



บทที่ ๖

วิเคราะห์ข้อมูลส่วนของร้านค้าปลีกและสรุป

ผลจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน ๑๐๐ ชุด ได้รับคืนทั้งหมด ๑๐๐ ชุด เมื่อตรวจสอบดูแล้วปรากฏว่ามีแบบสอบถามที่สมบูรณ์สามารถนำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้ ๙๖ ชุด คิดเป็นร้อยละ ๙๖ ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด ซึ่งคาดว่าข้อมูลที่ได้มาครั้งนี้มีจำนวนพอที่จะทำให้เชื่อได้ว่าข้อมูลนี้สามารถนำมาพิจารณาใช้เป็นตัวแทนของประชากรร้านค้าปลีกทั้งหมดได้พอสมควร

ผลของการวิจัย และวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้พอสรุปได้ดังนี้ .-

ตารางที่ ๕๗ แสดงประเภทและจำนวนร้านค้าปลีก

ประเภทร้านค้าปลีก	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ร้านอาหาร	๔๔	๔๕.๘๒
ซูเปอร์มาร์เก็ต	๔	๔.๑๗
ห้างสรรพสินค้า	๔	๔.๑๗
ร้านชำ	๒๘	๒๘.๑๗
ร้านค้าปลีกอื่น ๆ	๑๖	๑๖.๖๗
รวม	๙๖	๑๐๐.๐๐

จากตารางที่ ๕๗ แสดงให้เห็นว่าจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น ๙๖ ตัวอย่าง แบ่งเป็นร้านอาหาร ๔๔ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๔๕.๘๒ เป็นซูเปอร์มาร์เก็ต ๔ ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ ๔.๑๗ เป็นห้างสรรพสินค้า ๔ ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ ๔.๑๗ เป็นร้านชำ ๒๘ ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ ๒๘.๑๗ เป็นร้านค้าปลีกแบบอื่น ๆ ๑๖ ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ ๑๖.๖๗ ร้านค้าอื่น ๆ จำนวน ๑๖ ตัวอย่างมีภัตตาคาร โรงแรม ร้านกาแฟ บาร์ ไนท์คลับ

ตารางที่ ๕๕ แสดงถึงระยะเวลาในการดำเนินงานของร้านค้าปลีก

เวลาในการดำเนินงาน	จำนวนร้าน	คิด เป็นร้อยละ
น้อยกว่า ๔ ปี	๒๔	๓๐.๒๖
๔ - ๘ ปี	๔๖	๕๗.๙๖
๘ - ๑๒ ปี	๑๔	๑๘.๕๘
๑๓ ปีขึ้นไป	๗	๘.๖๘
รวม	๙๑	๑๐๐.๐๐

จากตารางที่ ๕๕ แสดงให้เห็นว่าร้านค้าปลีกทั้งสิ้น ๙๑ ตัวอย่างแบ่งเป็นร้านค้าที่เริ่มเปิดใหม่มีอายุการดำเนินงานน้อยกว่า ๔ ปีจำนวน ๒๔ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๓๐.๒๖ เป็นร้านค้าที่มีอายุการดำเนินงาน ๔ - ๘ ปีจำนวน ๔๖ ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ ๕๗.๙๖ เป็นร้านค้าที่มีอายุการดำเนินงาน ๘ - ๑๒ ปีจำนวน ๑๔ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๑๘.๕๘ และเป็นร้านค้าที่มีอายุการดำเนินงาน ๑๓ ปีขึ้นไป ๗ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๘.๖๘

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ ๕๕ แสดงถึงจำนวนร้านค้าปลีกที่มีเบียร์จำหน่ายและร้านค้าปลีกที่ไม่มีเบียร์จำหน่าย

ร้านค้าปลีก	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้าที่มีเบียร์จำหน่าย	๗๔	๗๗.๐๘
ร้านค้าปลีกที่ไม่มีเบียร์จำหน่าย	๒๒	๒๒.๙๒
รวม	๙๖	๑๐๐.๐๐

จากตารางที่ ๕๕ แสดงให้เห็นว่าร้านค้าปลีกทั้งสิ้น ๙๖ ตัวอย่างแบ่งเป็นตัวอย่างที่มีเบียร์จำหน่าย ๗๔ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๗๗.๐๘ และเป็นตัวอย่างที่ไม่มีเบียร์จำหน่าย ๒๒ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๒๒.๙๒ สำหรับร้านค้าปลีกที่ไม่มีจำหน่ายเบียร์จำนวน ๒๒ ตัวอย่างแบ่งเป็นร้านอาหาร ๑๕ ตัวอย่าง และเป็นร้านชำ ๗ ตัวอย่าง

สาเหตุที่ไม่จำหน่ายเบียร์

๑. อยู่ในสถานศึกษาจำหน่ายไม่ได้
๒. มีความยุ่งยากในการขออนุญาตเพื่อจำหน่ายเบียร์
๓. ไม่อยากจำหน่าย
๔. มีจำนวนผู้ซื้อน้อย
๕. ร้านชำไม่เหมาะสม เป็นสถานที่จำหน่ายเบียร์
๖. อยากจำหน่ายอาหารอย่างเดียว
๗. จำหน่ายเบียร์ได้กำไรน้อย
๘. กลัวเวลาลูกค้าตีมาแล้ว เมามักจะก่อความวุ่นวาย

ตารางที่ ๖๐ แสดงถึงโอกาสที่ร้านค้าปลีกที่ไม่จำหน่ายเบียร์คิดจะจำหน่ายเบียร์

ร้านค้าปลีก	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
คิดจะซื้อจำหน่าย	๔	๑๘.๑๘
ไม่คิดจะซื้อจำหน่าย	๑๘	๘๑.๘๒
รวม	๒๒	๑๐๐.๐๐

จากตารางที่ ๖๐ แสดงให้เห็นได้ว่าจากจำนวนร้านค้าที่ไม่จำหน่ายเบียร์ ๒๒ ตัวอย่าง แบ่งเป็นร้านค้าที่คิดจะซื้อเบียร์มาจำหน่าย ๔ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๑๘.๑๘ และเป็นร้านค้าที่ไม่คิดจะมีเบียร์มาจำหน่าย ๑๘ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๘๑.๘๒

ตารางที่ ๖๑ แสดงให้เห็นถึงเบียร์แต่ละตราห้อยที่มีจำหน่ายในร้านค้าปลีก

เบียร์แต่ละตราห้อย	จำนวนร้านค้าปลีก	คิดเป็นร้อยละ
อมฤต	๒๗	๒๒.๘๘
ตราสิงห์	๗๐	๕๘.๓๒
กลอสเตอร์	๑๘	๑๖.๑๐
คอเสือ	๒	๑.๗๐
รวม	๑๑๗	๑๐๐.๐๐

จากตารางที่ ๖๑ แสดงให้เห็นว่าจากเบียร์แต่ละตราห้อยที่มีจำหน่ายในร้านค้าปลีก ๑๑๗ ตัวอย่าง แบ่งเป็นเบียร์อมฤตมีจำหน่ายในร้านค้าปลีก ๒๗ รายคิดเป็นร้อยละ ๒๒.๘๘ เป็นเบียร์ตราสิงห์ ๗๐ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๕๘.๓๒ เป็นเบียร์กลอสเตอร์ ๑๘ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๑๖.๑๐ และเป็นเบียร์คอเสือ ๒ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๑.๗๐

ตารางที่ ๖๒ แสดงให้ทราบว่าร้านค้าปลีกได้เปียร์มาจำหน่ายโดยทางใด

ได้เปียร์มาจำหน่ายโดย	จำนวนร้านค้าปลีก	คิด เป็นร้อยละ
ซื้อจากผู้ผลิตโดยตรง	๖	๘.๑๑
ซื้อจากพ่อค้าส่ง	๔๕	๖๐.๘๑
ซื้อจากตัวแทนจำหน่าย	๒๓	๓๑.๐๘
รวม	๗๔	๑๐๐.๐๐

จากตารางที่ ๖๒ แสดงให้ทราบว่าเปียร์ที่ร้านค้าปลีกมีจำหน่าย ๗๔ ตัวอย่าง แบ่งเป็นร้านค้าปลีกที่ซื้อเปียร์จากพ่อค้าส่ง ๔๕ ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ ๖๐.๘๑ และเป็นตัวแทนค้าปลีกที่ซื้อเปียร์จากตัวแทนจำหน่าย ๒๓ ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ ๓๑.๐๘ ซื้อจากผู้ผลิตโดยตรง ๖ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๘.๑๑

ตารางที่ ๖๓ แสดงให้ทราบถึงจำนวนร้านค้าปลีก กับปริมาณการจำหน่ายเปียร์แต่ละระดับต่อเดือน

ปริมาณการจำหน่าย	จำนวนร้านค้าปลีก	คิด เป็นร้อยละ
ต่ำกว่า ๑๑ ลัง	๓๔	๔๕.๘๕
๑๑ - ๒๐ ลัง	๒๘	๓๗.๘๕
๒๑ - ๓๐ ลัง	๑๐	๑๓.๕๑
มากกว่า ๓๐ ลัง	๒	๒.๗๐
รวม	๗๔	๑๐๐.๐๐

หมายเหตุ ร้านค้าปลีกที่มีตู้แช่และขายปลีกเพื่อนำไปจำหน่ายต่อในที่นี้กำหนดให้เป็นร้านค้าปลีก

จากตารางที่ ๖๓ แสดงให้ทราบถึงจำนวนร้านค้าปลีกกับปริมาณการจำหน่ายเปียร์แต่ละระดับต่อเดือนมี ๗๔ ตัวอย่างซึ่งแบ่งได้เป็นระดับการจำหน่ายที่ต่ำกว่า ๑๑ ลังต่อเดือนมี ๓๔ ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ ๔๕.๘๕ เป็นระดับการจำหน่าย ๑๑ - ๒๐ ลังต่อเดือนมี ๒๘ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๓๗.๘๕ เป็นระดับการจำหน่าย ๒๑ - ๓๐ ลังต่อเดือน ๑๐ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๑๓.๕๑ และเป็นระดับการจำหน่ายต่อเดือนมากกว่า ๓๐ ลังมี ๒ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๒.๗๐

ตารางที่ ๖๔ แสดงปริมาณการจำหน่ายเบียร์ของร้านค้าปลีกแต่ละประเภทต่อเดือน

ปริมาณการขาย ประเภทร้านค้าปลีก	ต่ำกว่า ๑๑ ลิ้ง		๑๑-๒๐ ลิ้ง		๒๑-๓๐ ลิ้ง		มากกว่า ๓๐ ลิ้ง		รวม	
	จำ นวน	%	จำ นวน	%	จำ นวน	%	จำ นวน	%	จำ นวน	%
ร้านอาหาร	๑๔	๔๔.๑๓	๑๐	๓๕.๗๑	๔	๔๐.๐๐	๑	๕๐.๐๐	๓๐	๔๐.๕๔
ร้านชำ	๑๑	๓๒.๓๕	๗	๒๕.๐๐	๒	๒๐.๐๐	-	-	๒๐	๒๗.๐๒
ห้างสรรพสินค้า	๔	๑๑.๗๖	-	-	-	-	-	-	๔	๕.๔๑
ซูเปอร์มาร์เก็ต	-	-	-	-	๔	๔๐.๐๐	-	-	๔	๕.๔๑
ร้านค้าปลีกอื่น ๆ	๔	๑๑.๗๖	๑๑	๓๘.๒๘	-	-	๑	๕๐.๐๐	๑๖	๒๑.๖๒
รวม	๓๔	๑๐๐	๒๘	๑๐๐	๑๐	๑๐๐	๒	๑๐๐	๗๔	๑๐๐

จากตารางที่ ๖๔ แสดงให้เห็นถึงปริมาณการจำหน่ายเบียร์ของร้านค้าปลีกแต่ละประเภทคือ เดือน
แบ่งให้เป็นปริมาณการจำหน่ายที่ต่ำกว่า ๑๑ ลิ้งต่อเดือนมี ๓๔ ตัวอย่าง เป็นร้านอาหาร ๑๔ ตัวอย่าง คิด
เป็นร้อยละ ๔๔.๑๓ เป็นร้านชำ ๑๑ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๓๒.๓๕ เป็นห้างสรรพสินค้า ๔ ตัวอย่าง
คิดเป็นร้อยละ ๑๑.๗๖ และเป็นร้านค้าปลีกอื่น ๆ ๔ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๑๑.๗๖

ร้านค้าปลีกที่มีปริมาณการจำหน่ายเบียร์ ๑๑-๒๐ ลิ้งต่อเดือนมี ๒๘ ตัวอย่าง แบ่งเป็นร้านอาหาร
๑๐ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๓๕.๗๑ เป็นร้านชำ ๗ ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ ๒๕.๐๐ และเป็นร้านค้าปลีก
อื่น ๆ ๑๑ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๓๘.๒๘

ร้านค้าปลีกที่มีปริมาณการจำหน่ายเบียร์ ๒๑ - ๓๐ ลิ้งมี ๑๐ ตัวอย่าง แบ่งเป็นร้านอาหาร ๔
ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๔๐.๐๐ และเป็นร้านชำ ๒ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๒๐.๐๐ และเป็นร้าน
ซูเปอร์มาร์เก็ต ๔ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๔๐.๐๐

ร้านค้าปลีกที่มีปริมาณการจำหน่ายเบียร์มากกว่า ๓๐ ลิ้งต่อเดือนมี ๒ ตัวอย่างแบ่งได้เป็นร้าน
อาหาร ๑ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๕๐.๐๐ และเป็นร้านค้าปลีกอื่น ๆ ๑ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๕๐.๐๐

ผลรวมจากตัวอย่างร้านค้าปลีกที่มีเบียร์จำหน่ายทั้งสิ้น ๗๔ ตัวอย่างแบ่งเป็นร้านอาหาร ๓๐ ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ ๔๐.๕๔ เป็นร้านชำ ๒๐ ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ ๒๗.๐๒ เป็นห้างสรรพสินค้า ๔ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๕.๔๑ เป็นซูเปอร์มาร์เก็ต ๔ ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ ๕.๔๑ และเป็นร้านค้าปลีกอื่น ๆ ๑๖ ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ ๒๑.๖๒

ตารางที่ ๖๔ แสดงถึงปริมาณการได้รับเบียร์จากผู้ขาย

ปริมาณที่ได้รับ	จำนวนค้าปลีก	คิดเป็นร้อยละ
เต็มตามจำนวน	๔๔	๖๔.๕๖
ไม่เคยเต็มตามจำนวน	๐	๐
เต็มตามจำนวนบ้างไม่เต็มตามจำนวนบ้าง	๓๐	๑๐๐.๐๐

จากตารางที่ ๖๔ จะแสดงให้เห็นได้ว่า จากจำนวนตัวอย่างร้านค้าปลีก ๗๔ ตัวอย่าง แบ่งได้เป็นได้รับเต็มตามจำนวนที่สั่ง ๔๔ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๖๔.๕๖ ไม่เคยได้รับเต็มตามจำนวนที่สั่งไม่มีเลย และได้รับเต็มตามจำนวนบ้าง ไม่เต็มตามจำนวนที่สั่ง ๓๐ ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ ๓๕.๑๔

ตารางที่ ๖๖ แสดงถึงเบียร์ตราอยู่ที่ร้านค้าปลีกจำหน่ายได้มากที่สุด

เบียร์ตราอยู่ที่จำหน่ายดี	จำนวนคานค้าปลีก	คิดเป็นร้อยละ
เบียร์คอเสื่อ	๐	๐
เบียร์อมฤต	๒	๒.๗๐
เบียร์ตราสิงห์	๗๐	๙๔.๖๐
เบียร์คลอสเตอร์	๒	๒.๗๐
รวม	๗๔	๑๐๐.๐๐

จากตารางที่ ๖๖ แสดงให้เห็นว่าเบียร์ตราสิงห์จำหน่ายมากในร้านค้าปลีกถึง ๗๐ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๙๔.๖๐ ส่วนร้านค้าปลีกที่จำหน่ายเบียร์ตราอื่นอีกมี ๒ ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ ๒.๗๐ คือเบียร์อมฤต และเบียร์คลอสเตอร์มี ๒ ตัวอย่างเท่านั้น

ตารางที่ ๖๗ แสดงถึงการเพิ่มลดของปริมาณการจำหน่ายเบียร์ในร้านค้าปลีกในปัจจุบัน

ปริมาณการจำหน่าย	จำนวนร้านค้า	คิดเป็นร้อยละ
เพิ่มขึ้น	๓๔	๔๒.๗๐
เท่าเดิม	๓๐	๔๐.๕๔
ลดลง	๕	๖.๗๖
รวม	๗๔	๑๐๐.๐๐

จากตารางที่ ๖๗ แสดงถึงการเพิ่มลดของปริมาณการจำหน่ายเบียร์จากร้านค้าปลีกทั้งสิ้น ๗๔ ตัวอย่าง แบ่งเป็นร้านค้าปลีกที่มีปริมาณการจำหน่ายเบียร์เพิ่มขึ้น ๓๔ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๔๒.๗๐ เป็นร้านค้าปลีกที่มีปริมาณการจำหน่ายเบียร์คงที่ ๓๐ ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ ๔๐.๕๔ และเป็นร้านค้าปลีกที่มีปริมาณการจำหน่ายลดลง ๕ ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ ๖.๗๖

ตารางที่ ๖๘ แสดงถึงเบียร์แต่ละตราหือที่มีปริมาณการจำหน่ายเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในร้านค้าปลีก

เบียร์ตราหือ	ร้านค้าปลีก ปริมาณการจำหน่ายเพิ่มขึ้น	คิดเป็นร้อยละ
เบียร์ตราสิงห์	๖๑	๘๒.๕๓
เบียร์คอเสือ	๐	๐
เบียร์อมฤต	๑	๑.๓๕
เบียร์คลอสเตอร์	๑๒	๑๖.๒๒
รวม	๗๔	๑๐๐.๐๐

จากตารางที่ ๖๘ แสดงถึงเบียร์ตราหือที่มียอดขายเพิ่มขึ้น ซึ่งแบ่งได้เป็นเบียร์ตราสิงห์มีจำนวนร้านค้าปลีกที่มียอดขายจำหน่ายเพิ่มขึ้น ๖๑ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๘๒.๕๓ เบียร์คลอสเตอร์มีจำนวนร้านค้าปลีกที่มียอดขายจำหน่ายเพิ่มขึ้น ๑๒ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๑๖.๒๒ และมีเบียร์อมฤตมีจำนวนร้านค้าปลีกที่มียอดขายจำหน่ายเพิ่มขึ้น ๑ ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ ๑.๓๕ ส่วนเบียร์คอเสือไม่มีร้านค้าปลีกที่มียอดขายจำหน่ายเพิ่มขึ้น

ตารางที่ ๖๔ แสดงถึงเบี้ยแต่ละตราที่ซื้อโดยปริมาณการจำหน่ายลดลงในร้านค้าปลีก

เบี้ยตราซื้อ	ร้านค้าปลีก ปริมาณการจำหน่ายลดลง	คิด เป็นร้อยละ
เบี้ยคอลลอสเตอร์	๐	๐
เบี้ยคอเสื้อ	๓	๑๕.๐๐
เบี้ยร่มฤดู	๑๗	๘๕.๐๐
เบี้ยตราสิงห์	๐	๐
รวม	๒๐	๑๐๐.๐๐

จากตารางที่ ๖๔ แสดงให้เห็นว่าจากตัวอย่างร้านค้าปลีก ๒๐ ตัวอย่างที่มีปริมาณการจำหน่ายเบี้ยลดลง แบ่งเป็นร้านค้าปลีกที่มีปริมาณการจำหน่ายเบี้ยร่มฤดูลดลง ๑๗ ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ ๘๕.๐๐ เป็นร้านค้าปลีกที่มีปริมาณการจำหน่ายเบี้ยคอเสื้อลดลง ๓ ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ ๑๕.๐๐ ส่วนเบี้ยตราสิงห์และเบี้ยคอลลอสเตอร์ไม่ปรากฏร้านค้าปลีกใดที่มียอดการจำหน่ายลดลง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย