอื่นๆ ของการปรับตัว และพัฒนาธุรกิจร้านค้าปลีกประเภทร้านขายยา

1. การปรับปรุงร้านใหม่ให้สะอาด สะดวกสบายมากขึ้น
2. ความร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐทำกิจกรรมต่างๆ
3. การจัดชั้นสินค้าใหม่ตามกลุ่มลูกค้า

4) กิจการที่เชื่อมโยงตามประเภทธุรกิจ

1. บริษัทผู้ผลิตยา
2. ร้านขายยาด้วยตนเอง
3. คลินิก / โรงพยาบาล
4. ร้านค้าปลีกทั่วไป
5. ธุรกิจอาหารเสริม
6. ผู้ผลิตวัตถุดิบ
7. ร้านค้าประเภทขายส่ง
8. ร้านขายยาสมุนไพร
9. หน่วยงานราชการ
10. ผู้ประกอบการ
11. สถานพยาบาล

12. บริษัทตัวแทนขายสินค้า
13. ร้านสปา
14. ผู้ผลิตสินค้าแนวเพื่อสุขภาพ

